

**ФЕДОРЕНКО ОЛЬГА,**

**ШУБА ІРИНА,** к.т.н., доцент

**ПЕРЕРВА ПЕТРО,** д.е.н., професор

*Національний технічний університет «ХПІ», м. Харків*

## **МЕТОДИ ВАРТІСНОГО ОЦІНЮВАННЯ ПАТЕНТІВ**

Вартість прав на винахід або інший об'єкт, що охороняються патентом, цілком визначається економічними вигодами, які правовласник може отримати від впровадження і використання своїх інновацій в комерційній діяльності або інших сферах. Ці вигоди можуть виражатися в створенні нових товарів або послуг, в зниженні собівартості продукції, в поліпшенні споживчих властивостей товарів і досягненні конкурентних переваг. Специфіка оцінки патентів полягає в тому, що застосовність порівняльних методів або методів, заснованих на розрахунку витрат на такі об'єкти, дуже обмежена [1-9].

Порівняльний підхід до оцінки, заснований на порівнянні об'єкта оцінки і його ринкових аналогів, практично не використовується для оцінки патентів, оскільки винахід або промисловий зразок - це завжди унікальні об'єкти (власне, саме тому і оформляються патенти на них), і порівнювати їх з аналогами завжди буде некоректно, оскільки він буде ігнорувати цю унікальність. Крім того, інформація про угоди з продажу патентів майже завжди закрита і важкодоступна. Нерідко оцінювач обґрунтовано відмовляється від використання порівняльних методів на підставі недоступності необхідної ринкової інформації [3, 5, 7].

Великі труднощі виникають і при застосуванні методів витратного підходу, тобто методів калькулювання собівартості на основі аналізу витрат на створення об'єкта оцінки. Справедлива вартість патенту може бути досить слабо пов'язана з вартістю його розробки. Є багато прикладів, коли комерційно успішні розробки робляться при дуже скромному бюджеті.

Найчастіше дохідний підхід використовується для оцінки вартості патентів. Методи дохідного підходу дозволяють розрахувати вартість оцінюваного об'єкта, ґрунтуючись на аналізі потенційного доходу, який може отримати правовласник від використання свого винаходу. Тобто ці методи пов'язують вартість і комерційну ефективність оцінюваного патенту.

Патентний ринок все ще непрозорий. Інформація про кожен патентно-ліцензійну операцію засекречена, тому навіть якщо ліцензії на аналогічні патенти вже продавалися багато разів, умови ліцензій, включаючи ціну, завжди залишалися конфіденційними. Це означає, що ліцензіат не має можливості порівняти ціну ліцензії з іншими аналогічними цінами і визначити, наскільки вигідна реальна угода [1, 2, 6, 8]. Те ж саме стосується і патентовласників: у них немає можливості провести бенчмаркінг. За таких умов наявність математичних моделей оцінки варіантів дозволить учасникам патентного ринку визначати справедливую ціну патентів та досягати більшої прозорості ринку.

Запропоновано розглянути підхід до оцінки вартості патентів з реальними



опціонами. Згідно з визначенням, реальний опціон створює право, але не обов'язок, купити (call) або продати (put) базовий актив в певний час за певною ціною (strike price). Реальний опціон відрізняється від фінансового опціону тим, що базовий актив є реальним активом, наприклад, інвестиційним проектом [3, 9]. При цьому патент можна охарактеризувати як виключне право обмеженого терміну дії (на час правової охорони) щодо нового, неочевидного винаходу, здатного до промислового використання, де право пред'являти позови до інших осіб про порушення виключних прав надається в обмін на публікацію винаходу.

Розглянемо підхід до визначення вартості патенту, який заснований на функції платежів від використання патенту [1]. Ця модель заснована на припущенні, що підприємство буде розробляти патент, тобто комерціалізувати винахід, тільки якщо теперішня вартість очікуваних грошових потоків від продажу продукту перевищує витрати на комерціалізацію. Якщо вартість очікуваних грошових потоків від продажу, за розрахунками економістів, нижче витрат на комерціалізацію, фірма не буде використовувати патент і допустить термін його дії. Розглянемо тепер кожен параметр такої моделі більш детально, щоб була можливість розрахувати вартість патенту самостійно.

1. Ціна патентного опціону або премії за патентний опціон складається з декількох складових. Перша складова – це оплата заявки на патент. Перед подачею заявки необхідно правильно її скласти. Патентними повіреними часто займаються складанням заявки, що збільшує вартість заявки і ціну опціону.

2. Друга складова - витрати на створення винаходу. При цьому винахід має стати в нагоді. Обсяг інвестицій – капітал і час – залежить від технологічної сфери, в якій зроблено винахід. У таких галузях, як фармацевтика, наприклад, для здійснення винаходу потрібні значні витрати капіталу, в той час як в комп'ютерній промисловості вартість винаходу трохи нижче.

3. Нарешті, ціна опціону включає витрати на втрату захисту комерційної таємниці. Патентна система вимагає розкриття винаходу через 18 місяців після подачі заявки на патент, коли інформація стає доступною кожному. Ця складова ціни опціону є різновидом альтернативних витрат.

4. Ціна реалізації патентного опціону. Коли економісти говорять про використання патентного варіанту, вони, як правило, зосереджуються на комерціалізації власником патенту базового активу – винаходу.

5. Час до виконання. Згідно з міжнародним правом, термін дії патенту де-юре становить 20 років. Однак де-факто термін дії патенту може закінчитися раніше, якщо винахід застаріє, тобто на ринку з'явиться більш сучасна версія продукту і попит переключиться на цей новий продукт. У цьому випадку час до оформлення обмежений фактичним терміном дії патенту.

6. Вартість базового активу, що лежить в основі патенту, або теперішня вартість грошових потоків від патенту. Основним активом патентного опціону є винахід. Вартість винаходу не залежить від правил патентування. Винахід - це



новий товар, і його вартість визначається ринком. Однак текст і умови патенту можуть служити деякими оцінками вартості винаходу.

7. Волатильність ціни винаходу. Стандартне відхилення вартості патенту має визначатися ступенем технічної, юридичної та ринкової невизначеності.

Використовуючи цей метод, будь-яке підприємство може розрахувати ціни своїх патентів, щоб мати можливість визначити, наскільки вигідні пропозиції, що надходять від потенційних ліцензіатів.

### **Список використаних джерел**

1. Перерва П.Г., Борзенко В.І., Кобелева Т.О. Інтелектуальна власність: магістерський курс: підручник. Харків: НТУ «ХПІ», 2019. 1002 с. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/286988829.pdf>
2. Кобелева Т.О., Перерва П.Г. Моніторинг комплаєнс-безпеки підприємства з використанням тангенціальної функції // Вісник Хмельницького національного університету. Сер.: Технічні науки. 2019. № 5. С. 140-146. URL: <https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/58557>
3. Перерва П. Г., Кобелева Т. О., Зозуля М. О. Дослідження методів оцінювання конкурентоспроможності. Актуальні проблеми сучасного бізнесу: обліково-фінансовий та управлінський аспекти : матеріали 3-ї Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф., м. Львів, 17–19 берез. 2021 р. Львів, 2021. С. 252–254. URL: <http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/53460>
4. Старостіна А.О. Маркетинг: теорія, світовий досвід, українська практика: підруч. К.: Знання, 2009. 1070 с.
5. Перерва П.Г. Формування системи моніторингу підприємницької діяльності підприємства / П. Г. Перерва, Т. О. Кобелева // Економіка: реалії часу: електрон. наук. вид. 2023. № 1 (65). С. 5-11. URL: <https://economics.net.ua/files/archive/2023/No1/5.pdf>
6. Перерва П.Г., Кобелева Т.О., Дюжев В.Г. Креативний менеджмент // Інтелектуальна власність: магістерський курс : підручник / П.Г.Перерва [та ін.]; ред.: П.Г.Перерва, В.І.Борзенко, Т.О.Кобелева; Нац. техн. ун-т "Харків. політехн. ін-т". Харків : Планета-Прінт, 2019. Розд. 8. С. 581-649. URL: <https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/44235>
7. Шаульська Л.В., Кобелева Т.О., Перерва П.Г. Формування та використання системи моніторингу підприємницьких ризиків як запорука сталого розвитку бізнес-структур // Економіка і організація управління. 2023. №1(49). С.34-44. URL: <https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/68529>
8. [Перерва П.Г.](#), [Кобелева Т.О.](#), [Косенко А.В.](#), [Косенко О.П.](#), [Ткачова Н.П.](#) Стратегія маркетингу логістичних послуг у підприємницькій діяльності: ціноутворення та політика розподілу // Вісник НТУ «ХПІ» (екон. науки) : зб. наук. пр. Харків : НТУ "ХПІ", 2021. № 1. С. 91-97. URL: <https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/54964>
9. Шаульська Л.В., Кобелева Т.О., Перерва П.Г. Дослідження впливу підприємницьких ризиків на сталий розвиток // Енергозбереження. Енергетика. Енергоаудит. 2023. № 3 (181). С. 14-23. URL: <https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/66827>

