

**М.М. Солощук**,  
завідувач кафедри “Інформатика та інтелектуальна власність” (ІВ) Національного  
технічного університету “Харківський політехнічний інститут” (НТУ “ХПІ”), директор  
Міжгалузевого інституту післядипломної освіти (МІПО) при НТУ “ХПІ”, патентний  
повірений України, професор, к.т.н.,

**М.М. Капінос**, доцент кафедри ІВ, декан спецфакультету патентознавства МІПО

**Е.Т. Лерантович**, ст. викладач кафедри ІВ, патентний повірений України

#### 10.4. Визначення ціни ліцензії

Більшість ліцензійних договорів є комерційними угодами, тому за дозвіл використовувати об’єкт права інтелектуальної власності передбачається сплата певної винагороди, яку називають «ціною ліцензії».

Визначення ціни ліцензії – один з найбільш складних етапів передачі технології, тому що комерційна ціна переданого за ліцензією об’єкта інтелектуальної власності може бути визначена лише в процесі його використання у покупця (ліцензіата). Але це не означає, що ціну ліцензії не можливо встановити.

Світовий досвід торгівлі ліцензіями надав можливість фахівцям узагальнити основні принципи розрахунку ціни ліцензії. Але необхідно пам’ятати, що будь-яке нововведення реально коштуватиме рівно стільки, за скільки власникові вдасться його продати.

Зазвичай, ініціативою у встановленні ціни ліцензії володіє власник прав (ліцензіар), навіть якщо потенційний ліцензіат перший подає запит, адже саме від продавця ліцензії залежить, надавати ліцензію чи ні. Традиційно саме продавець ліцензії, а не покупець, готує проект ліцензійного договору, що містить основні показники й умови, на яких (як він передбачає) повинні складатися взаємини сторін.

Формально, продаж ліцензій – це надання дозволу покупцеві скористатися об’єктом права інтелектуальної власності (технологією або технічним рішенням, торговельною маркою). Але це тільки формально. Власно кажучи, мова йде про більш серйозну і масштабну подію – фактичний продаж покупцеві засобу розв’язання проблеми, що його турбує. Купують ліцензію тому, що хочуть одержати переваги в конкурентній боротьбі, тобто:

- знизити собівартість продукції;
- почати випуск нового товару;
- позбавитись зайвих витрат на власні дослідження;
- використовувати більш дешеву сировину чи матеріали;
- обмежити забруднення навколишнього середовища тощо.

Тому продавець ліцензії повинен бачити свій «інтелектуальний товар» очима покупця, з огляду на його потреби та інтереси. Підхід до визначення ціни ліцензії повинний бути заснований на реальній оцінці того економічного ефекту, який отримає покупець ліцензії.

Загальні принципи розрахунку ціни ліцензії, як правило, зводяться до встановлення можливого прибутку, що одержить ліцензіат від використання ліцензії, і пропорції, у якій цей прибуток розподіляється між ним і ліцензіаром. При цьому частка ліцензіара обчислюється не від усього прибутку, а тільки від тієї її частини, що отримана завдяки використанню об’єкта інтелектуальної власності, права на використання якого передані по ліцензії.

При визначенні ціни ліцензії необхідно враховувати закони конкуренції ринку, що регулюють граничні розміри вартості ліцензії. Потенційний покупець оцінює сумарні

платежі, які йому необхідно буде здійснити за використання об'єкта інтелектуальної власності порівняно з прибутковістю підприємства за відповідний період часу; він оцінює ці виплати також у порівнянні з вартістю альтернативної технології і платежами, пов'язаними з аналогічними угодами. Навіть в умовах виключної монополії існує межа вартості, що обумовлена тою обставиною, що ціна ліцензії повинна порівнюватися з цінами й ефективністю використання суспільством відомих технічних рішень-аналогів.

Серед безлічі ціноутворюючих факторів, що впливають на розмір ціни ліцензії, є ряд таких, які необхідно враховувати обов'язково під час підписання практично всіх ліцензійних договорів (табл.3):

- ✓ технічні характеристики об'єкта ліцензії;
- ✓ економічні показники;
- ✓ правові обмеження

<b>ЦІНОУТВОРЮЮЧИ ФАКТОРИ</b>			
<b>№ п/п</b>	<b>Технічні</b>	<b>Економічні</b>	<b>Правові</b>
1.	Ступінь готовності до впровадження у виробництво (ідея, технічне рішення або промислове використання)	Розмір очікуваного прибутку ліцензіата від використання об'єкта ліцензії.	Вид ліцензії й обсяг переданих прав.
2.	Галузь, до якої відноситься об'єкт ліцензійної угоди.	Очікуваний обсяг випуску ліцензійної продукції протягом терміну дії ліцензійної угоди й за його межами та ціни на неї в країні ліцензіата й країнах, наданих йому за згодою.	Територія дії ліцензії
3.	Технічна цінність винаходу або ноу-хау й можливість їхнього обходу, а також об'єктів техніки, у яких вони можуть бути застосовані.	Розмір капітальних вкладень, необхідних для організації виробництва ліцензійної продукції й можливих джерел їхнього одержання.	Умови взаємообміну технічними вдосконаленнями, винаходами й ноу-хау як забезпеченими, так і не забезпеченими патентним захистом.
4.	Залежність ліцензіата від ліцензіара в поставках сировини, деталей, вузлів для виробництва продукції по ліцензії.	Витрати на власні НДДКР по доведенню (прив'язці) технічної документації до конкретних умов виробництва в ліцензіата. Їхні джерела: власні засоби, кредит і т.д.	Строк дії ліцензії.
5.	Обсяг технічної документації на об'єкт ліцензії, що передається по договору. В повному обсязі (конструкторська, технологічна та експлуатаційна) або частково (тільки конструкторська)	Витрати на власні НДДКР з розробки нової технології, що буде вирішувати ту саму задачу, яку вирішує покупка ліцензії.	Державне регулювання ліцензійної торгівлі (розмір роялті, оподаткування тощо).
6.	Можливий ризик розкриття ноу-хау конкурентами в результаті: а) масового застосування продукції; б) промислового шпигунства; в) власних досліджень і	Результати маркетингових досліджень щодо ємності ринків збуту ліцензійної продукції в період дії ліцензії; щорічна їхня ємність, яку може задовольнити ліцензіат.	Додаткові умови, що включають у ліцензійні угоди й здатні в певних випадках спричинити не передбачені угодою витрати у ліцензіата й

ЦІНОУТВОРЮЮЧИ ФАКТОРИ			
№ п/п	Технічні	Економічні	Правові
	розробок конкурентів.		ліцензіара
7.	Можливий строк "життя" ліцензійної продукції у зв'язку з: а) скороченням строків морального старіння техніки й технологічних процесів; б) попитом на ліцензійну продукцію, з урахуванням перспективи; в) науково-дослідними й конструкторськими розробками конкурентів по обходу патентів, що лежать в основі ліцензійної угоди або по вдосконалюванню аналогічної й взаємозамінної продукції.	Конкурентні пропозиції від різних фірм на покупку (продаж) ліцензії на аналогічні або взаємозамінні об'єкти техніки з використанням запатентованих винаходів і ноу-хау.	Умови ліцензійного договору про судові витрати по позикам третіх осіб у разі порушення майнових прав.
8.	Обсяги технічної допомоги ліцензіара в процесі впровадження об'єкта ліцензії в виробництво ліцензіата.	Види платежів за ліцензію й порядок їх виплат.	
9.		Валюта, у якій здійснюються платежі.	

Табл. 3. Фактори, які впливають на розмір ліцензійної винагороди

Цінність об'єкта ліцензії значно підвищується, якщо він вже успішно освоєний ліцензіаром, що дає можливість гарантувати ліцензіату досягнення визначених техніко-економічних показників.

Для визначення ціни ліцензії найчастіше використовують два основних методи:

- 1) на базі роялті;
- 2) на основі прибутку ліцензіата.

#### ***Визначення ціни ліцензії на базі роялті***

Термін “роялті” походить з англійського терміну *royal* – королівський, від якого й з'явився термін *royalty* плата, що взималася королівською владою в Англії за надане поданому право на земельну власність або розробку надр. Цей термін став широко вживатися з 16 століття, коли промисловець, який отримав від короля право на розробку вугільних копалень, повинен був щорічно відраховувати на користь корони частину прибутку – роялті (королівську долю).

На сучасному етапі під роялті розуміють платежі будь-якого виду за використання прав інтелектуальної власності.

Роялті прийнято представляти ставкою **P**, яка виражається відсотком від бази.

За базу роялті можуть прийматися:

- доход від використання об'єкта ліцензії;
- ціна одиниці продукції;
- собівартість продукції;

- додатковий прибуток ліцензіата від реалізації продукції по ліцензії;
- вартість основної переробленої сировини і т. інш.

Розмір ліцензійної винагороди (роялті) визначається за формулою:

$$C_p = B * P/100 \quad (1)$$

де  $C_p$  – розрахункова ціна ліцензії (у грошових одиницях за визначений період часу);

$B$  – база роялті, (у грошових одиницях);

$P$  – ставка роялті, %.

На етапі підписання ліцензійного договору і ліцензіару і ліцензіату доволі трудно оцінити вартість матеріалів, енерговитрат, адміністративні та інші витрати, пов'язані з виробництвом і реалізацією продукції по ліцензії. Тому, найчастіше, ліцензійна винагорода визначається як відсоток від загального обсягу виготовленої/реалізованої продукції в грошових одиницях за визначений період часу. Тож за базу роялті приймається ціна одиниці продукції. За спостереженнями учасників ліцензійних договорів вибір такої бази приводить до найменшої кількості конфліктів з питань виплати ліцензійної винагороди.

Крім того, ліцензійна винагорода може визначатися як фіксована сума з кожної одиниці виробленої або реалізованої ліцензійної продукції. Цей підхід ефективний під час підписання ліцензійних договорів з маловідомими компаніями (підприємствами), оскільки він виключає ризик ліцензіара, пов'язаний з коливаннями цін на ліцензійну продукцію і збільшенням її собівартості. В той же час ліцензіат, зі свого боку, не завжди погоджується на встановлення фіксованих відрахувань, саме тому, що в процесі дії ліцензійного договору може змінитися кон'юнктура ринка ліцензійної продукції і як наслідок - зменшення ціни, до того ж і собівартість ліцензійної продукції може змінюватись і не завжди у бік зменшення. В результаті – виплата ліцензійних платежів, в такий формі буде важко виконуваною.

Як обрати ставку роялті? З огляду на досвід міжнародної торгівлі ліцензіями ставки роялті зазвичай визначають не розрахунковим шляхом, а емпірично - на основі встановлених для різних галузей промисловості усереднених, так званих "стандартних", ставок роялті. Розмір ставок роялті (з літературних джерел) найчастіше становить від 0,5 до 10%.

Існує багато різноманітних джерел галузевих даних про ліцензування технологій. Окремі особи, організації та навіть країни вивчають ліцензійні угоди та публікують отримані результати. Деякі компанії опублікували інформацію про стандартні умови ліцензійних угод для використання їхніх технологій. Наприклад, російські компанії, що розширюють свій бізнес на основі комерційної концесії (франшизи), як правило публікують стандартні ставки роялті щодо таких угод та інші умови. Доволі часто російські франчайзингові компанії замість роялті (тобто відсоткових виплат в залежності від обсягу виробництва/реалізації продукції) встановлюють постійні щомісячні платежі. Наприклад, всім відома компанія «1С», яка розробляє та розповсюджує програмне забезпечення, на своєму сайті розмістила типові умови угоди, щодо використання програмного забезпечення. Щомісячна плата 100 доларів США.

У ресторанному бізнесі та в роздрібній торгівлі ліцензіат зазвичай платить фіксований (паушальний) платіж, який має назву вступний внесок, та роялті(відсоток від обсягу продаж). Наприклад, компанія Subway (швидке харчування) надає франшизу за умови сплати вступного внеску в розмірі 10000 доларів США та 8 % роялті від обсягу продаж.

Іншим джерелом інформації про ставки роялті можуть бути справи, що розглядаються судом. Завдяки судам деякі ліцензійні угоди фактично оприлюднені (закордонний досвід).

У вітчизняній практиці ліцензійної торгівлі через відсутність достовірних середньостатистичних даних, розмір ставки роялті вибирають з таблиць ставок роялті, складених з доступних закордонних джерел інформації, без будь-якого розрахункового обґрунтування, але з традиційними рекомендаціями необхідності обліку ціноутворюючих факторів. При цьому більшість таких факторів передбачає дуже складні розрахунки або взагалі не піддається конкретній оцінці, тоді як враховувати їх так чи інакше необхідно.

На розмір ставки роялті, при передачі технології, впливають наявність патентної охорони, обсяг переданих прав і якість складання формули винаходу. Максимальні ставки роялті застосовуються саме тоді, коли об'єкт ліцензійного договору надійно захищений цілим пакетом охоронних документів. Передача незапатентованої технології автоматично знижує ставку роялті, тому що зберегти в таємниці незапатентовану інформацію дуже важко. За спостереженнями фахівців, відсутність патенту знижує розмір роялті на 10-30 % в порівнянні з аналогічним об'єктом, який забезпечено патентною охороною. Саме тому у світовій практиці безпатентна ліцензія на «ноу-хау» найчастіше лише доповнює патентну.

Крім того, на визначення розміру ставки роялті впливають вид ліцензії і термін дії ліцензійного договору. Найбільш високі ставки характерні для виключної ліцензії. Під час продажу таких ліцензій ставка роялті (у відсотках до обсягу реалізованої продукції) у порівнянні з невиключною ліцензією, як правило, підвищується на 1-2%. Відсоток відрахувань тим менше, чим більш тривалий термін дії ліцензійного договору.

При установленні ставки роялті одним із найбільш важливих питань є питання про те, до якої галузі промисловості відноситься об'єкт ліцензії. В галузях промисловості, що виробляють засоби виробництва, норма прибутку вища ніж в галузях, що виробляють споживчі товари, особливо товари масового споживання з невеликими строками використання. Наприклад, відомі «стандартні» ставки роялті для електронної промисловості 4-10 %, фармацевтична промисловість 2-7%, літакобудування та авіатехніка 6-10%, продовольчі товари – 1-2%.

Ще одним важливим ціноутворюючим фактором є ймовірність успішного використання предмета ліцензії ліцензіатом, обумовлена не тільки технічними характеристиками об'єкта ліцензії, а й очікуваною ємністю внутрішнього і зовнішнього ринків. Чим більше ємність ринків, тим на меншу частину прибутку може претендувати ліцензіар.

При визначенні ставок роялті необхідно враховувати також обсяги виробництва і реалізації ліцензійної продукції і можливість контролю за її випуском. Ставка роялті автоматично підвищується, якщо контроль за випуском ліцензійної продукції досить важко здійснити (наприклад, хімічне або фармацевтичне виробництво, виготовлення комплектуючих виробів для наступної зборки на стороні).

Велике значення при визначенні ставок роялті має і група факторів, що враховують витрати ліцензіата на освоєння об'єкта ліцензії, серед яких звичайно розглядаються розмір капітальних вкладень в освоєння придбаного технічного нововведення і термін їхньої окупності, витрати на НДР та ОКР по адаптації об'єкта ліцензії до умов виробництва ліцензійної продукції ліцензіатом, на придбання необхідного устаткування й інш.

При визначенні ставок роялті необхідно враховувати результати аналізу комерційних умов конкурентних пропозицій. При рівних умовах з порівнюваних комерційних пропозицій – як розрахункові варто застосовувати мінімальні ставки роялті.

### ***Визначення ціни ліцензії на основі розміру прибутку ліцензіата***

Відповідно до цього методу вартість ліцензії визначається як частка ліцензіара в додатковому прибутку ліцензіата, отриманого від об'єкта права інтелектуальної власності, право на використання якого передається за ліцензійним договором.

Виходячи з цього, розрахункова ціна ліцензії визначається за формулою:

$$C_p = \sum_{i=1}^T \Delta\Pi_i * Д \quad (2)$$

де  $C_p$  – розрахункова ціна ліцензії;

$\Delta\Pi_i$  – додатковий прибуток ліцензіата на одиницю продукції в  $i$ -ому році;

$Д$  – частка (доля) ліцензіара в прибутку ліцензіата.

$К$  зазначалося вище, частка ліцензіара обчислюється не від усього прибутку, а тільки від тієї її частини, що отримана завдяки використанню об'єкта інтелектуальної власності, права на використання якого передані по ліцензії.

При цьому доля ліцензіара обчислюється в діапазоні від 10 до 50% прибутку ліцензіата і залежить від всіх загальновідомих ціноутворюючих факторів.

Так вважається, що якщо об'єкт ліцензії ще не готовий до промислового використання, а основну цінність представляють права, які передаються за договором, доля ліцензіара в прибутку ліцензіата не перевищуватиме 20%.

Якщо об'єктом ліцензії є запатентований та освоєний об'єкт, доля ліцензіара може становити від 20 до 50% прибутку ліцензіата. При наданні невиключної ліцензії – 20-30%, виключної – 35-50%.

Необхідно відзначити, що не дивлячись на простоту (2) формули, визначення розміру додаткового прибутку ліцензіата доволі складне. Особливо це стосується тих об'єктів, що є складовими частинами готової продукції (техніки) або технології.

Перешкодою для використання цього методу є й те, що в основу розрахунків закладається передбачуване використання об'єкта ліцензії на підприємстві ліцензіата, який, зазвичай, не зацікавлений в наданні ліцензіару повної інформації про використання ліцензії, що знижує достовірність розрахунків.

### ***Ціна ліцензії при паушальних платежах***

Нагадаємо, що паушальні платежі представляють собою визначену та зафіксовану в ліцензійному договорі суму. Фактично, сума цього платежу не залежить від обсягів виробництва та реалізації продукції по ліцензії в ліцензіата.

Якщо в ліцензійному договорі встановлено паушальний платіж необхідно розрахункову ціну ліцензії для виплат у вигляді роялті (1), перерахувати за формулою:

$$C_n = C_p * K_d \quad (3)$$

де  $C_n$  – розрахункова ціна ліцензії в вигляді паушального платежу;

$C_p$  – розрахункова ціна ліцензії у вигляді роялті;

$K_d$  – коефіцієнт дисконтування, який розраховується за формулою:

$$K_d = \frac{1}{\left(1 + \frac{i_t}{100}\right)^t} \quad (4)$$

де  $t$  – розрахунковий період;

$i_t$  – ставка дисконту в  $t$ -му періоді, %.

Ставка дисконту, як правило, обчислюється в кожному конкретному випадку і враховує так звану безризикову ставку і можливі ризики ліцензіата щодо освоєння предмету ліцензії (технології). Слід враховувати три групи ризиків: фінансовий, операційний і ризик, пов'язаний з науково-технічним прогресом.

Фінансовий ризик пов'язаний з інфляційними процесами. Операційний ризик визначається:

- можливою зміною очікуваного технологічного ефекту;
- ризик освоєння ліцензії;
- ринковий ризик реалізації продукції по ліцензії.

Ризик, пов'язаний з науково-технічним прогресом, визначається можливістю появи нових більш ефективних технологій протягом дії ліцензії, що купується.

Сам по собі паушальний платіж використовується доволі рідко, тому що не відповідає дійсній вартості об'єкта, що передається за ліцензійним договором, і є явно не вигідним для власника об'єкта права інтелектуальної власності, якщо обсяг використання предмета ліцензії істотно розширюється. В той же час паушальний платіж застосовують у тих випадках, коли ліцензіатом є компанія, невідома на ринку, і маються сумніви, чи вдасться їй налагодити впровадження технології, успішний випуск і комерційну реалізацію продукції по ліцензії, а також коли проконтролювати обсяг випущеної по ліцензії продукції вкрай складно і ліцензіару не гарантується одержання необхідних для розрахунку даних.

Виплата ліцензійної винагороди при паушальних платежах, як правило, здійснюється у наступному співвідношенні:

- 10 – 30% сплачуються при підписанні ліцензійного договору;
- 40 – 60% сплачуються при підписанні акту з прийняття технічної документації;
- 10 – 30% сплачуються при підписанні акту про початок випуску ліцензійної продукції.

Ціна ліцензії при паушальних платежах завжди буде нижчою ніж ціна, що буде сплачуватись ліцензіатом періодично (роялті або комбіновані платежі).

### **Ціна ліцензії при комбінованих платежах**

Слід мати на увазі, що найбільш популярною формою виплат за ліцензію вважаються комбіновані платежі, тому що саме такі платежі дозволяють врахувати взаємні інтереси обох сторін. В цьому випадку комерційні умови ліцензійного договору передбачають виплату ліцензіатом визначеної фіксованої суми первісного платежу та роялті.

При погодженні ціни ліцензії у формі комбінованих платежів ліцензіату необхідно оцінити загальні розміри і умови платежів у порівняльній формі для різних комбінацій.

Зазвичай, розмір первісного платежу складає 10-30% від ціни ліцензії. Ця сума нерідко розглядається як платіж за розкриття інформації, яка дозволяє потенційному ліцензіату оцінити технологію. Ліцензіар переважно розглядає такий платіж як первісну винагороду за надані права.

Якщо сума первісного платежу вважається передоплатою чи авансом відносно до роялті, то з урахуванням такої виплати визначається новий розмір ставки роялті:

$$P_1 = \frac{70 \div 90}{100} * P * 100\%. \quad (5)$$

Підсумовуючи вищевикладене зазначимо: позиції партнерів при підписанні ліцензійного договору, у тому числі необхідність для ліцензіата в придбанні ліцензії,

наявність конкурентів у ліцензіата або ліцензіара, економічний стан партнерів, досвід продажу або закупівлі ліцензій, наявність у обох сторін висококваліфікованих фахівців, інтелектуальної власності, ступінь залежності партнерів один від одного значно впливають на розмір ліцензійної винагороди. Економічно більш сильний партнер, що має досвід у торгівлі ліцензіями спроможний встановити більш сприятливі для нього умови ліцензійного договору, в тому числі в питаннях остаточної ціни ліцензії.

### **10.5. Об'єкти права інтелектуальної власності - нематеріальні активи підприємств**

Більше ста років тому голова компанії "Quaker" Джон Стюард сказав своєму компаньйону фразу, що стала крилатою: "Якби ми зараз розділили наш бізнес, я віддав би тобі землю, цеглу та обладнання, а собі забрав би всі бренди і торговельні марки. І я став би успішнішим, ніж ти". Він чітко усвідомлював, що вартість його компанії залежить у першу чергу від речей, що ніяк не можна назвати матеріальними.

Кожна компанія має портфель активів, котрий містить як матеріальні, так і нематеріальні активи, включаючи інтелектуальну власність. Ці об'єкти можуть суттєво збільшувати прибутки від коштів, вкладених інвесторами. Компанії які це не усвідомлюють або не розуміють наявності такого потенціалу, ризикують втратами доходів, погіршенням своїх позицій, зниженням ринкових цін, а також можливим крахом.

Відповідно до Загальноприйнятих принципів бухгалтерської звітності (або GAAP), активи складаються з:

- 1) поточних активів;
- 2) власне підприємства, майна й устаткування (відповідає матеріальним активам);
- 3) інших активів (відповідає нематеріальним активам).

У 1960-ті роки хвиля корпоративного злиття та поглинання фірм засвідчила необхідність перегляду обліку нематеріальних активів. У 1981 році Великобританія прийняла Закон про компанії, який дозволяв фірмам включати нематеріальні активи до своїх балансових рахунків. Однак розробку спеціальних стандартів для обліку таких об'єктів уряди розпочали не раніше 1990 року. Протягом останнього десятиріччя, коли економіка і бізнес стали орієнтуватися на одержання додаткової вартості й надання послуг та застосовувати наукомісткі технології, частка нематеріальних активів відносно матеріальних об'єктів значно збільшилася.

Оскільки об'єкти інтелектуальної власності беруть пряму та опосередковану участь у виробництві та створенні матеріальних благ, забезпечують можливість отримання економічних вигід, вони повинні відображатися в бухгалтерському обліку підприємства.

У 1993 році у США прийнято зведений закон про координацію бюджетів, який запроваджував дефініції для ряду класів нематеріальних активів (в тому числі інтелектуальної власності) і дозволяв компаніям проводити амортизацію вартості таких об'єктів.

Відсутність надійних і широко вживаних норм для нематеріальних активів призвела до розбіжностей між оцінкою залишкової вартості основного капіталу та їхньою ринковою вартістю. Наприклад аналіз рахунків 350 найбільших фірм Великобританії, що мають сукупну вартість в 2167 мільярдів доларів США, виявив, що загальна вартість активів, показана в підсумкових балансах, становить 603 мільярда доларів США, а нематеріальних активів – лише 38,9 мільярда доларів. Це порушило питання про незрозумілу розбіжність між ринковою вартістю продажу й даними в балансах стосовно активів, яка становила 1500 мільярдів доларів США, або 72%.

На міжнародному рівні Міжнародний комітет із стандартів і звітності (IASB)<sup>1</sup> у 1998 році опублікував стандарт IAS38, котрий є переглянутим стандартом щодо нематеріальних активів. Згідно цього стандарту нематеріальний актив має визнаватися у фінансових звітах лише в тих випадках, коли він може ідентифікуватися як контрольований й чітко відрізняється від гудвілу (goodwill), тобто репутації і ділових зв'язків компанії. Нематеріальні активи підлягають амортизації протягом розрахункового строку їх корисного використання. За даними, що розкривають нематеріальні активи. Користувачі мають розуміти, про які види нематеріальних активів, що підлягають обліку у фінансових звітах, йдеться, а також як змінюється їхня облікова вартість протягом року.<sup>2</sup>

Бухгалтерський облік нематеріальних активів в Україні приведений з 2000 року до міжнародних стандартів. Методологічні засади формування у бухгалтерському обліку інформації про нематеріальні активи і незавершені капітальні інвестиції в нематеріальні активи та розкриття інформації про них у фінансовій звітності визначає Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 8 "Нематеріальні активи", затверджене наказом Міністерства фінансів України від 18 жовтня 1999 року N 242 (далі – ПБО 8).

Основною особливістю бухгалтерського обліку інтелектуальної власності є те, що обліку підлягають не самі об'єкти інтелектуальної власності, а майнові права на них.

Об'єкти права інтелектуальної власності відповідно до ПБО 8 визнаються нематеріальним активом підприємства (зараховуються на баланс), якщо вони можуть бути ідентифіковані, утримуються підприємством з метою використання протягом більше одного року, існує ймовірність одержання від їх використання майбутніх економічних вигід та їх вартість може бути достовірно визначена. Тобто за відсутності однієї із зазначених ознак, наприклад вартості, об'єкт права інтелектуальної власності в бухгалтерському обліку активом не визнається.

Підприємства отримують нематеріальні активи в результаті:

- розробки об'єкта на підприємстві, тобто створення власними силами;
- внесення об'єкта права інтелектуальної власності у статутний капітал;
- покупки (патентів, свідоцтв, ліцензій тощо);
- обміну на подібні чи неподібні об'єкти;
- об'єднання підприємств;
- безоплатної передачі прав від фізичних або юридичних осіб.

Згідно з ПБО 8 нематеріальний актив, який створюється на підприємстві в результаті розробки, відображається в балансі, якщо підприємство має:

- намір, технічну можливість та ресурси для доведення нематеріального активу до стану, у якому він придатний для реалізації або використання;
- можливість отримання майбутніх економічних вигід від реалізації або використання нематеріального активу;
- інформацію для достовірного визначення витрат, пов'язаних з розробкою даного активу.

Якщо нематеріальний актив не відповідає зазначеним критеріям, то витрати, пов'язані з його придбанням або створенням, визнаються витратами того звітного періоду, протягом якого вони були здійснені, без визнання таких витрат в майбутньому нематеріальним активом.

---

<sup>1</sup> Комітет IASB утворено у 1973 р. за згодою професійних бухгалтерсько-ревізійних органів Австралії, Канади, Франції, Німеччини, Японії, Мексики, Нідерландів, Великобританії і США. Його метою стала уніфікація принципів обліку і звітності, які підприємства бізнесу та інші організації в усьому світі мають використовувати для фінансової звітності.

<sup>2</sup> Каміл Ідріс Інтелектуальна власність – потужний інструмент економічного зростання. – Всесвітня організація інтелектуальної власності, пер. з англ., Укрпатент, 2006 – 371 с.

Придбані або створені нематеріальні активи зараховуються на баланс за первісною вартістю. Особливості визначення первісної вартості нематеріального активу залежать від способу його одержання (табл. 4). Проте в будь-якому випадку у вартість нематеріального активу не включаються відсотки за кредит, який підприємство використовувало для його придбання (створення) і курсові різниці, якщо актив був придбаний з оплатою в іноземній валюті. У першому випадку відсотки за кредит завжди відображаються у складі фінансових витрат, а курсові різниці, що виникнуть при розрахунках за нематеріальний актив, - у складі інших доходів (витрат) звичайної діяльності.

Дата здійснення оцінки	Нематеріальний актив							
	створений власними силами	отриманий іншим шляхом						при об'єднанні підприємств
		придбаний за грошові кошти	в обмін на подібний актив	в обмін на неподібний актив	безкоштовно	як внесок до статутного капіталу		
<b>В обліку</b>								
При первісному визнанні (на дату здійснення господарської операції)	Первісна вартість							
	Прямі витрати на оплату праці + прямі матеріальні витрати, інші витрати, безпосередньо пов'язані зі створенням цього активу	Ціна придбання – отримані знижки + непрямі податки та мита, що не відшкодовуються + інші витрати, безпосередньо пов'язані з придбанням активу та доведенням його до стану придатності для використання за призначенням	Залишкова вартість переданого активу (якщо вона дорівнює справедливій вартості)	Справедлива вартість переданого активу (якщо вона менше його залишкової вартості)	Справедлива вартість переданого активу +(-) отримана (передана) сума грошових коштів	Справедлива вартість	Справедлива вартість, узгоджена з засновниками (учасниками)	Справедлива вартість
<b>В обліку (подальші витрати)</b>								
Протягом звітного року	Первісна вартість нематеріального активу + Витрати на удосконалення нематеріальних активів, підвищення їх можливостей і терміну корисної експлуатації, які сприяють збільшенню первісно очікуваних майбутніх економічних вигод							
<b>У фінансовій звітності (балансі)</b>								
На дату балансу	Балансова вартість = Первісна (переоцінена) вартість – накопичена (переоцінена) амортизація							

Табл. 4 Оцінка нематеріальних активів у обліку та звітності згідно П(С)БО

Зазвичай, балансова вартість нематеріального активу не відповідає його ринковій вартості. Це насамперед стосується таких об'єктів як торговельні марки та комерційні найменування. Вартість саме цих об'єктів, у разі успішного бізнесу значно зростає. Прикладом є інформація з табл. 1 - найдорожчі бренди світу у 2008 році. Тож згідно міжнародних стандартів, і в нашому законодавстві (ПБО 8) передбачена можливість переоцінки нематеріальних активів за справедливою, тобто ринковою вартістю. «Підприємство може здійснювати переоцінку за справедливою вартістю на дату балансу тих нематеріальних активів, щодо яких існує активний ринок».

*Справедлива вартість нематеріального активу* – це сума, за якою актив може бути обміняний чи отриманий в операції між незалежними та зацікавленими сторонами. Основною проблемою переоцінки таких активів є наявність активного ринку.

*Активний ринок* — ринок, якому притаманні такі умови:

- предмети, що продаються та купуються на цьому ринку, є однорідними;
- у будь-який час можна знайти зацікавлених продавців і покупців;

- інформація про ринкові ціни є загальнодоступною.

Як бачимо, на сьогодні жодна з ознак активного ринку не виконується. Об'єкти права інтелектуальної власності взагалі не можуть бути однорідними, кожен з них унікальний по суті, а назви охоронних документів (патент або свідоцтво) тільки засвідчують виключні майнові права на зазначені об'єкти. Зацікавлених покупців і продавців знайти можливо, але це потребує значного часу та проведення спеціальних патентних та маркетингових досліджень. Що ж стосується інформації про ринкові ціни, то вона не тільки не є загальнодоступною, а навпаки, така інформація бізнесменами в нашій країні вважається комерційною таємницею. Тобто навіть, якщо здійснюються правочини з купівлі-продажу прав інтелектуальної власності, інформація про ціну не розголошується.

Відображення в бухгалтерському обліку прав інтелектуальної власності на об'єкт дає змогу:

- документально підтверджувати витрати підприємства на розробку (незавершені капітальні інвестиції в нематеріальні активи) або придбання об'єктів права інтелектуальної власності;
- здійснювати амортизацію нематеріальних активів у встановленому порядку залежно від терміну їх корисного використання, а отже, створювати відповідні амортизаційні фонди для подальшого оновлення нематеріальних активів;
- отримувати додаткові прибутки від передачі прав на використання об'єктів інтелектуальної власності;
- сплачувати фізичним особам авторські винагороди;
- здійснювати інші комерційні операції з об'єктами права інтелектуальної власності (застанова, страхування, продаж тощо);
- підвищити ринкову вартість бізнесу (саме цей вид капіталу здатний забезпечувати підприємству високу ринкову вартість, конкурентні переваги та ключові позиції на ринку).

Не визнаються нематеріальним активом, а підлягають відображенню у складі витрат того звітного періоду, в якому вони були здійснені:

- витрати на дослідження;
- витрати на підготовку та перепідготовку кадрів;
- витрати на рекламу та просування продукції на ринку;
- витрати на створення, організацію та переміщення підприємства або його частини;
- витрати на підвищення ділової репутації підприємства (гудвіл), вартість видання;
- витрати на створення торговельних марок.

Обов'язковою ознакою нематеріального активу є відсутність матеріальної форми по відношенню до будь-якого об'єкту, що приймається на облік, проте, повинні бути документи, що його ідентифікують, тобто підтверджують існування самого об'єкту та права підприємства на його використання в тій чи іншій формі.

До таких документів відносяться, насамперед, документи, що підтверджують ті чи інші майнові права підприємства (патенти, свідоцтва, ліцензії тощо), а також описують нематеріальний актив або порядок його використання.

### **Питання для самоконтролю:**

1. Роль інтелектуальної власності в сучасній економіці.
2. Що розуміють під комерціалізацією інтелектуальної власності.
3. Хто є суб'єктами комерціалізації інтелектуальної власності.
4. Основні форми комерціалізації інтелектуальної власності.
5. Переваги використання інновацій у власному виробництві.
6. Торгівля ліцензіями.
7. Види ліцензійних платежів.

8. Які права отримує власник об'єкта права інтелектуальної власності при внесенні їх у статутний капітал підприємства?
9. Яку форму комерціалізації необхідно обрати правовласнику, якщо він не в змозі самостійно використовувати об'єкт права інтелектуальної власності?
10. Що є комерційна концесія (франшіза)?
11. Для яких цілей проводиться оцінка вартості прав інтелектуальної власності?
12. Основні підходи до оцінки об'єктів права інтелектуальної власності.
13. Назвіть основні методи витратного підходу.
14. Назвіть основні методи доходного підходу.
15. Організація оцінки інтелектуальної власності.
16. Яку інформацію необхідно проаналізувати в процесі проведення оцінки?
17. Визначення ціни ліцензії на базі роялті.
18. Як визначають ставку роялті?
19. Фактори, які впливають на розмір ліцензійної винагороди.
20. Визначення ціни ліцензії на основі розміру прибутку ліцензіата.
21. Ціна ліцензії при паушальних платежах.
22. Ціна ліцензії при комбінованих платежах.
23. Нематеріальні активи підприємства.
24. За яких умов нематеріальний актив слід відображати в балансі підприємства?
25. Дайте визначення справедливій вартості нематеріального активу.
26. Як формується первісна вартість нематеріального активу?
27. Які витрати не визнаються нематеріальним активом?
28. Які документи необхідні для ідентифікації нематеріального активу?

#### **Рекомендована література:**

1. Каміл Ідріс Інтелектуальна власність – потужний інструмент економічного зростання. – Всесвітня організація інтелектуальної власності, пер. з англ., Укрпатент, 2006 – 371 с.
2. Всесвітня організація інтелектуальної власності: Основи інтелектуальної власності К.: Видавничий дім «Ін-Юре», 1999.
3. Право інтелектуальної власності. Академ. курс; Підручник для студентів вищих навч. закладів /За ред. д.ю.н. О.П.Орлюк, д.ю.н. О.Д.Святоцького. - К.: Видавничий Дім "Ін Юре". 2006. -720 с.