

тает, в связи с чем нужно развивать систему рефинансирования коммерческих банков, чтобы они получали доступ к ликвидности».

«Экономическое чудо» быстрого восстановления разрушенных войной стран Западной Европы стало возможным благодаря механизму рефинансирования коммерческих банков под векселя промышленных предприятий, которые переучитывались центральными банками этих государств. Столь же стремительный послевоенный подъем Японии был обеспечен дешевыми кредитными ресурсами, создававшимися государственной кредитно-финансовой системой на основе долгосрочных сбережений граждан. Сегодняшний рост экономики Китая питается эмиссией кредитных ресурсов, предоставляемых под низкий процент на цели модернизации производственных предприятий также через государственные банки» [7, стр. 137].

Намеченный Президентом рост экономики в 5-6% возможен в случае существенного роста кредитования нефинансового сектора экономики за счёт частичного распечатывания резервов, смягчения денежно-кредитной политики и резкого увеличения государственных инвестиций в инфраструктурные проекты.

Список литературы.

1. Бюллетень банковской статистики с 2006 г. по 2013 г.
2. Ведомости № 108 от 19 июня 2014.
3. Ведомости № 121 от 8 июля 2014.
4. Ведомости № 71 от 22 апреля 2014.
5. Ведомости № 158 от 28 августа 2014.
6. Ведомости № 53 от 27 марта 2014.
7. Глазьев С.Ю. Стратегия опережающего развития России в условиях глобального кризиса. М. Экономика. 2010.
8. С. Журавлев, А. Ивантер. Предпоследняя надежда. Эксперт № 29 от 22-28 июля 2013. - 15-19 с.
9. Е. Обухова, Е. Огородников. Всё ради роста. Эксперт № 25 от 24-30 июня 2013. - 42-43 с.
10. Петраков Н.Я, Избранное в 2-х томах. М.-СПБ., 2012.
11. Россия в цифрах, 2014. - 41-42 с.
12. Соловьева С.В. Антиинфляционная политика Центрального банка РФ и проблемы экономического роста. Региональные проблемы преобразования экономики. № 6, Махачкала. 2014.

УПРАВЛЕНИЕ СТОИМОСТЬЮ ПАТЕНТА В РАМКАХ КОММЕРЦИАЛИЗАЦИИ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ

Спиридонова Екатерина Анатольевна

Канд. э. наук, доцент Санкт-Петербургского Государственного Университета

MANAGEMENT OF PATENT VALUE WITHIN THE COMMERCIALIZATION OF INTELLECTUAL PROPERTY

Spiridonova Ekaterina, Candidate of Science, associate professor of St. Petersburg State University, St. Petersburg

АННОТАЦИЯ

В статье анализируются особенности оценки стоимости патента в интересах венчурного инвестора, а также кредитора. Идентифицированы ключевые направления управления патентом с целью максимизации его стоимости.

ABSTRACT

The specificity of patent valuation on behalf of venture investor and creditor is being analyzed within the article. Key directions of patent value management are identified.

Ключевые слова оценка стоимости патента, коммерциализация интеллектуальной собственности

Key words valuation of patent value, intellectual property commercialization

Роль интеллектуальной собственности в современном мире год от года возрастает, о чем свидетельствует количество сделок, предметом которых выступают права на результаты интеллектуальной деятельности (РИД), а также положительная динамика доли нематериальных активов в общей структуре активов компаний, причем не только высокотехнологичных и наукоемких. Так, по данным консалтинговой компании Interbrand, процентное соотношение материальных и нематериальных активов в компании British Petroleum равно 29/69, в компании IBM – 17/83, в компании Coca-Cola – 4/96 [1].

Тема интеллектуальной собственности подробно анализируется в литературных источниках. Так, вопросам оценки интеллектуальной собственности посвящены работы С.А. Смирнова, Г.Г. Азгальдова, Н.Н. Карповой, С.В. Валдайцева. Процессы коммерциализации РИД - работы Ю.А. Варфоломеевой, С.И. Карпухиной В.И. Мухина. Также можно выделить ряд зарубежных авторов, активно занимающихся аспектами использования интеллектуальной собственности, таких как Л. Эдвинсон, М.Малоне, Р. Каплан, Д. Нортон, М. Зак, К. Свейби и многие другие.

В данной работе мы попытаемся доказать важность не только грамотной оценки стоимости патента, но и попытаемся идентифицировать основные направления ее максимизации.

Прежде всего, необходимо разобраться с тем, почему факт наличия патента, при прочих равных условиях, повышает эффективность процесса коммерческого использования РИД. Во-первых, наличие патента, безусловно, способствует созданию инновационной монополии, защищая владельца РИД на какой-то период времени от конкурентов, которым понадобится время на повторную разработку, промышленный шпионаж или переговоры с владельцем о возможности приобретения лицензии. Во-вторых, открытость патентной информации повышает достоверность того, что компания на самом деле занимается перспективными исследованиями и разработками, и соответственно, фондовый рынок с большей степенью доверия отнесется к перспективам появления новой продукции на основе целевых патентов. (При этом, с другой стороны, та же открытость в случае незонтичного патента увеличивает риски разблокирования инновацион-

ной монополии конкурентами). В-третьих, патент повышает конкурентоспособность высокотехнологичной продукции, относящейся к товарам-доверия, по которым «потребителям необходимы свидетельства государственных органов если не о качестве товаров, то хотя бы о научности заложенных в продукции технических решений. В роли таких свидетельств и выступают патенты». [2, с. 38]

В-четвертых, и тут мы как раз обращаемся к стоимости патента, факт его наличия может повлиять на возможности компании по привлечению финансирования. Патент может выступать предметом залога при привлечении банковского кредита. На сегодняшний день подобная залоговая практика не имеет должного распространения, во-первых, из-за возможных проблем, с которыми может столкнуться залогодержатель при реализации предмета залога, а во-вторых, из-за сложности оценки стоимости патента. Несмотря на все сложности, для многих компаний, желающих привлечь банковское финансирование для организации коммерциализации интеллектуальной собственности, патент может выступить единственной возможностью убедить банк предоставить необходимые финансовые ресурсы. Если речь идет о небольших и недиверсифицированных компаниях, не располагающих альтернативными активами, (дорогостоящие специальные производственные активы, с которыми часто связана реализация инновационного проекта, как правило, на начальном этапе отсутствуют и именно для их приобретения и привлекается кредит), то именно патент зачастую выступает самым дорогостоящим потенциальным предметом залога.

Патент также является объектом детального анализа для потенциального венчурного инвестора, особенно на ранних этапах, например start-up, когда бизнес-план проекта по коммерциализации целевого РИД, если и разработан, то имеет крайне невысокую степень достоверности. В данном случае венчурный инвестор вполне осознает, что определение стоимости дивести́рования (exit value) методом капитализации денежных потоков, а также методом рынка капитала весьма затруднительно в силу большой неопределенности результатов. Общеизвестно, что венчурные инвесторы изначально готовы к возможным потерям капитала, так как обеспечивают свою доходность большой степенью диверсификации портфеля вложений. Но зачастую венчурный инвестор не в состоянии получить прибыль от вложения в проект не потому что целевой РИД потерпел фиаско, а из-за того, что инициаторы проекта не смогли грамотно организовать процесс его коммерциализации. В данном случае вполне вероятно, что инвестор захочет спроецировать свои права по доле в уставном капитале на права интеллектуальной собственности.

Поскольку оценка патента в интересах привлечения финансовых ресурсов, как со стороны венчурного инвестора, так и со стороны банка сводится к определению стоимости прав интеллектуальной собственности, наиболее адекватным методом оценки выступает метод упускаемых роялти, согласно которому стоимость прав на патент, определяется как:

$$C_{\text{пат}} = \sum \frac{R * EAS - C}{(1 + i)^t} \quad (1)$$

$C_{\text{пат}}$ – стоимость патента

R – ставка роялти

EAS – expected annual sales – ожидаемый годовой объем продаж

C – затраты на патентный мониторинг

i – ставка дисконтирования

t – срок использования РИД

Стоит отметить, что в данном случае оцениваются именно права на патент, то есть потенциальный доход, который может получить владелец этих прав от переуступки их третьим лицам по договору лицензии. Таким образом, патент оценивается в отрыве от конкретного проекта по его коммерциализации и рассматривается с учетом принципа наиболее эффективного использования.

Рассмотрим основные факторы, влияющие на стоимость патента, а также определим основные направления их оптимизации.

Ставка роялти в контексте метода определяется на основе среднеотраслевого значения, поскольку ее обоснование методом дополнительной прибыли невозможно в связи с отсутствием информации о конкретном лицензиате. Очевидно, что величина ставки колеблется в зависимости от отрасли и традиционно больше в высокотехнологичных отраслях, таких как фармацевтика, авиатехника, информационные технологии. Поэтому еще на стадии выбора направления НИОКР целесообразно анализировать разброс ставок роялти по потенциальным лицензионным контрактам.

Помимо среднего значения отраслевых ставок роялти стоит принимать во внимания и предпочтения венчурных инвесторов, которые по статистике 2013 года в большей степени заинтересованы в размещении ресурсов в сфере потребительского рынка, а также в отраслях информационно-коммуникационных технологий (65% от всех вложений). При этом объем вложений в отрасли производства промышленного оборудования составил лишь 7,7% [3]

Необходимо помнить, что величина отраслевой ставки роялти в рамках метода может корректироваться в зависимости от производственных рисков, поэтому менеджмент, нацеленный на максимизацию стоимости патента, должен содействовать повышению степени воплощенности разработки в конкретных материальных свидетельствах (технической документации, макетах, опытных образцах и проч.), позволяющих лицензиату быстро наладить серийное производство.

Ожидаемый объем продаж по лицензии определяется как произведение цены реализации на прогнозную долю от общей емкости рынка. Для расчета и оптимизации данных параметров необходимо проведение маркетингового исследования. Во-первых, необходимо определить заинтересованность рынка в продукции, выпускаемой на основе патента – осуществить процесс сегментирования и рассчитать потенциальную емкость. Данные маркетинговые мероприятия могут осложниться тем, что зачастую потребность, удовлетворяемая продукцией, выпускаемой на основе прорывного РИД, может являться неосознанной. В данном случае, прежде всего целесообразно убедиться в платежеспособности сегментов, а также определить степень глубины барьеров восприятия. Во-вторых, стоит провести анализ конкурентоспособности, идентифицировав основных конкурентов, а также сопоставив функциональный потенциал целевой продукции с товарами-субститутами. В-третьих, имея всю необ-

ходимую информацию, становится возможным определить справедливую рыночную долю, которую сможет занять на рынке продукция, выпускаемая на основе патента, по формуле

$$d = \frac{CSI_{oc} / p_{oc} * E}{\sum CSI_i / p_i} \quad (2)$$

d – справедливая рыночная доля

CSI_{oc} – consumer satisfaction index - степень удовлетворения потребителя оцениваемой продукцией

CSI_i – степень удовлетворения потребителя продукцией i -го конкурента

P_{oc} – цена оцениваемого продукта

P_i – цена продукции i -го конкурента

E – коэффициент эластичности спроса

Очевидно, что справедливая рыночная доля определяет именно маркетинговый потенциал целевой продукции, выпускаемой на основе патента. В данном случае производственно-технические возможности компании владельца в расчет не принимаются и делается допущение, что возможный лицензиат (лицензиаты) смогут обеспечить выпуск продукции на уровне, соответствующем уровню спроса.

Как видно, главными параметрами управления выступают показатель CSI (который в большей степени зависит не от менеджмента, а от научно-технического персонала, занимающегося разработкой концепции продукта) и цена, которая как раз может выступить объектом анализа для менеджмента.

При рассмотрении первого параметра необходимо помнить о том, что научно-технический уровень технологии и степень удовлетворения потребителя конечной продукции, выпускаемой на ее основе - коррелирующие, но не тождественные характеристики. «В данном случае акцент смещается на то, насколько выпускаемая по приобретенной технологии продукция соответствует ожиданиям покупателя. Технология может иметь высокий научно-технический уровень, но при этом не соответствовать ожиданиям потребителя в отношении показателя цена/качество». [4 с. 390]

При планировании цены, понижение которой, при прочих равных, способствует росту рыночной доли, стоит, прежде всего, принимать во внимание степень эластичности спроса по цене.

Фактором, снижающим достоверность подобного способа расчета ожидаемого объема продаж, выступает то, что с момента определения справедливой рыночной доли до момента фактического появления товара на рынке может измениться и состав конкурентов, и уровень конкурентоспособности целевой продукции, и ценовая конъюнктура. Кроме того, в случае если технология не является полностью завершённой на момент оценки, существует риск недостижения плановых технико-экономических характеристик. Поэтому лицу, заинтересованному в оценке стоимости патента, необходимо, во-первых, учитывать тренд развития рыночной ситуации, а во-вторых, проводить мониторинг состояния целевой технологии.

Затраты на патентный мониторинг включают в себя затраты на трансакции, связанные с контролем над соблюдением прав интеллектуальной собственности (исследование рынка на предмет появления параллельных патентов, мониторинг использования интеллектуальной

собственности лицензиатами, юридические издержки, связанные с преследованием нарушителей прав). В случае если права на патент переходят к венчурному инвестору или кредитору, именно они будут вынуждены нести затраты на патентный мониторинг. Минимизация данных затрат, прежде всего, связана с плотностью патентной защиты. В случае если запатентовано только базовое техническое решение (а именно так преимущественно бывает в рамках проектов по коммерциализации РИД малыми инновационными предприятиями в силу желания разработчиков сэкономить на затратах на регистрацию и поддержание патента), конкуренты получают возможность осуществить повторные разработки и оформить патенты на себя. Особенно сильны подобные риски в случае переступки прав на подобные патенты по предмету лицензии, а именно с подобным вариантом коммерциализации и столкнется венчурный инвестор или кредитор в случае неуспеха базового проекта по коммерциализации. Возможностью снизить данные риски, а также затраты на патентный мониторинг, что в свою очередь увеличит стоимость патента, выступает оформление зонтичного патента, охраняющего всю совокупность технических решений по разработке.

Ставку дисконтирования при определении стоимости патента целесообразно определять способами, учитывающими преимущественно отраслевые риски бизнеса (например, метод CAPM, обратное соотношение цена/прибыль, прямой метод выставления ставки по доходности корпоративных облигаций), поскольку в данном случае у оценщика отсутствует информация о лице, который будет организовывать бизнес на основе РИД. В контексте метода ставка дисконтирования выступает расчетным параметром, но не объектом управления.

Срок использования РИД адекватно определять не как юридический срок службы патента, а как экономический срок его использования. В данном случае необходимо принимать во внимание средний срок морального старения технологии в целевой отрасли. Данный фактор слабо поддается управлению, поскольку преимущественно зависит от отраслевой конъюнктуры. Единственной возможностью продлить срок возможного получения доходов от предоставления прав на патент является своевременное внесение модернизаций и модификаций в технологическую концепцию.

Обозначенные аспекты управления патентом, включающие в себя форсирование продвижения разработки по стадиям инновационного цикла с целью повышения степени воплощенности РИД, увеличение степени плотности патентной защиты, прогнозирование рыночной доли, которую сможет занять на рынке целевая продукция, и ряд других, способны в значительной степени повлиять на стоимость патента, которая выступает важным индикатором не только для венчурного инвестора и кредитора, но прежде всего, для самого владельца, позволяя ему привлечь дополнительные источники финансирования, а также максимизировать доход от коммерциализации прав интеллектуальной собственности.

Список литературы:

1. URL: www.interbrand.com
2. Валдайцев С.В. Оценка интеллектуальной собственности: учебник. М.: Экономика, 2009. - 471 с.
3. www.rusventure.ru
4. Маркетинг инноваций: учебник и практикум. Под ред. Молчанова Н.Н. М.: Юрайт, 2014. - 528 с.