

**ФИНАНСИРОВАНИЕ ПОД НЕМАТЕРИАЛЬНЫЕ АКТИВЫ  
ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ:  
ВОЗМОЖНОСТИ МАСШТАБИРОВАНИЯ БИЗНЕСА**

**Н.А. Маалуф**

*ведущий специалист управления организации мероприятий  
и международного сотрудничества, государственное учреждение  
«Национальный центр интеллектуальной собственности»  
n.maaluf@ncip.by*

Аннотация. В данном материале рассматриваются отдельные аспекты оценки нематериальных активов организации при создании объектов интеллектуальной собственности. Описан международный опыт на примере статистических данных Великобритании с точки зрения финансовой перспективности оценки результатов интеллектуальной деятельности. Сделан вывод о целесообразности использования приведенных методов расчета для оценки таких активов белорусских предприятий.

**Ключевые слова:** нематериальные активы; объекты интеллектуальной собственности; оценка; гудвилл; НИР/НИОКР; нормативно-правовая база.

Annotation. This thesis gives an overview of several aspects in intangible assets valuation resulting from intellectual property objects creation. International experience is exemplified by the UK statistics in view of the financial perspectives for outcomes of intellectual activities valuation. Conclusively, it is advised to use approaches described in likewise assets valuation of Belarusian enterprises.

**Keywords:** intangible assets; intellectual property objects; valuation; goodwill; R&D; legal framework.

Нематериальные активы (далее – НМА) являются важной составляющей финансового благополучия любого предприятия, т. к. вне зависимости от размеров предприятия оно производит результаты интеллектуальной деятельности (далее – РИД) и создает объекты интеллектуальной собственности (далее – ОИС). Далеко не каждая компания, тем более представители малого и среднего предпринимательства, во многих странах мира имеет доступ к оценочной деятельности своих активов, обладает самостоятельными навыками оценки ОИС, может правильно осуществить ценообразование с учетом влияния стоимости НМА на формирование цены и тем самым правильно оценить текущую стоимость собственной компании на рынке, тем более разработать долгосрочную дальновидную стратегию управления НМА, учитывая реальное знание их стоимости. Сложность расчета обоснованного и достоверного значения стоимости ОИС и НМА, в частности, зависит от целого комплекса специальных знаний, навыков и обстоятельств, в том числе:

- наличия специализированных знаний в области оценочной деятельности в сфере интеллектуальной собственности;
- знания основных принципов управления НМА с учетом специфики и практического правоприменения национального законодательства;

- наличия возможности воспользоваться услугами профессионального оценщика НМА;
- пригодности сформированной, хорошо структурируемой и доступной к проведению расчетов самой базы оценки;
- владения такими разработанными и используемыми в практике оценки НМА экономическими показателями, как, например, увеличение капитализации компании, выделение дополнительных активов, имеющих самостоятельный коммерческий интерес, оценка размера материального ущерба при незаконном использовании НМА третьими лицами [1];
- наличия возможности использовать научно разработанные подходы и методы, применяемые при оценке НМА. В частности, таковыми являются анализ потребности в НМА, их правовой защищенности, структуры, динамики объема НМА, спроса и предложения НМА, инвестиционный анализ, изучение структуры доходов от их использования, анализ эффективности использования НМА, влияние их использования на конечные результаты деятельности компании и ее финансовое состояние [2];
- способности к «доказательству фактов противоправного использования интеллектуальной собственности» [3, с. 5];
- знания и возможности использования методов оценки ущерба от контрафактных действий [3].

На сегодняшний день оценка НМА является не столь редкой темой исследований, как это было ранее. В российской библиографии можно найти различную литературу по таким темам, как НМА в бухгалтерском и налоговом учете (Гладышева Ю.П.), оценка интеллектуальной собственности и НМА (Козырев А.Н., Макаров В.Д., Смирнова С.А., Шипова Е.В., Кузин Н.Я., Учинина Т.В., Толстых Ю.О.). Некоторые российские авторы относят оценку НМА к теории человеческого капитала (Корицкий А.В.). В зарубежной библиографии можно выделить три основных направления, в которых проводится изучение вопроса оценки НМА и интеллектуальной собственности. Это непосредственно сами исследования, материалы исследований консалтинговых групп и статистические отчеты как частных компаний, так и государственных организаций. Темы исследований в сфере оценки НМА охватывают такой широкий спектр вопросов, как оценка эффективности патентования и присвоения секретов производства (Арундель), оценка инвестирования в НМА и их охрана (Чемберлейн Г., Клейтон Т., Коэн У.М., Нельсон Р.Р.), НМА в бухгалтерском учете (Гудридж П., Коррадо С.), оценка уровня продуктивности и инноваций при использовании НМА (Гудридж П., Гаскел Дж.), инвестирование в НМА, управление, оценка и отчетность (Лев Б.). Среди наиболее интересных материалов консалтинговых групп (Boston Consulting Group, Millward Brown, PriceWaterHouseCoopers, Thomson Reuters) можно выделить такие темы, как НМА и природа инновационных компаний, становление глобальных брендов, будущее патентных споров в контексте ноу-хау, патентные портфолио компаний и их НМА.

В Республике Беларусь в исследовательском поле в сфере оценки НМА находятся исследования по основам управления ИС и оценке ее значимости (Курдашов В.И., Нечепуренко Ю.В.), вопросы цифровизации образования и оценки ИС (Хацкевич Г.А., Забродская Н.Г.) и оценка стоимости ОИС (Сафронова О.В., Гурина Е.В., Боровская Е.А.).

Оценочная деятельность НМА и бухгалтерского учета РИД в Республике Беларусь на текущий момент регулируется следующими действующими нормативными правовыми актами:

- Указ Президента Республики Беларусь от 13.10.2006 № 615 «Об оценочной деятельности в Республике Беларусь»;
- Постановление Совета Министров Республики Беларусь от 07.05.2007 № 562 «О методах оценки стоимости объектов гражданских прав при осуществлении с ними определенных видов сделок и (или) иных юридически значимых действий»;
- Методические рекомендации по оценке стоимости объектов интеллектуальной собственности (утверждены приказом Государственного комитета по науке и технологиям Республики Беларусь (далее – ГКНТ) от 06.01.2011 № 3);
- Государственный стандарт Республики Беларусь СТБ 52.5.01-2011 «Оценка стоимости объектов гражданских прав. Оценка стоимости объектов интеллектуальной собственности» (утвержден постановлением Государственного комитета по стандартизации Республики Беларусь от 20.01.2011 № 2);
- Государственный стандарт Республики Беларусь СТБ 52.0.01-2017 «Оценка стоимости объектов гражданских прав. Общие положения» (утвержден постановлением Государственного комитета по стандартизации Республики Беларусь от 13.01.2017 № 4);
- Положение о порядке проведения экспертизы достоверности оценки (утверждено постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 10.02.2011 № 173);
- Инструкция по бухгалтерскому учету нематериальных активов, утвержденная постановлением Министерства финансов Республики Беларусь от 30.04.2012 № 25.

Также в целях подготовки предложений по совершенствованию правового регулирования в области оценки, учета и обращения нематериальных активов ГКНТ и Национальным центром интеллектуальной собственности ведется работа по утверждению технического кодекса установившейся практики «Оценка стоимости объектов гражданских прав. Оценка стоимости объектов интеллектуальной собственности».

При оценке НМА одним из важнейших факторов является объект и категория таковой оценки. Понимание и отражение данных в бухгалтерском учете о размере прибыли, которую приносят НМА, прежде всего зависит от конкретной компании, ее производимого продукта либо услуги на рынке. Также эти данные можно получить «при анализе уровня заработной платы той категории сотрудников, которые создают продукцию с более высокой добавленной стоимостью» [4, с. 32].

Формула такого расчета выглядит следующим образом, как по отраслям, так и по отдельным товарам:

$V$  дополнительный доход – трудовой доход – доход от материального капитала = доход от использования НМА.

Также достоверным и надежным источником информации для проведения таких расчетов являются различные национальные официальные статистические данные, с помощью которых можно проанализировать и структурировать

размеры трудовых доходов по отраслям и доходам от материального капитала. В результате правильно проведенных расчетов оставшаяся часть и будет являться показателем дохода от использования НМА.

Методология, изложенная в Докладе Всемирной организации интеллектуальной собственности (далее – ВОИС) 2017 г. о положении в области интеллектуальной собственности в мире «Нематериальный капитал в глобальных цепочках создания стоимости», также дает возможность правильно провести оценку тех НМА, которые во многих странах не относятся к таковым. К этой группе относятся:

- репутация компании;
- портфель ее брендов и имиджа на местном и международном рынке;
- уровень ее технологического превосходства по сравнению с основными конкурентами;

- привлекательность дизайна оформления продукции. Например, если рассматривать развитие бренда одного из ведущих и успешных предприятий молочной промышленности Республики Беларусь – ОАО «Савушкин продукт» с 2005 г., сформировавшегося на базе старейшего белорусского предприятия – Брестского молочного комбината, очевидно, что объем дополнительного дохода от его использования в узнаваемости, продвижении, доверии потребителя и рекламе составляет немалую сумму. Однако в открытых источниках пока не публиковались данные, проводило ли ОАО «Савушкин продукт» либо другое известное белорусское предприятие оценку своих НМА;

- организационные и управленческие ноу-хау, которые могут охраняться с помощью коммерческой тайны [4, с. 35].

В международной практике НМА также делятся на две следующие категории: знаниевые и репутационные активы, последние из которых и являются основой расчета показателя «гудвилл», напрямую влияющего на текущие и будущие показатели общей стоимости компании на рынке. Знаниевые активы включают в себя, например, технологии и дизайн, а также организационные, логистические, управленческие и иные аналогичные ноу-хау. В свою очередь, к репутационным активам относится сформированное у потребителя отношение к бренду компании, степень удовлетворенности историей покупок и ходом эксплуатации продукта под этим брендом, имиджем бренда на местном и международном рынках. Это, безусловно, конкурентные активы, т. к. бренды имеют свою ценность, что-либо повышает, либо понижает стоимость компании, владеющей правами на данный бренд. Такие активы также по-разному «вешают» на локальном и международных рынках «либо вообще могут иметь международную репутацию» [4, с. 38]. В Республике Беларусь к таким компаниям по праву можно отнести ведущих производителей пивоваренной отрасли, а именно ОАО «Пивоваренная компания Аливария», Минская пивоваренная компания ОАО «Криница», ОАО «Лидское пиво».

Управление знаниевыми активами осуществляется с целью:

- получения преимуществ от инвестирования в инновации;
- получения возможности присваивать, т. е. быть правообладателем своих знаниевых активов без надобности передачи прав на них иным лицам. В таком случае правообладатель также не будет иметь обязательств по раскрытию дополнительных сведений о продукте для получения выгоды, если в национальном законодательстве действуют правовые акты о защите коммерческой тайны;

- использования всего спектра преимуществ от таких активов;
- недопущения утечки знаний к конкурентам;
- управления показателями ROI (англ. return on investments, финансовый коэффициент, иллюстрирующий уровень доходности или убыточности бизнеса, учитывая сумму сделанных в этот бизнес инвестиций). Это связано с тем, что помимо понесенных затрат в случае отсутствия у компании эффективной системы контроля за перемещением и использованием принадлежащей ей информации, особенно в категории «секреты производства», этот показатель не только не достигнет отметки больше 100 %, что и есть хороший показатель, но и приведет к колоссальным невозмещаемым убыткам любого инновационного проекта.

Управление репутационными активами осуществляется в целях реализации более масштабной задачи, в частности выработки и реализации стратегии управления знаниями в своей компании. Такое управление может осуществляться в том числе через:

- нераскрытие информации;
- стандартизацию продукции;
- независимую сертификацию поставщиков.

Основными инструментами системы интеллектуальной собственности, обеспечивающими охрану репутационных активов, являются зарегистрированные географические указания (далее – ГУ) и товарные знаки (далее – ТЗ). Отсутствие доступности либо желания у производителей пользоваться возможностями национальной и международной системы регистрации ГУ (Лиссабонская система: международная система наименований мест происхождения и географических указаний) либо ТЗ (Мадридская система – международная система товарных знаков) может привести к мерам излишнего торгового протекционизма, иногда закрытию рынков и полному нераскрытию информации о производимых товарах и услугах.

В пользу перспективности оценочной деятельности НМА говорит статистика Великобритании, где их оценка проводится постоянно и стоимость отражена в состоянии национальных счетов. К НМА Соединенного королевства относятся такие товары и услуги, как программное обеспечение, базы данных, результаты научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ, разведка полезных ископаемых, оригиналы художественных произведений, рассматриваемые под общим названием – продукты интеллектуальной собственности. К категории НМА, однако, не относятся такие понятия, как брендинг, финансовые инновационные продукты, специализированные программы профессиональной подготовки и дизайн; в плане национальных счетов они не отражаются, но учитывают при расчете показателей гудвилла особенно в процессе M&A (англ. mergers & acquisitions – разделение и слияние компаний).

По данным Национальной статистической службы Великобритании, инвестиции в НМА 2019 году составили 168,7 млрд фунтов стерлингов, что на 8,5 млрд фунтов стерлингов больше, чем в материальные ресурсы за тот же отчетный период [5]. Из всех категорий капитализируемых НМА, т.е. превращающих часть прибыли от производства товаров и услуг или ее всю в добавочный капитал, лидирующими активами остаются программное обеспечение и базы данных, объем инвестиций в которые составляет 30,7 млрд фунтов стерлингов. Из некапитализируемых НМА наибольшие инвестиционные вложения осуществля-

ются в организационный капитал – 35,7 млрд фунтов стерлингов [5]. Под организационным капиталом принято понимать человеческие ресурсы конкретной компании, т. е. ее работников, которые выполняют ряд определенных функций, оказывающих средне- и долгосрочное влияние на функционирование компании. К таким функциям согласно исследованиям Организации экономического сотрудничества и развития относятся разработка бизнес-планов и стратегий функционирования и развития компании, организация, планирование и расстановка приоритетов, командообразование, профилирование требуемых индивидуальных компетенций сотрудников, подготовка и реализация учебных программ, наставничество, координация деятельности [6].

При оценке НМА одним из важных ее аспектов является расчет гудвилла (англ. goodwill), который может составлять от 1 до <150 % относительно чистых активов компании. Таким примером стала покупка интернет-ритейлером Amazon сети супермаркетов Whole Foods Market за 13,7 млрд долларов США в 2017 году, когда покупатель заплатил на 9 млрд долларов США больше, чем стоимость самих чистых активов Whole Foods Market, что впоследствии было отражено в бухгалтерской отчетности компании Amazon books как гудвилл [7]. Под определение гудвилла попадает следующая формулировка «гудвилл – стоимостная категория, представляющая разницу между стоимостью фирмы как единого целостного имущественно-финансового комплекса и стоимостью всех ее активов; факторами, определяющими гудвилл, являются: активность деятельности, высокая кредитоспособность, первоклассные кадры, культура обслуживания, порядочность руководства» [3, с. 147].

В наиболее простом виде формула расчета гудвилла осуществляется следующим образом:

$$\text{Гудвилл} = P - (A - L),$$

где P – цена покупки целевой компании;

A – реальная рыночная стоимость активов;

L – реальная рыночная стоимость обязательств.

Расчет гудвилла – это хорошая возможность оценить конечную стоимость бизнеса, отразить это на бумаге и официально заявить о приобретенных возможностях, которые как большая и разнородная группа активов, не обладая какими-либо физическими свойствами, но благодаря экономическим, будут обеспечивать права собственнику, генерировать ему доход и иные выгоды, прежде всего репутационного характера, отождествляя продукт и услугу с качеством организационного капитала или HR-бренда именно с данной организацией. Белорусские компании работают на местном и зарубежных рынках уже не одно десятилетие. Многие из них (от тяжелого машиностроения, микроэлектроники, приборостроения, ИКТ-сферы до производства медикаментов, продуктов питания и товаров народного потребления) имеют широкое географическое присутствие, наработанную клиентскую базу, доверие покупателей, запрос на товар, произведенный в Республике Беларусь. Активно развивается внутренний рынок медицинских, туристических и услуг агротуризма. Все это существенно прибавляет к стоимости чистых активов национальных производителей и дает представление о том, где нужно сконцентрировать усилия на охране прав на создаваемые объекты интеллектуальной собственности и внедрить более эффективные механизмы защиты их. НМА является неотъемлемой частью имуществен-

ного комплекса организации, и при наличии надлежаще оформленных документов, подтверждающих существование самого актива и исключительного права у этой организации на РИД, а также правильно проведенных расчетов их оценки создание новых категорий продуктов и услуг, производство инновационной продукции и внедрение этих разработок становится еще более уникальным и ценным процессом.

### **Список использованных источников**

1. Оценка нематериальных активов / Анализ финансового состояния предприятия. – URL: [https://afdanalyse.ru/publ/finansovyj\\_analiz/1/ocenka\\_nematerialnykh\\_aktivov/17-1-0-271](https://afdanalyse.ru/publ/finansovyj_analiz/1/ocenka_nematerialnykh_aktivov/17-1-0-271) (дата обращения 2023-05-12).
2. Прокопьева, Ю. В. Комплексный анализ эффективности использования нематериальных активов / Ю.В. Прокопьева // Экономический анализ: теория и практика. – 2013. – №29(332). – С. 45–57.
3. Оценка стоимости нематериальных активов и интеллектуальной собственности / Н.Я. Кузин, Т.В. Учинина, Ю.О. Толстых. – М., 2013. – 160 с.
4. Доклад 2017 г. о положении в области интеллектуальной собственности в мире. Нематериальный капитал в глобальных цепочках создания стоимости / ВОИС, 2017. – [https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/ru/wipo\\_pub\\_944\\_2017.pdf](https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/ru/wipo_pub_944_2017.pdf) (дата обращения 2023-05-04).
5. Investment in intangible assets in the UK by industry: 2019. Statistical bulletin / Office for National Statistics, 2019, – URL: <https://www.ons.gov.uk/economy/economicoutputandproductivity/output/bulletins/investmentinintangibleassetsintheukbyindustry/2019/pdf> (дата обращения 2023-05-22).
6. OECD (2015), "Investment in knowledge", in OECD Science, Technology and Industry Scoreboard 2015: Innovation for growth and society, OECD Publishing, Paris, [https://doi.org/10.1787/sti\\_scoreboard-2015-7-en](https://doi.org/10.1787/sti_scoreboard-2015-7-en) (дата обращения 2023-05-22).
7. Hargrave M. Goodwill (Accounting): what it is, how it works, how to calculate // Investopedia – 25.03.2023. – <https://www.investopedia.com/terms/g/goodwill.asp> (дата обращения 2023-05-19).