

23
467
Б.Б. ЛЕОНТЬЕВ

ЦЕНА ИНТЕЛЛЕКТА

**Интеллектуальный
капитал
в российском бизнесе**

- ◆ **ОЦЕНКА**
- ◆ **ОРИЕНТИРЫ**
- ◆ **МОДЕЛИРОВАНИЕ**
- ◆ **ЗАЩИТА ПРАВ**

**ЦЕНА
ИНТЕЛЛЕКТА**



**Леонтьев
Борис
Борисович**

Борис Борисович Леонтьев родился в 1948 году. Имеет высшее образование инженерное, экономическое и оценочное, полученное в Тульском политехническом институте, Московском институте народного хозяйства имени Г.В. Плеханова, Российском государственном институте интеллектуальной собственности. Кандидат экономических наук. Известный специалист по вопросам управления инновационной деятельностью. Одним из первых в стране стал осваивать профессию оценщика и организатора управления интеллектуальной собственностью, основал и возглавил институт того же профиля. Является учредителем и вице-президентом Межрегионального общества оценщиков интеллектуальной собственности, руководит соответствующим подкомитетом Торгово-промышленной палаты Российской Федерации, эксперт Всемирной организации интеллектуальной собственности.

Автор свыше 60 научных трудов и более 200 статей, опубликованных в еженедельнике «Экономика и жизнь», в «Журнале для акционеров», а также в других изданиях. Автор монографий — «Введение в теорию обновления обществом» (апрель 1999 года) и «Аспекты охраны, оценки и управления интеллектуальной собственностью» (октябрь 2001 года). Имеет более чем двадцатилетний опыт инновационной и экспертной деятельности в черной металлургии, легкой, агрохимической промышленности, оказал оценочные и другие консалтинговые услуги, касающиеся интеллектуальной собственности, руководителям более 2000 предприятий.

Б. Б. ЛЕОНТЬЕВ

ЦЕНА ИНТЕЛЛЕКТА

**Интеллектуальный
капитал
в российском бизнесе**

- ◆ **ОЦЕНКА**
- ◆ **ОРИЕНТИРЫ**
- ◆ **МОДЕЛИРОВАНИЕ**
- ◆ **ЗАЩИТА ПРАВ**

**Москва
Издательский Центр
«Акционер»
2002**

УДК 657.922 (075.8)

ББК 65.290-86я73

Л 47

Леонтьев Б.

ЦЕНА ИНТЕЛЛЕКТА. Интеллектуальный капитал в российском бизнесе. М.: Издательский Центр «Акционер». 2002 — с. 200
ISBN 5-901025-16-4

Книга посвящена проблемам повышения эффективности интеллектуальной собственности, используемой отечественными предприятиями в хозяйственной деятельности. Публикуются методические указания, используя которые менеджеры предприятий смогут избегать ошибок и недостатков в учете, оценке этого важнейшего нематериального ресурса как мощного стимулятора инновационного развития производства. Раскрывается существо функций интеллектуальной собственности, экономические, правовые аспекты использования ее конкретных форм в хозяйственной практике, раскрывается теоретическое содержание и практическое значение интеллектуального капитала. В книгу включены статьи, опубликованные в «Журнале для акционеров» в 1996—2002 гг.

Книга рассчитана на широкого читателя, но прежде всего на предпринимателей, руководителей и специалистов предприятий, учащихся и преподавателей экономических и юридических учебных заведений.

ISBN 5-901025-16-4

© Леонтьев Б.Б. 2002

© Издательский Центр «Акционер»,
оформление, 2002

ОГЛАВЛЕНИЕ

| | |
|-------------------------------|----|
| От автора..... | 6 |
| Шесть шагов в другой мир..... | 11 |

ВЕЧНО ОБНОВЛЯЕМОЕ ДОСТОЯНИЕ

| | |
|---|----|
| Цена интеллекта..... | 20 |
| Интеллектуальная собственность в акционерном капитале..... | 31 |

СКОЛЬКО СТОЯТ ПРОДУКТЫ ТВОРЧЕСТВА

| | |
|---|----|
| Оценка нематериальных активов..... | 39 |
| Рынок нематериальных активов..... | 46 |
| Доходный потенциал товарного знака..... | 53 |
| Фантастические коэффициенты..... | 60 |
| Ориентиры для бизнеса..... | 66 |

ФУНКЦИИ И РОЛЬ

ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ

| | |
|--|-----|
| Три модели организации предприятия..... | 75 |
| Самофинансирование инноваций..... | 85 |
| Научно-технические разработки как товар..... | 93 |
| Новая экономическая парадигма..... | 100 |
| Моделирование ценностей бизнеса..... | 128 |
| Функции интеллектуальной собственности..... | 147 |

ЗАЩИТА ТВОРЦОВ И ИХ СОБСТВЕННОСТИ

| | |
|------------------------------------|-----|
| Новый стиль — новая индустрия..... | 158 |
| Рынок могут украсть..... | 164 |
| Только ли патенты..... | 170 |
| Лучшее в мире ружье..... | 180 |
| Осторожно: специалист!..... | 186 |
| Словарь основных терминов..... | 192 |

ОТ АВТОРА

Название этой книги «Цена интеллекта» является образным выражением сущности ее содержания, которое расширяется до общечеловеческих масштабов. Несмотря на то, что проблемам оценки интеллектуальной собственности и интеллектуального капитала посвящена значительная часть помещенных в ней статей, ответа на прямой вопрос: «Так сколько же стоит интеллект?» читатель в ней не найдет. И понятно, почему: интеллект, как и человеческая жизнь, бесценен. Только нужно понять, для кого: для вас лично, для ваших родных и близких, друзей и, наконец, конкурентов. Их оценки вашего ума будут, наверняка, различны, будут носить скорее психологический, морально-этический характер, а не экономический. Но как только производимые интеллектом идеи обретают форму и дееспособность собственности, капитала, у них появляется такое качество как стоимость, величина которой зависит помимо всего прочего от конъюнктуры рынка. Интеллект таким образом включается в рыночные отношения. Поэтому содержание книги несет в себе идеологию развития творчества и использования его результатов, отличающуюся от прежней, дореформенной. В ней интеллектуальная собственность и интеллектуальный капитал рассматриваются как основа новой, современной экономики России.

Интеллектуальная собственность, по мнению некоторых даже известных деятелей науки командно-административного периода, — это тормоз свободного обмена информацией между учеными и специалистами, барьер, препятствующий развитию коллективного творчества при решении сложных проблем. Подобные мнения ни что иное как проявление незнания истории изобретательства, которая, к сожалению, оказалась не очень-то хорошо известна многим из них.

За последние 500-700 лет изобретательство закономерно пережило два периода своего развития — период избирательных привилегий, когда суверен (монарх) выдавал грамоты с привилегиями бенефициариям (выгодополучателям) как производителям уникальной высококачественной продукции. Затем был период национального патентования, когда появились национальные патентные законы. В 1790 году — в США и в 1791 году — во Франции, затем в остальной Западной Европе, а 17 июня 1812 года — в России.

Сегодня мир переживает третий период развития изобретательства, начавшийся со времени Парижской конвенции 1883 г., принявшей соответствующие документы. Это период международной охраны исключительных прав. Идет выработка единого во всем мире законодательства по экономико-правовым вопросам, в том числе связанным с интеллектуальной собственностью. И по сути рыночные отношения в мире уже регулируются двумя «мировыми министерствами» — Всемирной организацией интел-

лектуальной собственности (ВОИС) и Всемирной торговой организацией (ВТО). Причем, первая выполняет функции ведомства юстиции, а вторая — промышленности и торговли. Первая занимается отработкой международных юридических норм, а вторая — регламентирует макроповедение промышленников и предпринимателей на рынке, влияя на них через правительства и законы соответствующих стран.

К сожалению, логика бескорыстного творческого обмена коммерческими секретами в научно-технической и производственно-технологической сферах, как она не привлекательна, теперь уже неприемлема, коль скоро мы решили «играть в рынок», в игру, построенную на конкуренции в борьбе за прибыль. И тут небесполезно напомнить, что на идеях содержащихся в публикациях наших массовых научно-популярных журналов «Знание — сила», «Техника молодежи», «Наука и жизнь», «Изобретатель и рационализатор» и других изданий, как известно, богатели сотни и тысячи предпринимателей в разных странах мира. А наша держава продолжала получать основные доходы от нефти, газа и леса.

Свободный обмен передовым опытом у нас активно пропагандировался и буквально «навязывался» партийными органами. Многие из нас искренне не понимали: почему ученые и изобретатели с их великолепными творческими результатами, как правило, отторгались от производства. Советские экономисты по этому поводу придумали термин «внедрение». А причина, была в том, что у производителей не было стимулов для ускорения прогресса. Тем не менее тогдашней пропаганде научно-технического творчества мы обязаны нынешним массовым, уважительным отношением к интеллектуальной собственности.

Резко контрастирует с этим нынешнее отношение средств массовой информации. Складывается, например, впечатление, что нашим телевизионщикам кто-то запрещает освещать на телеэкране проблемы, связанные с интеллектуальной собственностью. Этой теме как бы был объявлен бойкот. Зато те же средства массовой информации в погоне за массовым читателем и зрителем буквально заводят нас в засасывающее болото низменных инстинктов, формируя, прежде всего, в умах молодых людей, ценности, я бы сказал, физиологического мышления, основанного на культе денег и конкуренции ради денег, на страхе, жадности, насилии и сексе.

Темы, связанные с освещением проблем использования интеллектуальной собственности и интеллектуального капитала в нашей стране, на мой взгляд, беспроблемны и вечны. По сути они олицетворяют собой новую идеологию. И ей, по большому счету, альтернативы нет, поскольку она сочетает в себе идеалы логики, красоты, здоровья и богатства масс, понимающих это. И очень хотелось бы, чтобы предлагаемая читателям книга, посвященная столь

злободневной теме, стал провозвестником новой экономической парадигмы в общественном сознании.

Предполагаемое в недалеком будущем вступление России во Всемирную торговую организацию повлечет за собой обострение конкурентных отношений между российскими и зарубежными предприятиями, связанных с интеллектуальной собственностью. Международное соглашение относительно торговых аспектов интеллектуальной собственности (TRIPS), составляющее часть общего соглашения, заключенного при создании ВТО, обязывает его членов обеспечивать использование эффективных процедур, необходимых для защиты соответствующих прав. Причем, предполагается, что процедуры эти будут оперативными, честными, несложными, недорогостоящими и справедливыми при разрешении споров между конкурентами.

В связи с этой очень серьезной акцией нашей страны у отечественных предприятий лимита времени на выяснение своего отношения к интеллектуальной собственности практически не осталось. Неприятные сюрпризы, связанные с «проделками» конкурентов при ее использовании в первую очередь коснутся тех, кто глубоко погрузился в высокотехнологичный бизнес, но ничего толком не сделал, чтобы защитить собственные позиции в своей нише рынка.

Думаю, не очень сильно ошибусь, если скажу, что самый надежный гарант рыночных отношений в любом государстве – это акционер. Пожалуй, он — самый массовый представитель общества, который за рынок голосует ногами, руками и головой. Если хотя бы одна десятая, но самая активная часть всего трудоспособного населения страны стала бы полноценным добропорядочным участником акционерного движения, реставрация административной или другой нерыночной системы общественных отношений была бы исключена. А предпочтительность не дикого, но цивилизованного рынка перед другими нерыночными системами государственного устройства стала бы для всех очевидной. Рынок заставляет жить по средствам, не впадать в иллюзии и быть самостоятельным. Это он для одних хорош, для других неудобен. Иногда даже где-то жесток. Впрочем, здесь многое зависит от состояния рынка от средств массовой информации, от процента малоимущих и, безусловно, от способностей властей понимать и регулировать его.

Основной движущей силой рынка пожалуй является связка «предприниматель-акционер». Они в значительной мере обеспечивают разнообразие товаров на прилавках, вместе создают рабочие места и пополняют бюджет, нанимая столько работников, сколько им позволяют их средства. Поэтому язык, которым с нами общается государство через налоговую систему и чиновников, скорее должен быть языком компромисса и взаимоуважения, чем диктата и давления. Условия для любого бизнеса и особенно высокотехно-

логичного должны быть благоприятными, а бухгалтерская отчетность и налогообложение — необременительными. В этом, как мне кажется, состоит искусство управления экономикой государства. В первую очередь от госчиновников зависит будет ли экономика криминальной, а основная масса денег — «черной», «серой» или «белой», а бюджет стабильно мизерным или год от года растущим. Ненормальные отношения между государством и бизнесом выталкивают из страны перспективные умы и большие деньги. И наоборот, мудрая политика обеспечивает приток инвестиций и высококвалифицированных специалистов.

Построить систему гарантий надежных вкладов акционеров, выгодную для них как для массовых инвесторов высокотехнологичного бизнеса, пожалуй, одна из важнейших задач государства.

Если предпринимательская деятельность служит созданию рабочих мест и наполнению бюджета страны, то деятельность акционеров сопряжена с их инвестиционным контролем и анализом работы предприятия, его менеджеров. Именно таким образом акционер обеспечивает вложение своих капиталов, надеясь не только сохранить их, но и приумножить. Предприниматель, в свою очередь, покупая патенты и технологии, определяет тем самым фарватер технологического развития рынка и в своем государстве, и в мире. А акционеры своими вкладами в то или иное производство обозначают векторы движения финансовых интересов инвесторов, направления развития экономики. В этом состоит смысл и интрига рынка.

В России вектор рынка, к сожалению, сориентирован на «продажу» природных ресурсов, которые по существу почти полностью принадлежат будущим поколениям и лишь отчасти — нынешнему. За полвека бездарно «промотанное» национальное достояние, подаренное природой нашему народу, свидетельствует о том, что интеллектуальная фактическая элита общества отодвинута на обочину его жизни, а оно само нездорово. В то же время право будущих поколений на невозобновляемые ресурсы России у нас, к сожалению, никем даже не озвучивается, хотя это давно должны были бы сделать академики, писатели и дальновидные деятели представительной и исполнительной власти. В этом же, на мой взгляд, состоит и роль средств массовой информации, как и многих других общественных организаций.

Всем известно, что США давно законсервировали свои залежи невозобновляемых ресурсов в расчете на те времена, когда используя их можно будет строить свою геополитику и еще долго получать сверхприбыли. Американцы и многие западноевропейские деятели давно уже сделали главный упор на постоянно возобновляемые и быстро расширяющиеся ресурсы — интеллектуальные. Это и умно, и красиво. Именно так и должна строиться вся наша государственная политика. Ряд высших отечественных чинов-

ников это хорошо понимает, но они зажаты рамками обстоятельств, которые складывались десятилетиями. Например, еще действует уже много лет назад запущенная машина потребительского отношения к богатым природным запасам. В одночасье ее остановить не удастся. Но все же прибегнув к смене экономических приоритетов это сделать можно. Для этого, в частности, в налоговой системе должен быть запущен другой ресурсосберегающий производственный и инновационный механизм, прежде всего рассчитанный на сферу высоких технологий. Альтернативы этому нет. Иначе мы окончательно испортим собственное настоящее и потеряем будущее своих детей. Сегодня многие это понимают, но, к сожалению, подобная перспектива слабо озвучивается в средствах массовой информации, и нечетко определяется и предупреждается в стратегически важных государственных документах.

Законодательство регламентирующее экономико-правовые процессы, связанные с интеллектуальной собственностью, у нас развивается весьма медленно и нерешительно, хотя бюджетных средств на это выделяется немало. Создается впечатление, что эти деньги не очень правильно расходуются. Подобные же казусы свидетельствуют о том, что политика государства пока не в должной мере нацелена на эффективное использование высокотехнологичного бизнеса, науки и массового творчества.

Все названные здесь проблемы имеют, как убедится читатель, прямое или косвенное отношение к интеллектуальному капиталу. Более того, их успешное решение зависит от того, насколько рационально и результативно этот капитал будет применяться. Плодотворность таких мер будет тем больше, чем шире будут распространяться знания о нем, эффективнее применяться на практике. Если предлагаемая читателю книга в какой-то мере обогатит его некоторыми новыми знаниями и соответствующим опытом рационального использования, имеющих в его распоряжении интеллектуальных ресурсов, превращаемых в капитал, я как автор, буду считать свою задачу выполненной.

ШЕСТЬ ШАГОВ В ДРУГОЙ МИР

Российская экономика переживает новый этап после десятилетней реформаторской деятельности. Есть все основания ожидать, что на этом этапе усилия будут ориентированы на восстановление науки и производства, а в дальнейшем на развитие наукоемких технологий и на расширение экспорта наукоемкой продукции. Однако эти усилия во многом могут быть сведены на нет, если не учесть ряд весьма серьезных негативных тенденций, которые уже сегодня достаточно определенно просматриваются специалистами. О некоторых из этих тенденций и опасностях, ожидающих наших предпринимателей и экономику в целом, речь идет в данной статье.

НА МИРОВОМ РЫНКЕ

Рынок невозобновляемых природных ресурсов постепенно иссякает, и основная масса капитала и главные стратегические ожидания мирового бизнеса переходят в сторону ресурсов неиссякаемых.

Одним из быстро прогрессирующих феноменов современного рынка, уже основательно освоенного наиболее экономически развитыми странами, становится борьба за «мозги», включая состязания за их наиболее авторитетную оценку.

По оценкам экспертов из Национального института авиационных технологий, сегодня общая товарная реализация наукоемкой продукции на международном рынке составляет 2300 млрд. долл. Из них на долю США приходится 39%, а доля трех ведущих на этом рынке стран — США вместе с Германией (16%) и Японией (30%) — составляет более 80%. Оставшаяся часть — (около 15%) распределяется между другими ведущими странами Западной Европы. Россия на этом рынке имеет лишь 0,3% за счет продажи самолетов КБ «Сухого», отдельных видов вооружений, продуктов атомной промышленности, изделий электротехнической промышленности.

Для большинства менеджеров становится совершенно очевидным, что рынок высокотехнологичной продукции уже сейчас стал самым престижным, самым дорогим и самым перспективным, поскольку интеллектуальные ресурсы не только неисчерпаемы, но и быстро наращиваемы при умелом с ними обращении. Поэтому центр тяжести интересов большого бизнеса в ведущих странах мира уже более десяти лет назад переместился в эту сферу.

При этом потенциальные возможности России остаются огромными, несмотря на то что большинство НИИ и КБ разных отраслей разрушено, идет размывание, разбазаривание и разворачивание наиболее ценной интеллектуальной продукции. Однако около 10 — 12% ученых всего мира продолжают оставаться на нашей территории и не эмигрируют на Запад. Россия и сегодня все еще остается мощным потенциальным конкурентом США, Германии, Японии и других ведущих стран. Поэтому необходимость разрушения нашего интеллектуального потенциала до основания для так или иначе конкурирующих с нами стран — это вопрос далеко не праздный. В самой же государстве России оказывает на этот потенциал лишь косвенное влияние с помощью законодательных норм и консультаций со стороны ведущих консалтинговых фирм Запада. Взять хотя бы налоговую политику и ее тенденции, превращающие многие операции с интеллектуальной собственностью в весьма обременительное и зачастую откровенно невыгодное дело.

ФРАГМЕНТЫ ИМПОРТНОЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ТЕОРИИ

По мнению современных американских экономистов, весь капитал на рынке делится на интеллектуальный, финансовый и физический. Причем в крупных и средних корпорациях и фирмах США на долю интеллектуального капитала в 1998 г. приходилось 69%, а на начало 2001 г. — уже 86%. Там, где этот капитал ценят, он и процветает. Официально сегодня лишь 14% у них составляет капитал финансовый и физический. Это свидетельствует о том, что управление этим капиталом через нормативную, в том числе налоговую систему на государственном уровне там поставлено действительно неплохо. Чего не скажешь о нас.

Эволюция развития мирового и современного российского рынка характеризуется волновой последовательностью. С начала 90-х гг. в России, когда шла бурная распродажа недвижимости и других материальных ценностей, первым стал активно развиваться рынок физического капитала. Затем с середины 90-х гг. стал быстро прогрессировать рынок финансового капитала. И наконец, с конца 90-х гг. стал вызревать и относительно активно развиваться рынок интеллектуальной собственности. Одной из весьма прогрессивных операций, способствовавших развитию этого рынка, явилось разрешение вносить в уставный капитал интеллектуальную собственность, что за рубежом пока не нашло широкого распространения. Таким образом, сначала развивается рынок материальных ценностей, затем рынок финансового капитала и последним — самый дорогой и самый сложный рынок интеллектуального капитала. Кстати, в такой же последовательности происходит развитие

системы ценностей личности, как, впрочем, и других субъектов (предприятий, мегаполисов, государств). Процесс же деградации идет в обратной последовательности — сначала обесцениваются интеллектуальные активы, затем падают финансовые потоки, и последними растаскиваются и распродаются материальные активы.

Наша страна, как теперь уже ясно, за годы социализма действительно накопила огромный интеллектуальный потенциал, но, к сожалению, экономические отношения оставались в весьма недоразвитом состоянии, полной хозяйственной самостоятельности и фактической конкуренции не было. Поэтому переход к рынку был предreshен исторически. И этот переход инициировался в первую очередь интеллектуалами, ожидавшими «выхода» своих многочисленных идей.

И вот наконец в начале 90-х гг. этот переход состоялся. Сперва стали создаваться товарные биржи, оживились товарные потоки, ускорилось распределение материальных ценностей. Затем возникли фондовый рынок, фондовые биржи, банки, инвестиционные компании. И одновременно начал постепенно вызревать рынок интеллектуальных продуктов.

Самое активное участие в развитии первых двух рынков принимали представители американского консалтинга и крупного капитала. Всемирный банк реконструкции и развития стал обучать нас оценке недвижимости и бизнеса. У нас появилось множество американских переводных изданий по экономике, консалтингу, менеджменту, маркетингу. Но удивительно, что почти нигде в них не сказано ни одного слова о том, как развивать интеллектуальный потенциал, как работать с интеллектуальной собственностью и интеллектуальным капиталом. К тому же, по мнению академика Д. Львова, выступавшего в Кремлевском дворце на съезде машиностроителей в апреле 2001 года, пустые американские учебники по экономике не учат комплексному пониманию экономики рынка, но лишь показывают отдельные операции. И с ним трудно не согласиться.

ГЛАВНЫЕ КРИТЕРИИ КОНКУРЕНЦИИ СТРАН

До августовского 1998 г., до «обвала» рубля и дефолта как крупнейшей экономической диверсии, наша экономика, бизнес и, в частности, сфера услуг в области оценки развивались весьма бурно и, можно сказать, были на подъеме. Заказов было значительно больше, и цены на услуги были дороже. Финансовое «обескровливание» предприятий после дефолта отбросило большинство из них на несколько лет назад. Сразу же «притухли» интеллектуальные активы.

Впрочем, если задаться целью разрушить интеллектуальные активы предприятия, действуя извне, то это сделать достаточно слож-

но. Для этого в первую очередь нужно обесценить его продукцию или услуги. Прямой путь обесценивания связан, в первую очередь, со скандалами, авантюрами и дискредитацией бизнеса и диверсиями, что на рынке не редкость. Этим, в частности, порой занимаются конкуренты самостоятельно, либо с подключением чиновников, либо полностью через них. Косвенно это можно сделать через нарушение стабильности финансовых потоков. И, в частности, через снижение платежеспособности покупателей, избыточную налоговую нагрузку на предприятия, введение жестких норм на использование наиболее ценных активов, например нематериальных.

Широко распространенное среди чиновников мнение, что чем выше налоговая нагрузка на предприятие, тем оно будет больше платить, иначе, как несуразностью или провокацией, не назовешь. В действительности, конкуренция между экономическими системами ведущих стран мира идет на основе минимизации налоговой нагрузки на бизнес. В той стране, где она ниже, туда и стекается мировой капитал. Экономическая целесообразность первична, она запросто обходит любые юридические запреты. И с ней нужно считаться как с хозяйкой рынка. Горе тем, кто этого не понимает. Конечно, помимо налоговой нагрузки здесь важное значение имеют и другие правовые гарантии государства. Но все же налоговая нагрузка играет одну из определяющих ролей в перетоках мирового капитала. Теперь обратимся к статистике.

Налоговая нагрузка на предприятия в США составляет 27%, в странах Западной Европы 30 — 35%, в России 62%. Это данные Комитета по собственности Госдумы, за 1999 г., хотя положение с тех пор изменилось, но не в необходимой мере пока. Капитал всегда самопроизвольно перетекает в зону меньшей налоговой нагрузки. Для этого и создают офшоры. В Китае от руководителей консалтинговых фирм мы узнали, что налоговая нагрузка на государственные предприятия составляет примерно 17%, на коммерческие — около 25%, для зарубежных — около 30%. То есть в Китае это положение понимают и стратегически обыгрывают США. У нас же в России обстановка такова, будто отток капитала за рубеж словно специально организован. В то же время есть версия, что это организовано теми, кто занимается переделом собственности на основе массового банкротства предприятий. И пока передел не закончился, это ненормальное положение сохранится. Тем не менее пока предприниматели стремятся вывозить капитал туда, где он лучше сохранится. Часть капитала уходит в «тень», а часть утекает за рубеж.

Поэтому Правительству необходимо срочно принимать меры по исправлению ситуации и не пытаться в ней винить бизнесменов. Призывы к патриотизму и необходимости развивать отечественную экономику здесь неуместны, поскольку, как было сказано выше, на рынке доминирует установка экономической целесообразности, а не юридической и, тем более, политической. Для биз-

несмена главная забота — это его бизнес. Таким образом, страна сейчас опять-таки плавно переходит в новый период разрушения российских предприятий, экспортирующих наукоемкую продукцию, и мягкого обесценивания отечественной интеллектуальной собственности. Этим в неявной форме, но целенаправленно занимаются консалтинговые фирмы Запада. Так, некоторые из них начинают разворачивать системы рейтингов наших предприятий на основе полного игнорирования их интеллектуальной собственности.

Благодаря телевидению и прессе все мы знаем, что сейчас ведутся очень активные попытки прибрать к рукам Милевский вертолетный завод, КБ «Сухого» и многие другие ведущие наши предприятия. Так, 13 апреля 2001 г. в «Российской газете» была опубликована статья С. Птичкина «Розлив «Сухого» по понятиям», в которой говорится о том, что разрабатываются скрытые планы взятия под контроль иностранных хозяев лучших предприятий российской «оборонки». Вместе с тем мало кто знает, что сейчас некоторые западные фирмы, уже работающие на российской территории, начинают «наезжать» на Минатом РФ и меж ними начинается война вокруг интеллектуальной собственности, кому и что из патентов и технологий принадлежит. Короче, именно сейчас начинается один из последних и решающих этапов, после которого главная собственность должна за бесценок перейти в руки западного бизнеса, а все мозги должны либо работать на них, либо разбежаться по миру, а страна должна выступать в другом качестве — в сырьевом, партнерском, но не конкурентном.

ЦЕНТР ТЯЖЕСТИ — В ЭКСПЕРТИЗЕ

Главным полем битвы российского и зарубежного бизнеса становится экспертиза. Напомню, что еще в 1997 г. в «Экономике и жизни» (№ 39, с. 27; № 49, с. 30) я писал о том, что стране нужен единый закон об экспертизе, куда бы вошли и оценка, и аудит, и сертификация, и юридическая экспертиза, и судебно-медицинская, и патентная, и страховая, и социологическая, и экологическая и много-много других. Нам обязательно нужна единая система защиты как от внутренних неблагоприятных факторов, например от коррупционеров, так обязательно и от внешних. Все отдельные разрозненные законы в общем поле экспертных услуг имеют множество «дыр» и противоречий, а это на руку только проходимцам и нашим зарубежным конкурентам. Но, к сожалению, те две мои статьи остались без внимания со стороны государственных органов.

На рынке экспертных услуг главным действующим лицом являются консалтинговые фирмы, причем, как принято в мире, частные фирмы. Они более неподкупные и менее управляемые извне. С ними намного сложнее бороться, чем с чиновниками, которые

действуют по приказу сверху. Чиновничья структура для них более-менее простая, понятная и управляемая. Достаточно «наверху» иметь своего купленного человека, а лучше группу таковых.

Теперь о механизме «опрокидывания» нашего российского рынка консалтинговых услуг. Кукловоды, которые разыгрывают эту российскую карту из-за рубежа, прекрасно понимают, что работать в данном случае должны не только экономические механизмы, но и психологические, административные, политические и социальные. Причем одно из важных условий: все должно быть добровольно и без принуждения. Но ведущий среди прочих все же экономический механизм.

ТЕХНОЛОГИЯ «ОПРОКИДЫВАНИЯ»

А теперь все по порядку о технологии «опрокидывания» российского консалтинга и промышленности. Если ее рассматривать укрупненно и пошагово, то она выглядит примерно следующим образом.

Шаг первый. Ищутся весьма грамотные молодые, тщеславные и в то же время прозападнонастроенные ребята, рвущиеся к власти. Их находят через публикации, контакты, дискуссии и неформальные встречи. Им помогают самоутвердиться и продвинуться ближе к ключевым должностям, где принимаются важные для специализированных рынков и в целом для страны решения. Здесь доминируют психологические механизмы, хотя уже задействованы неформальные экономические стимуляторы.

Шаг второй. Эти ребята начинают готовить и настойчиво продвигать нужные решения. Причем все обставляется как взаимовыгодное с Западом сотрудничество. Одно — что-то продвинуть, например какие-то фразы в проекты нормативных актов. Другие — что-то заглушить и похоронить, например законопроекты по интеллектуальной собственности. Все знают, как долго проходил закон по оценке и как буксуют новации по интеллектуальной собственности. Но одним из ведущих решений здесь все же является оформление кредитов, а точнее, условий получения кредитов из-за рубежа. Казалось бы, какое доброе и благородное дело — получить кредит для развития экономики. Ведь стране плохо, ей нужно помочь деньгами. Но все дело не в финансовой помощи, а в условиях этой помощи, о которых, к сожалению, очень мало говорят. И неспроста. А условие примерно следующее: все финансовые проверки, аудит и оценки проводятся за счет российской стороны и, в частности, за счет этих кредитов. Но кто проводит аудит и оценку? Конечно же, известные всему миру авторитетные консалтинговые фирмы. А почему? А потому, что наш российский консалтинг пока «слаб» и «неавторитетен», с их точки зрения. И здесь все вроде бы логично и убедительно. И авторитетные аудиторы и огромные баснословные гонорары за эту ответственную и важную работу.

Шаг третий — динамический. Чем больший размер кредитов и чем чаще идут выплаты по ним, тем чаще и тем дороже проплачивается прозападный аудит, тем крепче на ноги на нашей российской земле становится западный консалтинг, тем предпочтительнее его соотношение перед российским. И этим консалтинговым фирмам не нужна никакая конкуренция с нашими фирмами. Они и так купаются в деньгах и почете. А все работы по зарубежным инвестициям на них же «сваливаются» как дополнительные дорогие заказы.

Шаг четвертый — вовлечение в этот процесс ведущих сил из наиболее влиятельных экономических структур страны — акционерных обществ, ведомств. То есть тех, кто организует и создает главные денежные потоки, кто несет в страну из-за рубежа деньги. Например, с нефтегазовым комплексом у них ведется специальная целенаправленная и сложная работа. И кое-что получается. Но его глушить они сегодня не собираются — это еще не самый главный мозговой центр. А вот предприятия и учреждения, занимающиеся вооружением, космосом, авиацией, и сама сфера атомной промышленности — это то, чем Россия до сих пор успешно конкурирует и противостоит Западу. Поэтому вовлечение этих структур в орбиту «раздевания» России — задача первоочередная.

Все эти шаги Запад, по сути, уже сделал. Но с его позиций их недостаточно. Нужно еще кое-что сделать. Поэтому с определенной долей условности попытаюсь спрогнозировать следующие ожидаемые шаги с его стороны.

Шаг пятый. Поставить под контроль западных фирм весь консалтинг России. Любая достаточно высокая оценка отечественной интеллектуальной собственности вынуждает зарубежных конкурентов вкладывать большие дополнительные деньги, чтобы ее перекупить. А этого им делать не хочется. А точнее, не по-хозяйски. Поэтому всюду нужно продвинуть своих оценщиков, а местных «растворить», переключить на мелкие дешевые заказы, а тех, кто не вписывается в эту схему, — дискредитировать, опорочить и ликвидировать с помощью собственных же тщеславных местных конкурентов. Важно найти чудаков с наполеоновскими амбициями и подогреть их обещаниями и реальной поддержкой.

Шаг шестой. Полностью управляемый из-за рубежа российский консалтинг делает бархатную, бескровную революцию в российской экономике, промышленности, менеджменте. Из властных структур изымаются все «неудобные» и туда на ключевые должности вводятся все «удобные». И ведущие отрасли экономики становятся полными и безоговорочными сателлитами зарубежных кукловодов. И главное, все происходит мирно, бескровно, грамотно, планомерно, все оценено объективно. А тех, кто помогает в этом деле и наверху и внизу, нужно поощрять и продвигать. Например, можно отдать им на откуп некоторые уже действующие консалтинговые фирмы, грамот-

но отобранные у несговорчивых пророссийских конкурентов. Пусть себе трудятся на собственное благо. У них ведь есть свои корыстные интересы — стать главными авторитетами и «полицаями» на этом очень перспективном российском рынке.

Все вышеописанное является плодом наблюдений и анализа рынка оценки собственности, особенно интеллектуальной собственности, нашим институтом за весь период, начиная с 1992 г. Не хочется, конечно, сгущать краски. Но если не принять должных мер, то могут сбыться и самые мрачные прогнозы. Пока же наш институт остается ведущим российским экспертом Всемирной организации интеллектуальной собственности по вопросам оценки и управления в этой области. Тем более, хотелось бы, чтобы наши оценки и предостережения были учтены и российским правительством и бизнесменами.

Разрешить сложившуюся ситуацию, очевидно, можно было бы на уровне власти, учитывая, что взгляд «снизу» на эти проблемы может при этом оказаться полезным. Попробуем высказать некоторые рекомендации.

Во-первых, необходимо срочно и коренным образом начать улучшать налоговую систему. Как бы ни оправдывал ее Минфин РФ, политика в области налогообложения для России, российской промышленности и науки губительна. Уже сейчас ряд известных нам предприятий ориентируются на вывоз научных отечественных разработок и другой интеллектуальной собственности за рубеж и работу с ней там, поскольку там налоговая политика к высоким технологиям намного благосклоннее, чем у нас. При этом гарантий сохранить свой капитал за рубежом намного больше, чем у нас. Она благосклоннее даже в Казахстане, Туркмении, Узбекистане и Беларуси, то есть в тех странах, которые по началу копировали нашу систему налогообложения, но вовремя поняли, что это тупик. Льготы на операции с интеллектуальной собственностью и доходы от нее должны быть обязательно, иначе нет никакого экономического смысла развивать высокие технологии и инвестировать деньги в долгосрочные программы.

Во-вторых, должно быть большее доверие со стороны государственных органов к российскому аудиту и оценкам. Отечественный консалтинг должен иметь приоритет. К сожалению, тендеры на размещение заказов зачастую напоминают кукольный спектакль, где все заранее известно и победят западные фирмы вместе с отдельными, примкнувшими к ним нашими отечественными.

В-третьих, необходимо все же срочно подготовить и провести через Думу проект Кодекса по экспертизе. Без него многое разворачивается и обесценивается. И конечно, надо эти вопросы обязательно отразить в четвертой части Гражданского кодекса РФ.

Все это в конечном счете будет направлено на то, чтобы подъем экономики был действительно ощутим.

ВЕЧНО ОБНОВЛЯЕМОЕ ДОСТОЯНИЕ

ЦЕНА ИНТЕЛЛЕКТА

При создании акционерных обществ их учредителям приходится иной раз вносить в уставный капитал корпорации не одни лишь денежные, но и имущественные вклады, в том числе в виде интеллектуальной собственности. И тут, естественно, встает вопрос о том, как эту стоимость определить.

В статье 138 первой части Гражданского кодекса РФ дана достаточно полная характеристика интеллектуальной собственности как исключительного права граждан и юридических лиц на результаты интеллектуальной деятельности и приравненные к ним средства индивидуализации юридических лиц, их продукции, выполненных работ и услуг (фирменное наименование, товарный знак, знак обслуживания и т.п.). Проще говоря, к объектам интеллектуальной собственности (ОИС) относятся изобретения, открытия, рационализаторские предложения, промышленные образцы, полезные модели, программы для ЭВМ, базы данных, алгоритмы, торговые и финансовые секреты, произведения литературы, искусства, науки как объекты авторского права, а также ноу-хау.

В Гражданском кодексе особо подчеркивается, что использование результатов интеллектуальной деятельности и средств индивидуализации, которые являются объектами исключительных прав, может осуществляться третьими лицами только с согласия правообладателя. Особо стоит отметить, что из всех перечисленных объектов интеллектуальной собственности в данный момент наименьшую правовую обоснованность имеют ноу-хау. Прямых законодательных актов, посвященных им, пока нет, хотя одна из статей проекта четвертой части Гражданского кодекса содержит необходимое обоснование. Что же касается остальных объектов интеллектуальной собственности, то для них законодательная база в целом достаточна и отвечает современным международным нормам.

Насколько важная правовая защищенность этих объектов, можно судить по следующим сравнительным данным. По оценкам Фонда интеллектуальной собственности, в среднем на предприятиях различных отраслей стоимость прав на ОИС в общей стоимости самих этих предприятий составляет 8—12%. На металлургических заводах и комбинатах она колеблется в пределах 5—15%. Самая большая доля ОИС в НИИ и КБ аэрокосмической промышленности, где она достигает 300% стоимости других активов.

Именно потому, что удельный вес стоимости их прав на ОИС в общей стоимости активов довольно велик, определение их цены в условиях рынка стало особенно актуальным. А это связано с решением ряда проблем методологического, методического, правового,

организационного характера. Коснусь некоторых из них, на мой взгляд, наиболее злободневных.

ПРОБЛЕМЫ ОЦЕНКИ

Оценка стоимости прав на ОИС по сравнению, к примеру, с оценкой недвижимости имеет свою специфику. Так, в международной практике принято совершать подобную оценку не только прав на ОИС, но и вообще нематериальных активов по более сложной схеме, чем ту, которую используют при оценке недвижимости или разных видов бизнеса. При этом учитывается, что не всегда можно определить, насколько широко возможности использования конкретного ОИС, скажем в производстве, насколько велико его влияние на доходность этого производства. Поэтому при оценке двух даже одинаковых объектов нематериальных активов допускаются довольно большие расхождения.

При грамотном определении стоимости идентичных объектов недвижимости так называемыми доходными методами (методами, позволяющими выяснить величину доходности этих объектов в перспективе) результаты оценок могут не совпадать в пределах 10—20%. И это считается нормальным. При таком же сравнении объектов бизнеса допускаются отклонения в 20—30%. А при оценке прав на ОИС иногда допустимое расхождение может увеличиться в полтора — два раза.

Причиной такого большого разброса являются, с одной стороны, еще не устоявшаяся, не отработанная до конца методология оценки, а с другой — сложность, связанная с составлением сценария перспектив использования ОИС, тут всегда есть вероятность неполного учета факторов, расширяющих или сужающих сферу его применения. Эти существенные недостатки будут изживаться, а сама оценка станет более эффективной по мере создания соответствующей базы данных по самым различным оценкам прав на ОИС.

Что же касается самой стоимостной оценки прав на ОИС, то она обычно сводится к четырем моментам: к определению доли дохода и прибыли, приходящихся на данный ОИС, к объективному учету рыночного спроса на новую или обновленную продукцию, содержащую ОИС, к возможно более точному определению темпов и масштабов реализации этой продукции и, наконец, к выявлению на рынке товара, который может конкурировать с ней, ограничивая ее продажу. Это факторы, которые влияют на массу прибыли, получаемой от реализации продукции, содержащей данный ОИС, и учитывать их при его оценке совершенно необходимо.

Подобные проблемы настолько сложны, что решить их невозможно в одиночку самому опытному оценщику и даже небольшой фирме, занимающейся этим. Очень хорошо понимая это, наш Фонд

интеллектуальной собственности вместе с Федеральным институтом сертификации и оценки интеллектуальной собственности и бизнеса взяли на себя инициативу решать эти проблемы, действуя в рамках Академии оценки и недавно созданного Общества оценщиков интеллектуальной собственности. Такая сложная структура взаимосвязанных и взаимодействующих организаций возникла не случайно. Только она может противостоять кустарничеству в сфере оценки интеллектуальной собственности и преодолеть его, выработав единые правила деятельности в этой сфере, критерии, методики и методологию процедуры определения стоимости прав на ОИС. Как увидим дальше, сама жизнь потребовала создания упомянутой структуры.

ПОКА НЕ БЫЛО ЗАКОНОДАТЕЛЬНОЙ БАЗЫ...

За последние три года в России уже сложилась инфраструктура рынка услуг по оценке собственности, правда в основном только ее материальных объектов, а также возникла система обучения оценочной деятельности. Эта инфраструктура развивается значительно быстрее, чем правовая база, с помощью которой государство должно регулировать ее жизнедеятельность, отсутствие соответствующих законодательных норм уже привело к большим экономическим издержкам в масштабах страны.

Упомянутые пробелы в отечественном законодательстве дают возможность зарубежным инвесторам, ссылаясь на это обстоятельство, настаивать на том, что стоимость всей приобретаемой ими собственности (действующие предприятия, их имущество) должна определяться оценщиками зарубежных фирм. Кстати сказать, иностранные оценщики достаточно активно и широко действуют на нашем рынке, не согласовывая своей деятельности с российскими коллегами и по существу игнорируют их на том основании, что они не опираются на соответствующий закон, которого в нашей стране еще нет. Из-за этого стоимость отечественных предприятий, их недвижимость нередко оцениваются иностранными дельцами на один — два порядка ниже реальной.

Что же касается интеллектуальной собственности, тут положение еще хуже. Она не оценивается вообще, так как по старой привычке не указывается в балансе подавляющего большинства АО и при переходе из рук в руки в документах купли-продажи не упоминается вовсе, то есть достается иностранному покупателю безвозмездно. Иначе говоря, идет бойкая распродажа материальных ценностей по дешевке, а интеллектуальная собственность раздается бесплатно. Столь вопиюще ненормальная ситуация требует незамедлительных действий со стороны государственных органов. Од-

нако неповоротливые чиновники, рассматривая проекты законодательных актов, призванных регулировать оценочную деятельность, порой ведут беспредметные многомесячные споры о том, стоит включить или исключить тот или иной раздел из представленного на их рассмотрение документа, совершенно не считаясь с тем, что отечественный рынок собственности всюю работает в пользу иностранных инвесторов и в ущерб отечественному предпринимательству, в убыток государственной казне.

Еще одним мотивом, побуждающим наших иностранных партнеров требовать оценки объектов российской собственности зарубежными оценщиками, является утверждение, будто наши отечественные оценщики не знают соответствующих международных стандартов бухгалтерского учета и не знакомы с методами оценки, принятыми во всем мире. Подобные надуманные выводы выгодны нашим иностранным партнерам по многим причинам. Во-первых, они таким образом решают в свою пользу проблемы, связанные с балансом стоимости имущества при слиянии отечественных компаний с зарубежными с целью создания совместных предприятий. Ведь баланс стоимостных потенциалов на рынке очень важен, по сути, это вопрос о долях вклада, а иногда и о власти на инвестируемом или совместном предприятии. Во-вторых, зарубежные партнеры дают работу своим оценщикам, лишая хороших работников наших. В-третьих, за наши же деньги получают доступ к ценнейшей информации о состоянии наиболее крупных и стратегически важных объектов бизнеса. В-четвертых, почти весь капитал, полученный за услуги по оценке отечественной собственности, утекает за рубеж — а это по несколько миллионов долларов по каждой весомой оценочной сделке.

Размеры ущерба от всего этого, без преувеличения, невообразимы. Он несопоставим с той пользой, которую дают стране те, кто выполняют заказы по подобным сделкам. Именно поэтому нужно срочно решать вопрос о нормативном регулировании оценочной деятельности на законодательном уровне. Необходимо срочно, без излишних словопрений, принимать законы об оценочной деятельности как Госдумой, так и Московской городской думой, выступившей пионером в постановке и разрешении данной проблемы среди городских законодательных органов России.

СИСТЕМА СЕРТИФИКАЦИИ

В июле 1995 г. Госстандарт зарегистрировал первую и пока единственную в стране специализированную систему сертификации и оценки интеллектуальной собственности, разработанную нашим институтом и заявленную Фондом интеллектуальной собственности. Эта система не является обязательной, ею пользуются, к при-

меру, те же акционерные общества на добровольных началах, по необходимости. Но при всем том она уже имеет предпочтительный для госорганов уровень признания.

Под сертификацией объектов интеллектуальной собственности мы понимаем проверку и подтверждение Центром по сертификации качественных характеристик ОИС, заявленных его владельцем или продавцом. Потребность в сертификации ИС возникает, когда объекты этой собственности становятся товаром, либо тогда, когда объекты высокотехнологичного бизнеса предполагается инвестировать в бизнесе. Сертификация — это оценка и подтверждение качественных кондиций ОИС, проверяемых Центром сертификации. Процедура сертификации и оценки прав на ОИС включает в себя:

- выявление ОИС заказчиком в конкретном объекте бизнеса;
- предоставление Центром сертификации заказчику услуги по сертификации опросного листа с перечнем признаков для каждого ОИС для их идентификации по предлагаемой схеме;
- проведение заказчиком идентификации всех ОИС, предлагаемых для оценки, и отдельных важнейших признаков этих ОИС на собственном предприятии;
- передачу результатов идентификации ОИС в Центр сертификации;
- подготовку заказчиком сведений о доходности технологий, оборудования и товарной продукции, включающей в себя оцениваемые объекты интеллектуальной собственности, и их передачу исполнителю в Центр сертификации;
- идентификацию исполнителем прав на ОИС по их видам и отдельным признакам;
- организацию и проведение испытаний изделия или технологии, содержащих ОИС;
- сертификацию ОИС исполнителем в Центре сертификации;
- регистрацию результатов сертификации;
- проведение оценки стоимости прав на ОИС по выявленным характеристикам;
- оформление сертификата и его выдачу заказчику.

Как видим, оценка стоимости прав на ОИС — процесс сложный как по содержанию, так и по процедуре. Поэтому и сама система сертификации тоже не проста и включает в себя целый ряд функциональных блоков, которые во взаимодействии позволяют выполнить даже весьма трудный заказ любого предприятия, любого акционерного общества, связанный с оценкой ИС. Хотя бы для ознакомления читателей с этими блоками их стоит назвать:

- блок сбора и регистрации заказов на оценку ИС;
- блок разработки модели сертификации и сбора первичной информации;
- блок выполнения заказов по договорам;

- блок мониторинга по выполненным заказам;
- блок подготовки, переподготовки и лицензирования экспертов;

- блок организации научно-технической экспертизы отдельных заказов и оценки эффективности системы.

По условиям Госстандарта РФ нашему Институту сертификации и оценки интеллектуальной собственности и бизнеса с января 1996 г. дано право в рамках данной системы выдавать сертификаты оценки ИС и лицензии на сертификационную и оценочную деятельность, изготовленные Госзнаком Российской Федерации.

Институт также оказывает своим заказчикам многие другие услуги. Например, такие, как комплексная инвентаризация интеллектуальной собственности, выборочная постановка на баланс предприятия отдельных объектов в качестве нематериальных активов, организация систем воспроизводства интеллектуальной собственности на предприятии. Институт работает над моделями региональных систем управления интеллектуальной собственностью. Он может оказать действенную помощь в правовой и экономической защите результатов творческой деятельности, обеспечить юридическое сопровождение НИОКР, используемых в России и за рубежом. Институт правомочен составлять заявочные материалы на патентование изобретений, промышленных образцов и регистрацию полезных моделей с последующим сопровождением в патентном ведомстве, составлять и регистрировать лицензионные договора.

Словом, вся деятельность нашего института направлена на оказание эффективного практического содействия акционерным обществам, другим производственным, торговым и иным компаниям в приумножении, защите, взаимовыгодной купле-продаже интеллектуальной собственности. Причем делается это на основе того большого научного задела, которым институт уже обладает и который продолжает увеличиваться благодаря исследовательской деятельности его ведущих специалистов. Научная тематика института развивается и обогащается по мере того, как он выполняет заказы предприятий, банков, региональных администраций. Такое сочетание научной деятельности с практикой позволило институту стать участником разработок некоторых проектов нормативных актов для государственных органов РФ по своей проблематике.

ПРИМЕР ИЗ ПРАКТИКИ

Практика работы нашего института изобилует интересными примерами. В Краснодарский центр технологического развития обратилось закрытое АО «Роскарфарм», производящее препарат каролин, с просьбой определить стоимость его интеллектуального вклада в создаваемое им с зарубежными партнерами совместное

предприятие. Причем «Роскарфарм» предоставляет свою интеллектуальную собственность в виде прав на технологию производства упомянутого препарата, зарубежная же сторона выступает в качестве инвестора этого производства.

Стоит ли особо подчеркивать, что подобный альянс был вынужденным. Дело в том, что трехлетние поиски кредита для налаживания широкого выпуска ценного препарата, созданного профессором Р. Казаряном и кандидатом наук С. Кудиновой, внутри России ничего не дали. Здешние государственные и частные инвесторы хотят иметь большой доход не завтра, а сегодня. К тому же они, как правило, плохо разбираются в том, что предлагается для инвестирования, и не торопятся оплачивать то, что не могут приобрести по дешевой цене.

Правда, один московский фонд предложил беспроцентный кредит, но при условии, что этот кредит будет оплачен готовой продукцией по цене на момент сделки. На первый взгляд такой кредит выглядел весьма привлекательно. На самом же деле был сравним с настоящим ограблением — цену-то устанавливал, по существу, кредитор, который никак не хотел обидеть себя. «Роскарфарму» и разработчикам препарата пришлось отказаться от кабальной сделки.

Фирма и разработчики препарата обращались за содействием и в местный фонд поддержки предпринимательства. Но там при сравнительной экспертной оценке препарата отдали предпочтение другому соискателю, который хотя и предлагал не готовый к употреблению препарат, а всего лишь сырье для него, но зато был близок к краевой администрации. И это обстоятельство обеспечило ему получение кредита. А «Роскарфарму» и его разработчикам опять не повезло.

А не повезло потому, что в отечественной финансовой сфере еще не утвердились общепринятые правила цивилизованного долгосрочного кредитования инновационных и инвестиционных проектов. И это обстоятельство породило характерное для нашей страны явление: даже в тех случаях, когда не происходит непосредственная утечка мозгов за рубеж, они оставаясь в своем отечестве, вынуждены работать на иностранные фирмы, в тех же, к примеру, СП, обогащая таким образом не столько себя и свои предприятия, сколько зарубежные компании.

Об этом свидетельствует и рассматриваемый случай. То, что по достоинству не сумели оценить отечественные инвесторы, вызвало живейший интерес у зарубежных кредиторов. Не тратя времени на изучение бизнес-плана и прочих бумаг, как поступают доморощенные инвесторы, они сравнили сам препарат «Роскарфарма» с зарубежными аналогами. Превосходство каролина было несомненным — и по качеству, и по дешевизне изготовления. Его достоинства, помноженные на огромную потенциальную потребность

в нем населения практических всех стран мира (потребность в каротине всеобъемлюща, а именно его и содержит данный препарат), привели зарубежных инвесторов к выводу: возможности бизнеса, связанного с производством каролина, огромны. Поэтому, в отличие от отечественных инвесторов, они стали действовать решительно и быстро, предложив «Роскарфарму» создать совместное предприятие. Главным для них стала подготовка учредительных документов для создания СП и его регистрация, с тем чтобы юридически закрепить свое участие в нем, исключив возможные претензии на ту же роль потенциальных конкурентов.

Стоимость же технологии комплекса прав на ОИС своих партнеров, россиян, они оценили в два миллиона долларов. Это было сделано по аналогии с недавней продажей отечественного патента за рубеж на другой лекарственный препарат, за полтора миллиона долларов. Даже непосвященному было ясно, что подобная аналогия не может служить основанием для оценки технологии каролина. Но как определить ее реальную стоимость? Вопрос оказался настолько сложным, что Краснодарский центр технологического развития обратился за помощью в наш институт.

Дело в том, что в зависимости от особенностей объекта оценки, а также уже упоминавшихся целей определения стоимости ИС и по другим причинам оценщикам в каждом конкретном случае приходится использовать такие приемы работы, которые не повторяют друг друга ни по существу, ни по их конкретному использованию, ни по моделированию оценочных критериев, ни по расчету стоимости. По существу, каждый раз должен создаваться новый вариант методики сбора и агрегирования информации, соответствующий особенностям решения данной конкретной задачи. Собственно, институт и помог Краснодарскому центру технологического развития разработать такую методику, прежде всего, конечно, найти наиболее объективный и обоснованный подход к оценке ИС.

Между тем в процессе переговоров двух партнеров по СП зарубежная сторона неоднократно просила специалистов «Роскарфарма» ознакомить ее с технологией производства каролина, якобы для более объективной ее оценки, а также для выработки программы действий для продвижения нового препарата на мировой рынок. К счастью, руководство «Роскарфарма» не пошло навстречу партнерам. Более того, по нашей рекомендации роль зарубежных учредителей СП была точно определена и зафиксирована в соответствующих документах: обеспечение инвестирования быстро расширяющегося производства и сбыта каролина, проведение маркетинга на мировом рынке и оснащение препарата высококачественной упаковкой — все это традиционно узкие места не только в деятельности «Роскарфарма», но и многих других отечественных АО. Российская же сторона должна производить и оптом поставлять каролин в Европу, а оттуда — по всему миру.

Имея все это в виду, наши ученые и специалисты Краснодарского центра технологического развития вместе с работниками «Роскарфарма» высчитали, что цена препарата, по которой он будет продаваться за рубежом, возрастет по сравнению с теперешней, отечественной, как минимум в семь раз. И на основании этого пришли к единому выводу: стоимость интеллектуальной собственности «Роскарфарма», названная его зарубежными партнерами, существенно занижена. Сделка на основе предложенного ими размера инвестиций явно ущемляет интересы российской компании. Зарубежным партнерам была предложена другая, более высокая цена их вкладов. И вот что интересно: она была настолько обоснована, что и после этого у них не исчез интерес к совместной с «Роскарфармом» деятельности — они же прекрасно понимают, что такое взаимовыгодное партнерство.

ТИПИЧНЫЕ ОШИБКИ

Анализ состояния дел, связанных с совместным использованием ИС многими отечественными и иностранными предпринимателями, приводит к выводу: нашим разработчикам, авторам и владельцам ИС, как правило, хронически недостает правовой культуры и соответствующих навыков, необходимых для охраны собственности ИС. Именно поэтому, на мой взгляд, уместно хотя бы кратко упомянуть о некоторых типичных ошибках, допускаемых нашими бизнесменами и специалистами.

Во-первых, они нередко забывают, что, патентуя изобретение и другие результаты научно-технического творчества, тем самым обнародуют их. Поэтому во избежание вероятного, хищения нельзя, скажем, описывая формулу изобретения, раскрывать все его секреты. Характеризуя технологию, конструкцию или любой другой ОИС, следует кратко изложить суть дела, подчеркивая отличительные признаки объекта. Но сделать это нужно так, чтобы, ознакомившись с ними, невозможно было потом воспроизвести сам объект. Изобретатели в США готовят заявки на 40—50 страницах с множеством таблиц и графиков, пряча суть изобретения в описании.

По большинству описаний изобретений, сделанных в США, поэтому работоспособные объекты воссоздать невозможно. Авторы и владельцы изобретения, как правило, имеют секреты, которые не даны в упомянутых описаниях. Это резко повышает защищенность их ИС. Поэтому заинтересованные в изобретении предприниматели вынуждены покупать патент на него, а вместе с ним и ноу-хау. Причем стоимость патента вместе с ноу-хау всегда значительно больше, чем без него.

К сожалению, наша старая школа Института патентной экспертизы (ВНИИГПЭ) как раз и отличалась тем, что требовала от автора и заявителя изобретения подробного, открытого описания его сути,

которое потом публиковалось в специальном бюллетене. Эти публикации, естественно, внимательно изучались за рубежом. И нередко случалось так, что отечественные изобретения полностью заимствовались и патентовались иностранными авторами. К счастью, сегодня во ВНИИГПЭ уже отказываются от своих прежних требований, предъявлявшихся в прошлом к описаниям изобретений.

Во-вторых, на многих наших предприятиях, имеющих ноу-хау, почти никто не заботится о сохранении коммерческой и служебной тайны, даже приказы не издаются, в которых были бы предусмотрены порядок и меры охраны ноу-хау при их использовании. Ликвидация первых отделов может дорого обойтись тем, кому есть, что терять.

В-третьих, при составлении и подписании трудовых контрактов работодатель, как правило, не выдвигает перед своим новым сотрудником требований по сохранению упомянутых тайн, а последний не берет на себя никаких обязательств на этот счет.

Учитывая эти и многие другие ошибки, допускаемые при хранении интеллектуальной собственности, наш институт разработал типовые механизмы защиты ИС, которые уже прошли или проходят апробацию на предприятиях самых различных отраслей. В этих механизмах учтены многие способы, прибегнув к которым можно «вытянуть» секретную информацию и которые нередко используют иностранные партнеры, сотрудничая с нашими предпринимателями и специалистами.

Например, нередко выдвигают провокационные обвинения против обладателя уникальной информации в том, что его идея нежизнеспособна. Для этого могут даже устраиваться совещания, семинары и т.д. В ответ на подобные обвинения владелец ОИС начинает оправдываться, а заодно нечаянно выдает информацию, о которой сообщать оппонентам не следовало бы. Существует также множество способов вызвать обладателя ноу-хау на откровенность: банкеты, презентации, приглашения приехать в командировку, дарение сувениров и ценных вещей, затягивание в споры, дружеская поддержка спорщика и пожелание ему развить свою мысль и т.д.

Все эти приемы безрезультатны и совершенно безвредны, когда приняты соответствующие меры предосторожности. Но прежде всего нужно хотя бы примерно представлять себе стоимость того, чем вы обладаете. А для этого нужна объективная оценка ваших нематериальных активов, сделанная компетентной стороной, независимой от чьего бы то ни было влияния.

ОТ КУСТАРНИЧЕСТВА К ОБЪЕДИНЕНИЮ

Одной из причин всех вышеназванных недостатков, связанных с куплей-продажей, с использованием, хранением, защитой интел-

лектуальной собственности является кустарничество, разрозненная деятельность оценщиков ОИС, разбросанных по всей стране. Не меньшая беда — разноречие, которое допускается в методах оценки ИС. Это, естественно, сильно мешает установлению их истинной стоимости, тем самым наносится большой ущерб (в чем мы уже убедились) экономике как отдельных предприятий, так и в целом страны. Чтобы положить этому конец, нужно преодолеть кустарничество в деятельности оценщиков ОИС. И уже сделан серьезный шаг в этом направлении. Раньше формально состоявшие в одной из секций Российского общества оценщиков (РОО), оценщики ИС в апреле 1996 г. основали свою самостоятельную организацию — Общество оценщиков интеллектуальной собственности (ООИС).

Основной задачей этого Общества является консолидация профессиональных интересов оценщиков, работающих на рынке интеллектуальной собственности. Насколько многообразными могут быть направления его деятельности в своей сфере, можно судить по положениям его устава, определяющим функции Общества. Это прежде всего содействие подготовке и повышению квалификации оценщиков, оказание им помощи в их профессиональной деятельности путем анализа состояния российского и зарубежных рынков ИС, доведения полученной при этом информации до сведения оценщиков, разработка рейтингов субъектов рыночных отношений в области ИС, изучение международного опыта оценки, укрепление необходимых связей с другими такими же профессиональными обществами (бухгалтеров, аудиторов, РОО).

Все перечисленное лишь одна сторона деятельности ООИС. Другая, не менее важная, состоит в том, что оно ставит своей целью участие в выработке решений органов госвласти и местного самоуправления в пределах своей компетенции, в проведении экспертиз по правомерности использования, оценки, переоценки и менеджменту ОИС для государственных органов, в частности для налоговых служб, а также для судов и т.п., кроме того — представление и защиту прав, законных интересов своих членов во властных структурах, в органах самоуправления, в общественных организациях.

Впереди у ООИС большая работа по реализации своих задач и целей, по практическому осуществлению своих уставных функций. Как пойдут у нового Общества дела, покажет время. Но уже сейчас ясно: с его созданием наступил новый этап в деятельности оценщиков ОИС России — этап их консолидации.

ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНАЯ СОБСТВЕННОСТЬ В АКЦИОНЕРНОМ КАПИТАЛЕ

Интеллектуальная собственность (ИС) является, как известно, одним из видов нематериальных активов, представляющих собой новый для нашей экономики объект. Согласно «Положению о бухгалтерском учете и отчетности в Российской Федерации» (разд. IV, параграф 48) и «Положению о составе затрат, относимых на себестоимость продукции, работ, услуг» (параграф 2 «ц») к нематериальным активам предприятия, используемым в течение длительного времени в хозяйственной деятельности и приносящим доход, относятся не только права пользования земельными участками, природными ресурсами, но и патенты, лицензии, ноу-хау, программные продукты, монопольные права, привилегии и др*.

ПРОБЛЕМА ОЦЕНКИ

С развитием рыночных отношений права владения и пользования продуктами не только художественного, но и научного, технического творчества и в нашей стране стали предметом купли-продажи. В ходе приватизации, в процессах разъединения и слияния предприятий, их перехода из одной формы собственности в другую, при организации совместных предприятий с иностранными партнерами и во время процедур банкротства неизбежно встает вопрос о рыночной стоимости интеллектуальной собственности (ИС), хотя само применение понятия «рыночная стоимость» в данном случае не вполне корректно.

Дело в том, что сделки, связанные с продажей ИС, как правило, происходят не открыто, не как на бирже, а конфиденциально, потому что такая собственность почти всегда представляет собой коммерческую тайну. Существенно и то, что как продавец, так и покупатель лишены свободного выбора партнера по сделке, потому что ИС — это почти всегда объект, не имеющий аналогов. Поэтому и предложение, и спрос ограничены, а цену нельзя с чем-то сопоставить. К тому же и информация о таких сделках обычно известна лишь их участникам и широко не афишируется. Все это создает трудности для определения рыночной стоимости ИС.

* В ПБУ-14/2000 состав нематериальных активов на сегодня определен иначе, в основном исходя из наличия исключительных прав.

Однако, как показывает опыт нашего института, они вполне преодолимы. Если изучить функциональные возможности объекта ИС, то с определенной степенью достоверности можно прогнозировать, какую прибыль через 3—4 года следует ожидать от его практического использования. Затем на основе этого рассчитать условно-рыночную стоимость ИС, которую правомерно считать исходной, стартовой для многих других расчетов капитала бизнеса.

В отечественной литературе, правда, предлагаются и некоторые другие методы оценки. Но они, как правило, относятся к затратным методам, что сужает возможности их использования. К тому же эти методы совершенно неприемлемы, например, при сделках с высокоэффективной ИС, так как заведомо занижают их стоимость и потому не могут стимулировать развитие высоких технологий.

Вообще, проблема выбора методов стоимостной оценки ИС не такая уж безобидная, как может показаться на первый взгляд. Сейчас, к примеру, отдельные НИИ, еще недавно работавшие на отечественный военно-промышленный комплекс и обладающие новейшими высокими технологиями, активно ведут переговоры о продаже своей ИС некоторым зарубежным покупателям. Причем, как правило, соглашались с тем, чтобы цены определялись с помощью именно затратных методов. Это грозит им потерей очень больших капиталов. Но, как говорится, нужда заставляет — нынешнее государственное финансирование многих НИИ таково, что они рады получить за свои разработки хотя бы десяток тысяч долларов, теряя при этом миллионы. В итоге полученные средства не позволяют НИИ даже технически перевооружиться для продолжения научно-исследовательских работ на современном уровне.

Беда тут не столько в экономическом хищничестве зарубежных партнеров, сколько в коммерческой неопытности руководителей НИИ. Не желая нарушать конфиденциальность своих переговоров с покупателями ИС, они не хотят привлекать квалифицированных оценщиков. Хотя их участие в подготовке сделок могло бы принести дополнительный капитал. Причем и конфиденциальная информация, связанная со сделкой, не будет разглашена — этого требует кодекс профессиональной этики Российского общества оценщиков.

УЧЕТНАЯ ПОЛИТИКА

ИС в бухгалтерском учете фиксируется так же, как и другие нематериальные активы. Поступления ИС отражаются в дебете счета 04. При этом их стоимость может оцениваться по одному из трех вариантов:

— по договорной цене, когда владельцы ИС, юридические или физические лица, продают ее по договору предприятию;

- по фактическим затратам, произведенным при создании ИС;
- по стоимости ИС, определенной экспертным путем, с помощью профессиональных оценщиков.

ИС может поступать на предприятие как вклад в уставный капитал, как безвозмездное даяние от юридических и физических лиц, а также приобретаться за наличный и безналичный расчет.

Первоначальная стоимость ИС, внесенной в уставный капитал, устанавливается учредителями АО и фиксируется в учредительных документах. Начисление взноса (задолженности лиц, подписавшихся на акции) отражается проводкой Дт 75.1 «Расчеты по вкладам в уставный капитал» (на основании учредительных документов). Фактическое внесение ИС оформляется записью по кредиту счета 75.1 в корреспонденции с дебетом счета 04 «Нематериальные активы» либо счета 08 «Капитальные вложения» (если требуется дальнейшая доработка ИС). В этом случае уже при вводе в эксплуатацию доработанной ИС делается проводка Дт счета 04 — Кт счета 08¹.

При безвозмездной передаче ИС она ставится на бухгалтерский учет с помощью проводки Дт счета 08 — Кт счета 87.3 «Безвозмездно полученные ценности»². При чем при поступлении ИС от юридического лица производится начисление налога на прибыль, кроме особо оговоренных в законодательных актах случаев.

При приобретении ИС путем сделки купли-продажи, в соответствии с договором по акту передачи, делается проводка Дт счета 08 — Кт счетов: 60 «Расчеты с поставщиками и подрядчиками», 76 «Расчеты с разными дебиторами и кредиторами», 71 «Расчеты с подотчетными лицами», либо счетов: 50 касса, 51 «Расчетный счет», 52 «Валютный счет» (если оплата производится сразу). Оприходование может производиться с использованием счета 61 «Расчеты по авансам выданным».

Выбывает ИС с предприятия также различным образом: при ее продаже другому юридическому или физическому лицу, при ее безвозмездной передаче кому-то, при ее списании после окончания установленного срока эксплуатации или в случае морального устаревания, при передаче в качестве вклада в уставный капитал

¹ С 2001 г. в соответствии с Приказом Минфина России № 94н от 31.10.2000 «Об утверждении Плана счетов бухгалтерского учета финансово-хозяйственной деятельности организаций и Инструкции по его применению» начинается переход к применению нового плана счетов. В связи с этим все проводки, даваемые в этом тексте, действительны для применения до 31.12.2001 г. Проводки в соответствии с новым, действующим планом счетов будут даваться в ссылах. Оприходование нематериальных активов, внесенных учредителями в счет вклада в уставный (фонд) капитал или в счет оплаты акций: Дт 04 «Нематериальные активы» — Кт 08-5 «Приобретение нематериальных активов». Одновременно делается проводка: Дт 08-5 «Приобретение нематериальных активов» — Кт 75-1 «Расчеты по вкладам в уставный (складочный) капитал».

² В соответствии с новым планом счетов получение нематериальных активов производственного назначения безвозмездно оформляется проводкой: Дт 04 «Нематериальные активы» — Кт 91 «Прочие доходы и расходы». Одновременно делается проводка: Дт 91 «Прочие доходы и расходы» — Кт 98-2 «Безвозмездные поступления».

другого АО. Независимо от причин, по которым ИС выбывает с предприятия, результат этих операций фиксируется в активно-пассивном счете 48 «Реализация прочих активов»³.

Хочется обратить особое внимание руководителей и счетных работников на то, что порядок начисления износа нематериальных активов, в том числе и ИС, с точки зрения выбора и обоснования учетной политики предприятия имеет принципиальное значение. В связи с этим следует напомнить содержание параграфа 2 «ц» «Положения о составе затрат по производству и реализации продукции (работ, услуг), включаемых в себестоимость продукции (работ, услуг), и о порядке формирования финансовых результатов, учитываемых при налогообложении прибыли», утвержденного правительством 1 июля 1995 г., № 661⁴. Здесь особо подчеркивается, что в себестоимость продукции (работ, услуг) включается «амортизация нематериальных активов, используемых в процессе осуществления уставной деятельности, по нормам амортизационных отчислений, рассчитанных организацией исходя из первоначальной стоимости и срока их полезного использования»⁵.

Это положение чрезвычайно важно для всех АО, но особенно для тех, которые используют ИС, если можно так выразиться, в больших объемах. Оно важно хотя бы уже потому, что в нем, так же как для амортизационных отчислений на полное восстановление основных производственных фондов, не оговаривается ни способ приобретения нематериального актива, ни формирование его первоначальной стоимости. Это создает известную свободу действий для АО как в приобретении ИС со стороны, так и в определении нужных разновидностей стоимости своей ИС.

³ Согласно Инструкции по применению нового Плана счетов при выбытии прав на объект интеллектуальной собственности из активов организации (в результате уступки прав, списания, передачи безвозмездно, внесения в уставный капитал и др.) первоначальная стоимость их списывается с кредита счета 04 «Нематериальные активы» в дебет счета 91 «Прочие доходы и расходы». При этом, сумма начисленной амортизации по выбывающим нематериальным активам списывается с дебета счета 05 «Амортизация нематериальных активов» в кредит счета 04 «Нематериальные активы».

⁴ С 01.01.2002 в связи с вступлением в силу главы 25 Налогового кодекса РФ «Налог на прибыль организаций» Постановление Правительства РФ от 05.08.1992 г. № 552 «Об утверждении Положения о составе затрат по производству и реализации продукции (работ, услуг), включаемых в себестоимость продукции (работ, услуг), и о порядке формирования финансовых результатов, учитываемых при налогообложении прибыли» утрачивает силу. Расходы налогоплательщика определяются исключительно НК РФ. Ст. 253—266 определяет перечень и состав расходов, связанных с производством и реализацией, а ст. 265 определяет перечень внереализационных расходов.

⁵ В соответствии с п. 2 статьи 253 НК РФ суммы начисленной амортизации включаются в расходы, связанные с производством и (или) реализацией. Результаты ИС и иные объекты ИС, которые находятся у налогоплательщика на праве собственности и используются им для извлечения дохода, являются амортизируемым имуществом, стоимость которого погашается путем начисления амортизации (ст. 256). Порядок определения первоначальной стоимости амортизируемого имущества, в частности нематериальных активов, дается в п. 3 ст. 257. В ст. 159 характеризуются методы (линейный, нелинейный) и порядок расчета сумм амортизации.

Не менее существенно и другое. Есть такие нематериальные активы, срок полезного действия которых невозможно точно установить. Поэтому норма износа для них определяется сроком в десять лет (но не больше времени деятельности самого предприятия). Но нередко встречаются ОИС, которые не изнашиваются и их стоимость не уменьшается, а нередко и возрастает. Такой особенностью, например, обладают товарные знаки, различные бессрочные права и такой широко распространенный, особенно за рубежом, актив, как «деловая репутация фирмы».

Так вот, при выработке своей учетной политики АО, судя по приведенному положению, само вправе определять перечень подобных нематериальных активов, так как это не влияет на величину налогов на прибыль.

Главное же достоинство этого положения в том, что оно дает возможность компаниям, используя свою интеллектуальную собственность, сужать налоговую базу, в частности снижать налог на прибыль. Механизм тут такой: если износ нематериальных активов в виде амортизационных отчислений относится на себестоимость продукции, то, чем выше стоимость прав на ОИС, тем ниже налог на прибыль. При известной величине их стоимости налог на прибыль может даже вообще не начисляться. Следует добавить, к сведению бухгалтеров и других финансистов АО, что этому никак не может быть препятствием параграф 43 «положения по бухгалтерскому учету долгосрочных инвестиций», утвержденного Минфином РФ 30 декабря 1993 г., ибо в нем речь идет о приобретенных либо вновь созданных самим предприятием, а не эксплуатируемых ИС и других нематериальных активах.

Все это, с одной стороны, должно побуждать акционерные компании лучше учитывать уже имеющуюся у них ИС, а с другой — увеличивать ее, повышая тем самым технологический уровень производства и его наукоемкость.

ЭФФЕКТ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ

Основными клиентами нашего института являются крупные НИИ, НПО и предприятия, имеющие значительные «залежи» ИС, подчас никем не востребованной. Но все же чаще к нам обращаются за помощью малые и средние АО. И это неудивительно: они обычно ведут более активную наступательную политику на товарных рынках. Чтобы занять на этих рынках достойное место и удержать его за собой в конкурентной борьбе, необходимо производить новую продукцию с современными потребительскими свойствами и постоянно улучшать качество традиционных товаров. А сделать это можно, только используя соответствующие объекты ИС. И в связи с этим особо следует отметить, что нашими клиентами, как прави-

ло, становятся те АО, у которых хорошо налажена работа бухгалтерии и финансовой службы, которые настойчиво ищут оптимальные варианты производственных затрат и минимизации налогообложения. Судя по умножению и укреплению наших связей с предприятиями из самых различных регионов страны, таких АО становится все больше и больше. Нередко нам приходится по ходу дела выявлять и потенциальные возможности ИС, которые часто бывают гораздо шире, чем, допустим, функция вклада в уставный капитал.

В стране еще нет действенной инновационной системы формирования потенциальных потребителей ИС. По нашим прогнозам, к примеру, весьма перспективной и показательной является разработка компании «Мосэнерго» под названием «Квинт», созданная при участии пяти других фирм. «Квинт» — это современный программно-технический комплекс, предназначенный для управления технологическими процессами в топливной и атомной энергетике, на предприятиях химии и нефтехимии, черной и цветной металлургии и других отраслей. Разработка архисовременная и нужная. Но введение прав на «Квинт» в уставный капитал нового АО, созданного для широкого использования разработки, осложнилось тем, что одна из пяти организаций, участвовавших в работе над проектом, имеет статус государственного научно-исследовательского центра. Его ИС не может вноситься в качестве вклада в уставный капитал других фирм без согласования с соответствующими госорганами. А процедура согласования и принятия решения для таких случаев в то время не была установлена.

Проанализировав ситуацию, мы доказали, что разработка была выполнена центром внеплановым порядком, с использованием средств «Мосэнерго» из своих собственных, а не бюджетных. Поэтому разработка принадлежит не государству, а является совместной собственностью «Мосэнерго» и центра. Научно-исследовательский центр получил возможность внести в уставный капитал нового АО вклад в виде той части ИС, которая принадлежит ему в коллективной разработке, и стал одним из учредителей компании.

При внесении ИС в уставный капитал возникает проблема ее фактической и потенциальной ценности. Эта двойственность оценки имеет большое практическое значение и не меньшие следствия. Нередко при создании нового производства ожидается получение прибыли за счет использования определенного объекта ИС. Объект зафиксирован либо в патенте, либо в свидетельстве, либо в лицензионном договоре или в соглашении о его полной уступке кому-то из учредителей нового АО. Стоимость ИС при этом зачастую превосходит стоимость всех других денежных и имущественных вкладов. Соответственно и доля ее вкладчика в уставный капитал бывает не меньше, а больше, чем у остальных учредителей. И вот тут-то и дает себя знать двойственность оценки ИС: если предприятие, используя ИС, будет процветать, то доля вкладчика ИС оправдала

себя, а стоимость самого объекта ИС из потенциальной превратилась в фактическую. То есть, произойдет капитализация. Если же этого не произошло, значит, вклад не оправдал себя и стоимость ИС так и осталась потенциальной. Капитализация не произошла. Другими словами, используя ИС в качестве вклада в уставный капитал, АО идет на определенный риск. И это необходимо иметь в виду, включая такой вклад в уставный капитал, давая ИС стоимостную оценку, учитывать ее возможное влияние на конкурентоспособность производства. Руководителям АО не следует возлагать слишком большие надежды на вложенную в уставный капитал ИС, которая до того еще не давала положительных производственных результатов, а ее вкладчик не предпринимал ранее активных шагов для ее практического применения. Ошибка тут чревата снижением темпов развития предприятия и освоения рынка.

Впрочем, нужно быть готовым и к тому, что от любых долей, первоначально внесенных в уставный капитал денежных или имущественных вкладов, мало зависят размеры прибыли и дивидендов на ранних стадиях развития предприятия. В этом отношении вклад в виде ИС ничем не отличается от других. Затронутая же проблема двойственности оценки ИС особенно часто возникает тогда, когда вкладчики ИС в уставный капитал все же не занимают в акционерном обществе ключевых постов и не могут самостоятельно формировать такие стратегические программы и проекты по отдельным направлениям бизнеса, в которых можно было бы реализовать вложенную ими ИС. В таких случаях потенциальная ценность их вкладов так и остается не востребованной.

Подобные ситуации чреваты возникновением неустойчивых, конфликтных отношений не только среди учредителей, но и в целом в АО, что может привести к снижению темпов развития производства, освоения рынков сбыта. Руководители АО должны учитывать это и принимать профилактические меры, предупреждающие возникновение подобных ситуаций. Очевидно, что эти меры должны быть направлены на реализацию потенциальной ценности ИС, на ее превращение в фактическую. Здесь крайне важно, чтобы вносимая в уставный капитал ИС была четко задействована в каком-либо инвестиционном проекте данного предприятия, где ее затем никто не сможет проигнорировать.

На это же нацелены и рекомендуемые нами методики. Они связывают стоимость ИС с результатами ее использования: чем шире ее внедрение в производство, чем больше ее эффект, тем она дороже.

СКОЛЬКО СТОЯТ ПРОДУКТЫ ТВОРЧЕСТВА

ОЦЕНКА НЕМАТЕРИАЛЬНЫХ АКТИВОВ

Российский рынок услуг оценки стоимости прав на объекты интеллектуальной собственности сравнительно молод — ему всего шесть лет. Тем не менее рынок развивается очень динамично. Предпосылками этого явились: накопленный в советский период научно-технический потенциал, законодательство, утверждающее принципы рыночной экономики, а также формирование в России института частного права и интеллектуальной собственности как одного из его объектов.

ПО МЕЖДУНАРОДНЫМ СТАНДАРТАМ

В становлении нашей отечественной методологии и методик оценки интеллектуальной собственности немалую роль сыграла деятельность Международного комитета по стандартам оценки имущества (МКСОИ). Образованный в 1981 г., насчитывающий в своем составе более ста членов-организаций из сорока стран мира, этот комитет подготовил к 1994 г. комплекс проектов Международных стандартов оценки имущества, часть из которых уже утверждена и действует. Одним из этого комплекса является стандарт 1А «Оценка нематериальных активов». Этот документ для нас ценен тем, что дает возможность идентифицировать понятие «нематериальные активы», установить определения стоимости, применяемые к нематериальным активам, установить стандарты отчетности по их оценке и учитывать некоторые различия в методиках самой оценки.

Интеллектуальная собственность при этом рассматривается как специальная категория нематериальных активов, защищаемая законом от несанкционированного использования. Причем справедливо отмечается, что нематериальным активом могут быть не только письменно зафиксированные отношения, но и устные договоренности. Однако последние не могут быть идентифицированы как активы для целей бухгалтерского учета. Поэтому они объединяются с другими неидентифицированными активами предприятий под общим названием гудвилл.

Оценка гудвилла производится разностью между рыночной стоимостью предприятия и суммой его идентифицированных активов.

В этом же документе подчеркивается, что традиционно нематериальные активы оцениваются в контексте деятельности конк-

ретного предприятия. И только в некоторых случаях возникает необходимость оценивать их вне связи с другими активами. Это утверждение подтверждается практикой. В США, например, стоимость 90% нематериальных активов определяется через оценку бизнеса и лишь 10% — без этого.

Для нас в этом комплексе международных стандартов было важно и то, что определение стоимости нематериальных активов строго ограничивается их рыночной, потребительной, меновой, инвестиционной стоимостью и стоимостью действующего предприятия — ведь каждому из оценщиков приходится их обосновывать, использовать эти данные в своем отчете.

Тем не менее для оценщиков эти виды стоимости на практике неравнозначны. Например, рыночная стоимость, равная сумме, полученной за нематериальные активы в результате сделки, кажется наиболее просто устанавливаемой. Однако применительно к интеллектуальной собственности используется крайне редко. Прежде всего потому, что у такого рода активов одновременно нескольких покупателей не бывает, а значит, не возникает и конкуренция. К тому же покупатель и продавец редко бывают в равной степени информированы об истинных достоинствах и недостатках данного объекта, а потому их равноправие в сделке весьма проблематично.

Нематериальные активы редко меняют своих владельцев. Поэтому для оценки большинства этих активов гораздо актуальнее определение их потребительной стоимости. Она выражается суммой потребительских выгод, которые получает от таких активов их владелец. Но часто эти выгоды в совокупности трудно выразить с помощью конкретной стоимостной оценки. Поэтому для целей бухгалтерского учета, для судов, нуждающихся в оценке нанесенного ущерба, для налогообложения и для различных сделок со сменой владельца потребительная стоимость трудноприменима.

Как показывает опыт ряда российских специалистов по оценке подавляющего большинства нематериальных активов, инвестиционная стоимость — наиболее подходящий и часто используемый вид стоимости, который им приходится рассчитывать. При этом инвестиционная стоимость рассматривается как стоимость конкретного нематериального актива для конкретного инвестора. И при купле-продаже нематериального актива, и при его безвозмездной передаче, и при внесении его в уставный капитал почти всегда такой актив предполагается использовать или в конкретной технологии, или в конкретном инвестиционном проекте, имеющем целью выпуск конкретной продукции для получения столь же конкретного экономического эффекта в результате его реализации.

К слову сказать, при определении стоимости нематериальных активов в контексте стоимости предприятия они рассматриваются как часть стоимости данного действующего предприятия. Меновая же стоимость базируется на рыночных отношениях, при которых не-

материальные активы рассматриваются как специфический товар, переходящий из рук в руки.

На основе комплекса международных стандартов МКСОИ еще в 1996 г. в Российском обществе оценщиков был разработан и принят свой стандарт, устанавливающий ряд специальных терминологических определений, основные методологические подходы, стандарты стоимости, порядок взаимоотношений заказчика услуги и оценщика, а также содержание отчета об оценке. Сейчас идет подготовка проекта полноценного государственного стандарта оценки нематериальных активов. Наш институт является одним из участников разработки этого документа.

Однако уже и сейчас названные здесь предпосылки, вместе взятые, позволили выработать подходы и методы оценки нематериальных активов и в их числе интеллектуальной собственности, широко используемые российскими оценщиками. Все ОИС, как и другие нематериальные активы, большинством из них оцениваются на основе трех классических подходов: затратного, сравнительного, доходного. Каждый из этих подходов имеет свои методы.

ЗАТРАТНЫЙ ПОДХОД

Стоимость актива может оцениваться по затратам, необходимым для воспроизводства или его замены за вычетом обоснованной поправки на начисленный износ актива. Если для материальных активов характерны физический износ, функциональное и экономическое устаревание, то для нематериальных активов скорее характерны временной (или срочный) износ и моральный износ.

Под временным, или срочным, износом следует понимать меру израсходованного времени по нормативно определенному сроку. Этот период иногда неверно называют сроком полезного использования актива. Период временного износа часто совпадает с периодом полной амортизации этого актива на конкретном предприятии, но может и не совпадать. Этот износ от амортизации, проводимой бухгалтерской службой, не зависит. Он зависит от законодательных норм и условий договоров по его передаче. Такой износ может оцениваться в процентах и в стоимостных единицах. Этот новый вид износа сформулирован в стенах нашего института. И мы этот параметр используем в оценочной деятельности.

Временной износ напрямую не связан с экономическим устареванием или моральным износом нематериального актива. Когда заканчивается срок действия лицензии на право использовать изобретение на каком-то предприятии, это не значит, что оно морально устарело и больше не будет на других предприятиях в других условиях приносить доход.

Моральный износ нематериального актива определяется сложнее, чем временной износ. Он связан с появлением более прогрессивных нематериальных активов, например патентов, выполняющих ту же функцию в производстве определенных изделий. Моральный износ патентов сопровождается падением прибыли в производстве и снижением доходности самого актива. Большинство оценщиков нематериальных активов с этим видом износа достаточно неплохо знакомы.

Затратный подход чаще применяется для оценки нематериальных активов, не участвующих в формировании будущих доходов и не приносящих прибыли в настоящее время.

При оценке бизнеса затратный подход используется в тех случаях, когда ожидается, что оцениваемая фирма или сопоставимая с ней другая фирма окажется на грани банкротства или не будет иметь доходов в течение длительного времени.

На практике затратные методы оценки нематериальных активов используются в случаях, когда эти активы имеют социальное значение или участвуют в подобных программах, когда сферой их применения являются социальная сфера, космос, оборонные программы, другие программы безопасности, государственного и регионального обустройства.

Метод определения начальных затрат. Стоимость актива, определяемая по этому методу, называется исторической, так как она прежде всего базируется на фактически произведенных затратах, извлеченных из бухгалтерской отчетности предприятия за несколько последних лет.

При этом обращается внимание на два обстоятельства: на их величину и на срок создания актива. При необходимости ранее произведенные затраты должны быть скорректированы в нужном направлении и затем проиндексированы с учетом срока их давности.

Метод стоимости замещения. При оценке актива по этому методу используется принцип замещения, который устанавливает, что максимальная стоимость собственности определяется минимальной ценой, которую следует заплатить при покупке актива аналогичной полезности или с аналогичной потребительной стоимостью. Эта стоимость называется стоимостью нового актива, эквивалентного по функциональным возможностям и вариантам его использования старому активу, но не обязательно аналогичного по внешнему виду и строению составных частей.

Метод восстановительной стоимости. Восстановительная стоимость актива определяется как сумма затрат, необходимых для создания новой точной копии оцениваемого актива. Эти затраты должны быть основаны на современных ценах на сырье, материалы, энергоносители, комплектующие изделия, информацию и на среднеотраслевой стоимости рабочей силы соответствующей квалификации.

Метод восстановительной стоимости является наиболее приемлемым способом расчета стоимости уникальных нематериальных активов.

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ ПОДХОД

Если всю гамму нематериальных активов, используемых на фирмах и в корпорациях, рассматривать в диапазоне от низколиквидных активов до неликвидных, а также в диапазоне от отчуждаемых до неотчуждаемых, то становится ясным, что сравнительный подход для оценки стоимости нематериальных активов может быть применим лишь условно. Особенно когда речь идет об активах неликвидных и неотчуждаемых. В этом случае корректнее говорить об инвестиционной стоимости этих активов в рамках данного бизнеса или конкретной инвестиционной программы. И лишь для отдельных прав на объекты интеллектуальной собственности использование методов сравнительного подхода может быть приемлемым и даже предпочтительным.

Полноценные сравнительные методы могут быть применимы лишь при наличии у покупателя выбора этих активов из числа других, подобных и выполняющих эти же функции. При этом из нескольких активов примерно одинакового назначения и полезности покупатели должны иметь возможность выбора того, который их устраивает по комплексу качеств, включая функциональные свойства, приемлемую стоимость, длительность срока службы, степень защищенности актива, его уникальность и другие характеристики. Помимо всего, продавец нематериальных активов также должен иметь возможность выбора наиболее интересных для него покупателей с тем, чтобы и среди них отдать предпочтение тому, кто больше заплатит, и тому, с кем возможно перспективное сотрудничество.

К сожалению, лишь по некоторым нематериальным активам возможно соблюдение подобных условий. В частности, такое возможно при продаже прав на издание высокопрофессиональных произведений литературы, искусства, на изготовление и коммерческую реализацию высококачественной аудио- и видеопродукции, при тиражировании и реализации программных продуктов.

С передачей прав на объекты промышленной собственности по принципам рыночных отношений обычно дело обстоит значительно сложнее. Чем уникальнее производство или продукция, в которых реализовано право на объект промышленной собственности, тем сложнее найти покупателя и, соответственно, тем менее вероятны полноценные рыночные отношения. И наоборот, чем масштабнее производство и чем больше таких производств в мире, тем легче найти покупателей патентов и других прав и тем более приемлемы методы рыночной оценки. Примером могут быть производства компьютеров, калькуляторов, телевизоров и другие подобные.

Метод сравнительных продаж. Сущность метода состоит в отыскании сведений о рыночной стоимости по нематериальным активам, сравнимым по назначению и полезности с оцениваемым

объектом. После чего вносится поправка на имеющиеся у них отличия и определяется стоимость, сравнимая со стоимостью аналога.

Этот метод предусматривает сопоставление оценки нематериального актива по намечаемой сделке с уже состоявшейся аналогичной сделкой. Обе сопоставляемые сделки сравниваются по основным экономическим параметрам, используемым в расчетах рентабельности сделки. Обычно это бывает оборачиваемость капитала и чистая прибыль от использования изобретения или товарного знака.

Основными условиями применимости этого метода являются:

- наличие сведений о фактах продажи нематериальных активов подобного назначения и полезности;

- умение оценить влияние отличительных особенностей таких объектов на их стоимость;

- доступность и достоверность информации о ценах и условиях сделок по подобным активам.

На российском рынке подобные сведения получить весьма сложно. Они обычно не публикуются и не предаются гласности. Хотя частично эти сведения имеются у российского Патентного ведомства.

Метод освобождения от роялти. Этот метод применим при наличии информации о сделках с подобными активами или, как минимум, при знании ставок роялти в этой отрасли. Сущность этого метода состоит в том, что выдвигается предположение, что интеллектуальная собственность, используемая на предприятии, ему не принадлежит. Тогда часть выручки, которую предприятие должно было бы выплачивать в виде вознаграждения владельцам этой интеллектуальной собственности, но в действительности оставляет у себя, потому что данная собственность принадлежит этому предприятию, считается как его дополнительная прибыль, созданная этим активом. Стоимость денежных потоков, сформированная на основе этой прибыли, образует рыночную стоимость оцениваемого актива.

В международной практике этот метод широко применяется для оценки стоимости патентов и технологий. Он известен как метод Relief from Royalty, что означает «освобождение от роялти».

ДОХОДНЫЙ ПОДХОД

Наиболее широко употребляемыми в оценке нематериальных активов в последние годы стали методы, объединенные так называемым доходным подходом. Методология этого подхода базируется на установлении причинной связи между функциональными (физическими, технико-экономическими, медицинскими и другими) свойствами нематериального актива, используемого в конкретной технологии, и будущими доходами от использования данного актива в хозяйственной деятельности. Основная предпосылка этого под-

хода состоит в том, что экономическая ценность конкретного нематериального актива на настоящий момент обусловлена ожиданием получения от этого актива доходов в будущем.

Основными методами, реализующими это самостоятельное методологическое направление, являются методы дисконтирования и прямой капитализации.

Метод дисконтирования. При оценке нематериальных активов доходными методами чаще других используется метод дисконтирования.

В его основе лежит один из основных финансовых законов, который формулируется: сегодняшний доллар стоит дороже, чем завтрашний. Соотношение между текущей и будущей стоимостью актива описывается формулой наращения скидки в будущих денежных потоках по методу сложного процента. В процессе реализации этого метода, во-первых, оцениваются будущие денежные потоки. Во-вторых, определяется ставка дисконтирования, и, в-третьих, рассчитывается суммарная текущая стоимость будущих денежных потоков.

В этом методе также используется и другой закон финансов, который гласит: безрисковый доллар стоит дороже, чем рискованный. Поэтому ставка дисконтирования на безрисковые вложения капитала минимальна, а на высокорисковые вложения капитала максимальна.

Жизненный цикл нематериального актива разбивается на два периода: прогнозный (примерно 3—4 года) и послепрогнозный, уходящий в бесконечность. Качество доходов с учетом факторов риска характеризуется нормой дисконтирования, которая определяется на основе анализа бизнеса. Стоимость актива определяется как сумма текущих стоимостей денежных потоков прогнозного и послепрогнозного периодов.

Методы капитализации доходов. Под капитализацией обычно понимают процесс перевода доходов от какого-либо имущества в его стоимость. Различают метод прямой капитализации и метод капитализации по норме отдачи. Эти методы для оценки нематериальных активов используются сравнительно редко.

Метод прямой капитализации используется в основном для расчета остаточной стоимости, в качестве экспресс-метода и иногда для оценки активов, срок жизни которых практически не ограничен. Процедура этого метода включает, во-первых, выявление источников и размеров чистого дохода, во-вторых, определяется ставка капитализации и, в-третьих, определяется стоимость как частное от деления чистого дохода на ставку капитализации.

Хочется подчеркнуть, что обсуждение всех этих методов с зарубежными оценщиками показало их полную совместимость и идентичность с теми, которые используются профессиональными оценщиками других стран. Они полностью соответствуют оценке нематериальных активов и могут применяться в контексте с иными методами при оценке бизнеса в целом.

РЫНОК НЕМАТЕРИАЛЬНЫХ АКТИВОВ

Продолжу тему статьи «Коммерция нематериальных активов». По существу, речь должна идти о двух рынках: о собственно рынке нематериальных активов и рынке услуг, связанных с их оценкой. В свою очередь, рынок нематериальных активов следует рассматривать, с одной стороны, как неотъемлемую часть мирового рынка наукоемкой продукции, с другой — как часть рынка информации и информационных технологий. Рынок наукоемкой продукции служит источником все возрастающих доходов экономически развитых стран. На долю США, например, приходится более 40% мирового рынка высоких технологий, Германии и Японии, вместе взятых, — около 40%, остальное приходится на несколько ведущих европейских стран.

Для этого рынка в целом характерны:

- возрастающая конкуренция между фирмами и корпорациями;
- перенос интереса предпринимателей из сферы промышленного производства в сферу науки и программного моделирования новых технологий и изделий;
- бурное развитие теории и практики инновационного менеджмента;
- возрастание значения стоимостной оценки прав на объекты интеллектуальной собственности.

Последняя тенденция связана с тем, что «стратегическим сырьем» для корпораций, производящих наукоемкую продукцию, являются коммерчески ценные идеи, оформленные патентами, свидетельствами, лицензиями, дающими право на производство и реализацию наукоемкой продукции, а также ноу-хау и договоры, связанные с их передачей. Именно поэтому стоимостная оценка этого «сырья» постепенно превращается в одно из важнейших направлений экспертизы инвестиционных проектов и бизнес-планов корпораций, банков, финансово-промышленных групп.

Поэтому крупные корпорации и фирмы, располагающие соответствующими средствами, стремятся иметь в своем штате высококвалифицированных специалистов по оценке прав на дорогостоящие инновации. Забегая вперед, стоит подчеркнуть, что в этих условиях роль эксперта-оценщика становится одной из ведущих среди специалистов, чья деятельность связана с нематериальными активами. Одновременно возрастает и значение рынка услуг по оценке. Каково нынешнее состояние этого рынка в России? Судя по всему, он еще не занял свое достойное место в си-

стеме экономических отношений. Причем неразвитость этого сегмента рынка находится в вопиющем противоречии с реальным потенциалом страны.

Напомню вам общеизвестное. В России сосредоточено 12% ученых всего мира, более миллиона человек. А ее доля на мировом рынке наукоемкой продукции всего 0,3%. У нас плодотворной инновационной деятельностью занимаются лишь 5% предприятий. Наукоемкая продукция, которую они выпускают, составляет лишь 1,5—2% от общего объема экспорта страны. Между тем задел, созданный нашими учеными и изобретателями, во многих случаях гарантирует любому инвестору большие преимущества на рынке наукоемкой продукции. Этот «инновационный резерв» нередко позволяет сократить затраты на завершающие исследования, связанные с реализацией проекта, с 30—50% от его стоимости до 5—7%, причем, сокращая время окупаемости проекта вместо обычных трех — шести до полутора — трех лет. И несмотря на это, многие и многие объекты интеллектуальной собственности не востребуются производством, морально стареют, обесцениваются...

Тем не менее предпосылки для развития рынка нематериальных активов в стране создаются. Ныне в мире объем продаж наукоемкой продукции составляет более 2 трлн. долл. в год. По прогнозам наших официальных лиц, Россия уже через несколько лет сможет иметь из них свои 10—15%. Этому, в частности, должно содействовать начатое в 1997 г. создание национальной инновационной системы. Эта система рассматривается как механизм, с помощью которого должна произойти интеграция финансового и промышленного капитала, что даст сильный толчок и развитию рынка нематериальных активов.

По оценкам нашего института, сейчас удельный вес нематериальных активов только по всем хозяйствующим субъектам в среднем составляет 10—25% от общего объема всех активов, а на промышленных предприятиях и того больше — 25—30%. Они могут и должны приносить прибыль. Но, обратите внимание, нематериальные активы в бухгалтерском балансе большинства предприятий даже не зафиксированы.

Причина этого не только в несовершенстве бухгалтерского учета. Она гораздо глубже — в неверной ориентации налообложения. Почему в США и в Западной Европе налоговые льготы стимулируют эффективное использование нематериальных активов, особенно интеллектуальной собственности? Потому что там основную массу прибыли получают за счет эффективной эксплуатации именно этих активов, максимального использования научно-технических достижений. Забота об этом в США и Западной Европе возведена в ранг государственной политики. У нас же, к сожалению, льготы в этом направлении последовательно ликвидируются. Это безусловно серьезный стратегический просчет.

Подобное отношение совершенно непонятно, хотя бы уж потому, что есть немало примеров высокой доходности нематериальных активов, особенно интеллектуальной собственности. В рамках уже упоминавшейся национальной инновационной системы, в таких крупных городах с наукоемким производством, как Москва, Санкт-Петербург, Новосибирск, Казань, Екатеринбург, созданы инновационно-технологические центры (ИТЦ). На их базе действуют сто с лишним малых научных фирм. Их годовой оборот достиг почти 117 млн. рублей. А сумма налогов, перечисленных ими в местные и федеральные бюджеты за год, достигла одной трети объема всех средств, вложенных в создание и в деятельность этих фирм. Значит, уже через год—два они окупят себя и соответствующие бюджеты начнут получать за счет налогов крупные суммы.

С нашей точки зрения, льготы должны даваться под стратегически важные хозяйственные результаты. Они позволяют в течение определенного времени перестроить деятельность предприятия так, чтобы оно могло достигнуть реальных экономических целей. Если предоставлять льготы для создания новых материалов, прогрессивных технологий, научных разработок, расширения экспорта несырьевых и высокотехнологичных товаров, можно ускорить выход из кризиса. Если же обременительный налоговый пресс сохранять по-прежнему, то из этих тупиков никогда не выйти. Впрочем, это простые вещи, о которых нет необходимости говорить.

Другое дело, надо представлять себе, что в экономике действуют короткие и длинные схемы наращивания капитала. Длинные схемы — это путь, связанный с долгосрочным инвестированием капитала, с использованием высоких технологий. Короткие схемы не требуют особенно больших вложений сил, денег, ума. К сожалению, большинство отечественных предпринимателей, управляющих на разных уровнях, сориентированы на использование самых коротких схем — быстрое увеличение коротких денег. Это прямое порождение действующей налоговой системы, которая по существу и порождает криминал.

В США, насколько мне известно, доходы от экспорта наукоемкой продукции достигают 740 млрд. долларов в год. Для сравнения, в России — всего один миллиард, в 740 раз меньше! Если так будет продолжаться и дальше, то вся отечественная интеллектуальная собственность будет утекать туда, где ее использование действительно поощряется государством. Для этого в США используется множество экономических инструментов, в том числе и налоговые льготы: например, право предприятий списывать затраты как на НИОКР так и на амортизируемое имущество или вычитать из налогооблагаемой базы 100% средств, израсходованных предприятием на приобретение исследований и разработок.

Нельзя, как мне кажется, игнорировать и то, что короткие схемы наращивания капитала приводят к застою в сфере научно-при-

кладных исследований. Ведь в таком случае ценные интеллектуальные продукты оказываются невостребованными производством. Не имея платежеспособного спроса, прикладная наука начинает отставать от мирового уровня. Доказательством могут служить такие обнародованные данные: из 70 так называемых критических технологий, отобранных в свое время государством, лишь 17 находятся на мировом уровне, а 22 могут подняться до такого уровня через 5—7 лет. Поэтому принято решение пересмотреть весь перечень критических технологий — перспективные оставить для финансирования, а остальные исключить. Это значит списать в убыток большие средства, которые уже были затрачены на их разработку. Вот к чему приводит ориентация на короткие схемы.

Это связано и с оценкой нематериальных активов. Ведь если бы эти технологии своевременно были сертифицированы и грамотно оценены с учетом их перспективности, то в скором времени не пришлось бы пересматривать злополучный перечень.

Российский рынок услуг по оценке нематериальных активов, пожалуй, развивается динамичнее, чем в любой другой стране мира. И происходит это не потому, что столь же быстро возрастают нематериальные активы, увеличивается объем интеллектуальной собственности, активизируется их купля-продажа. Причина в другом — все больше руководителей и специалистов понимает, как велика могла бы быть отдача от нематериальных активов, если их умело использовать. Поэтому развитие нашего рынка определяется реальными потребностями в оценке нематериальных активов, а также нормативным регулированием отношений, возникающих между субъектами, действующими на нем. Ведь потребность в оценке нематериальных активов возникает главным образом в процессе инвестирования этих активов в собственное производство или при купле-продаже. Характер взаимоотношений зависит от количества и разнообразия сделок, связанных с передачей прав на отчуждаемые объекты.

При этом немалую роль играет и менталитет субъектов сделок. Они в основном ориентируются на традиции, нормативные требования, на сложившуюся инфраструктуру рынка и информацию о его состоянии. Но при всем том главным мотивом, определяющим их поведение на рынке, является стремление всемерно сэкономить свои средства. Поэтому они стараются не привлекать профессиональных оценщиков. И в результате рождается рынок, на котором купля-продажа ведется по необоснованным, «диким» ценам.

Чтобы избавить рынок от подобной «дикости», в столице, например, был принят Закон «Об оценочной деятельности в Москве». В этом законе точно определены случаи, когда квалифицированная оценка активов является обязательной — прежде всего тогда, когда в сделки вовлекаются объекты, принадлежащие городу и его мун-

ципалитетам, а также при возникновении претензий у одной из сторон. Не менее важно и то, что в законе определены требования к оценщикам. Каждый из них обязательно должен иметь соответствующий образовательный сертификат, желательно быть членом профессиональной организации оценщиков и обязательно иметь страховую полис, то есть застраховать себя от профессиональных рисков. В свою очередь общественная организация, куда входит оценщик, должна иметь свои нормативные акты, определяющие правила, которым должны следовать оценщики, контролировать их деятельность.

Вслед за Москвой, используя ее опыт, приняла наконец Закон «Об оценочной деятельности в Российской Федерации» и Государственная дума. Необходимость в нормах такого закона велика, особенно у оценщиков нематериальных активов. Ведь огромное количество неквалифицированных оценок дискредитирует как профессиональных оценщиков, так и рынок их услуг. Такое ненормальное положение усугубляется и тем, что теория оценки нематериальных активов только формируется и учебные заведения еще не могут профессионально готовить хороших специалистов такого профиля.

К сожалению, не все руководители предприятий представляют себе, сколько и какие нематериальные активы имеются в их распоряжении. Дело подчас доходит до курьезов. Один из руководителей АООТ «Волжский трубный завод», нисколько не сомневаясь в своей правоте, сообщил нам, что на его предприятии интеллектуальной собственности вообще нет. Очевидно, он имел в виду, что ни завод, ни его специалисты и руководители не имеют патентов на изобретения. Но при этом совершенно не придавал значения тому, что на предприятии безусловно есть конструкторская и технологическая документация, технологические ноу-хау, программные продукты и многое другое, определяемое понятием «интеллектуальная собственность» и требующее своей обоснованной оценки.

Даже если руководители компаний знают о наличии у них интеллектуальной собственности, их отношение к ней зависит, в частности, от состояния и успешности деятельности предприятия. По нашим наблюдениям, руководители нерентабельных предприятий придают гораздо меньшее значение интеллектуальной собственности, чем руководители рентабельных предприятий. Более того, бывает так, что у нерентабельного предприятия ценных нематериальных активов настолько много, что оно, будучи неспособным употребить их себе на пользу, какую-то их часть передает другим предприятиям. Возникает вопрос: на какое вознаграждение можно претендовать в этом случае? Ответить на него можно только после квалифицированной оценки передаваемых активов. Обычно размеры вознаграждения заранее оговариваются в лицензионном договоре на передачу прав на соответствующие объекты. Но иногда

эти суммы пересматриваются в процессе использования активов, что оформляется дополнительным соглашением, и это тоже требует квалифицированного обоснования.

Тем более квалифицированная оценка необходима, когда дело касается рентабельно работающих предприятий. Лучше всего, как мы в том убедились, на крупных предприятиях, и рентабельных и нерентабельных, начинать с инвентаризации нематериальных активов. Такая мера откроет множество упущенных возможностей их эффективного использования.

Нельзя не учитывать, что при оценке нематериальных активов следует определять не стоимость самих этих объектов, а стоимость права на них. Для этого, во-первых, надо знать рамки этих прав и, во-вторых, уметь выявить основные факторы, определяющие стоимость актива. Причем для оценки стоимости прав используются три подхода: затратный, доходный, сравнительный. О них мы подробно рассказывали в статье «Коммерция нематериальных активов». Методы оценки материальных и нематериальных активов настолько различаются, что за рубежом специалисты занимаются оценкой каких-то одних видов активов — либо материальных, либо нематериальных. И при этом обычно не подменяют коллег из смежной области.

Некоторые оценщики используют различные коэффициенты, якобы учитывающие специфику нематериальных активов. Названия таких коэффициентов звучат очень благозвучно: коэффициент технико-экономической значимости, коэффициент правовой значимости, коэффициент эстетичности. Составляются даже специальные шкалы оценки по этим сложнейшим критериям. И затем их прикладывают к каким-нибудь стоимостным показателям, получается результат, который выдается за стоимостную оценку интеллектуальной собственности.

Заслон подобной практике, которая может принести ощутимый экономический ущерб, ставит Закон «Об оценочной деятельности в Российской Федерации». Это одна из задач нашего Общества оценщиков интеллектуальной собственности — организации, объединяющей профессионалов этой части рынка услуг.

В связи с принятием этого закона особое значение приобретает методология, на которой основывается работа оценщиков нематериальных активов. Разработкой и применением такой методологии занят наш институт. Ведущаяся у нас научно-методическая работа сочетается с непосредственной практикой, с оказанием предприятиям оценочных услуг, с консалтингом для клиентов и с обучением оценщиков. Наши разработки помогают предприятиям в коммерческой реализации нематериальных активов, в построении подсистем управления, позволяющих стимулировать вовлечение этих активов в хозяйственный оборот, начиная с их инвентаризации и постановки на баланс. В 1998 г., например, вместе с компанией «Инвестиции и недвижимость» проводили на двух

крупнейших предприятиях Ярославской области эксперимент, цель которого — пополнить оборотные средства этих предприятий за счет лучшего использования нематериальных активов. Будучи поставленными на баланс, они амортизируются как любой другой актив. Амортизационные же отчисления при этом относятся на производственные затраты и снижают величину налогооблагаемой прибыли. За счет этого можно увеличить оборотные средства и пополнять фонд развития. С помощью предложенной нами схемы можно увеличивать уставный капитал за счет нематериальных активов и тем самым повышать инвестиционную привлекательность предприятий. Эксперимент этот мы хотели проводить вместе с федеральным правительством, под его контролем и при непосредственной поддержке администрации области. Однако у него появились противники в лице отдельных чиновников, заблокировавших юридическое оформление и уже в 1999 г. все остановилось. Для сравнения отметим, что подобный эксперимент проводился в Белоруссии, где комплекс «Недоброжелательного чиновника» сумели преодолеть.

ДОХОДНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ ТОВАРНОГО ЗНАКА

Товарный знак не только визитная карточка предприятия, но и гарант большого спроса на высококачественную конкурентоспособную продукцию. Каждая компания может использовать его как капитал, способный принести большую дополнительную прибыль.

Анализируя нынешнюю ситуацию, сложившуюся на товарном рынке, невольно приходишь к выводу, что не все предприятия в какой-то степени пострадали от последнего обвала рубля и наступившего кризиса. Когда с прилавков магазинов были сметены многие товары первой необходимости, многие российские предприятия, выпускающие их, смогли даже пополнить свои денежные ресурсы. Мало того, у многих компаний благодаря переориентации спроса появилась возможность расширить рынки сбыта своей продукции.

Причем в отличие от периода так называемой шоковой терапии на этот раз пустых прилавков почти не было. Каждый покупатель мог выбрать то, что ему нужно, исходя из цены товара и своих финансовых возможностей. Причем качество товара и его товарный знак явились элементами, определяющими успешность купли-продажи.

Прежде всего раскупались иностранные товары с наиболее известными товарными знаками. Понятно, что такое выборочное отношение покупателей обусловлено тем, что выгоднее запастись на время кризиса наиболее качественными видами продукции. Поэтому и наибольшую выручку получали продавцы уже известных всем импортных товаров, которые по своим качественным показателям во многих случаях превосходили однотипную отечественную.

Таковы некоторые черты первого этапа последнего инфляционного бума образца 1998 года. После этого можно говорить о наступлении его второго этапа. Он, на наш взгляд, характерен тем, что все продавцы и производители зарубежных товаров в течение кризиса быстро привели цены на них в соответствие с текущим, переставшим быть скачкообразным курсом доллара. Их стоимость резко повысилась. Это послужило причиной прекращения массовой закупки населением импортной продукции.

В то же время на многие виды отечественной продукции, однотипной с импортной, цены поднялись не столь сильно. Это, в частности, объясняется кроме конкуренции и тем, что изменение цен на сырье, из которого производится отечественная продукция, запаздывает, протекает медленнее, чем тот же самый процесс за рубежом, — тому есть целый ряд причин. Но так или иначе, это делает отечественную продукцию по цене более конкурентоспособной, чем

импортную. Поэтому, в соответствии с ранее сделанным нашим прогнозом, отечественная продукция раскупалась гораздо лучше. Тем более, что определенная часть населения по традиции и необходимости еще долго приобретала ее впрок.

Таким образом, кризис, который мы все тогда пережили, дал отечественному производителю качественной продукции уникальную возможность сделать свой товар узнаваемым на рынке, увеличить количество его покупателей. Результатом, безусловно, стала высокая эффективность работы сориентировавшихся наших производителей на рынке. Одновременно с этим они смогли повысить стоимость своего товарного знака, превратить его в свой дорогостоящий актив и укрепить с его помощью свое положение в занимаемой рыночной нише.

Вот почему так важно каждому из отечественных производителей иметь свой высококачественный во всех отношениях и официально зарегистрированный товарный знак. К тому же если есть у предприятия возможность расширять рынок сбыта, например за счет других регионов, то дополнительный доход ему может дать и оценка стоимости прав на товарный знак. Уже много лет наш институт выполняет такую услугу компаниям, фирмам, любым юридическим лицам.

ТОВАРНЫЕ ЗНАКИ В 100 ТЫСЯЧ ДОЛЛАРОВ

Первые работы по оценке товарных знаков мы выполнили еще в 1993 году. К тому времени мы уже приобрели значительный опыт в оценке патентов, НИОКР и лицензионных договоров. Опираясь на многолетние разработки, мы взялись оценить права на товарные знаки одного из крупных предприятий военно-промышленного комплекса, выпускающего боевые вездеходы, и санкт-петербургской фирмы, которая производит фармацевтические препараты.

В обоих случаях товарные знаки предприятий были достаточно известны. И хотя они были зарегистрированы более года назад, их оценки до нас никто не проводил. Взявшись за это, мы проделали необходимую работу, руководствуясь в обоих случаях одним алгоритмом — рассчитали денежный поток предприятий на три года вперед и выделили из него ту долю, которую дает использование товарного знака. Исходя из этого, вычислили стоимость для каждого из них. Уже в то время она превышала 100 тысяч долларов.

Тогда для многих наших соотечественников такая большая стоимость какой-то простенькой картинки, выполненной в виде символа и зарегистрированной в патентном ведомстве, казалась невероятной — ведь это же целое состояние, которое тогда мало кто имел из россиян! Такая стоимость выглядела тем более странно, что покупать подобные «картинки» никто в нашей стране не соби-

рался. Но несмотря на это, уже в 1994 г. появились первые фирмы, которые стали специализироваться на изготовлении броских, привлекающих внимание товарных знаков. Они же занимались их регистрацией и продажей. Постоянно наблюдая за деятельностью этих фирм, мы должны признать, что их опыт в российских условиях не вполне оправдал себя — отечественные предприниматели и бизнесмены платить большие деньги за такой, с их точки зрения, сомнительный товар не считали нужным.

А вот иностранцы, не в пример россиянам, оценили товарные знаки отдельных отечественных предприятий высоко. Эти знаки им говорили об очень многом. Их доверие к торговым символам было столь велико, что они инвестировали свой капитал в такие компании. И затем создавали вместе с ними совместные предприятия. Делая большие вложения, шли на это для реформирования производства. В свое время известная в нашей стране и за рубежом фабрика «Скороход» именно благодаря этому была инвестирована фирмой «Саламандер», создала предприятие «Ленвест», которое ныне успешно работает, производя высококачественную продукцию.

К сожалению, таких примеров немного именно потому, что иностранные инвесторы неохотно вкладывают свои средства в производство малоизвестных и неизвестных предприятий, чьи торговые обозначения котируются низко или вовсе не замечаются. **Общезвестный товарный знак — это не только гарант получения больших кредитов от отечественных банков и вложений иностранных инвесторов, но прежде всего — доверие покупателей, залог быстрой и прибыльной реализации товаров и услуг.** Разумеется, такое возможно только при еще одном условии: когда товарный знак олицетворяет собой подлинно высокое качество продукции при ее приемлемой для покупателя цене.

НАЛОГОВЫЙ ТОРМОЗ

После упомянутой акции на петербургских предприятиях мы оценивали стоимость прав на товарные знаки ряда региональных газет и телевизионных компаний. Так продолжалось до тех пор, пока товарные знаки, знаки обслуживания и фирменные наименования не были выделены из общего массива нематериальных активов в группу так называемых средств индивидуализации юридических лиц (ст. 138, ч. 1 КГ РФ). Финансовые органы Российской Федерации не преминули воспользоваться этим. Учитывая неопределенность срока использования таких активов, они добились принятия нормативных актов, которыми были запрещены их амортизация и списание. Причем и налог, начисляемый на них как на часть имущества, оставили неизменным в пределах 1,5—2%. Вполне естественно, в

результате этого интерес предприятий, и до того не очень большой, к определению рыночной стоимости прав на товарные знаки упал окончательно. Ведь поставив такой актив на баланс по рыночной стоимости, можно было разориться — чем выше стоимость, тем больше налог. Поэтому даже в самых известных российских компаниях стоимость товарных знаков чаще всего отсутствует.

Предпринимателей не интересует рыночная стоимость их брендов и, соответственно, бренд-стратегия даже на крупных отечественных предприятиях отсутствует. Теперь мы получаем заказы, связанные с оценкой таких активов, от компаний и банков лишь в тех редких случаях, когда они начинают судебные споры со своими конкурентами, нанесящими им ущерб своими неправомерными действиями. Бывают, например, случаи, когда тяжба между двумя субъектами возникает, когда они используют в своей рекламе либо один и тот же товарный знак, либо очень похожие один на другой. Такие споры, в частности, велись между банками «Платинум» и «Платина». Подобные сходства действительно вводят клиентов в заблуждение. А разрешать возникшие из-за этого споры приходится или специалистам Апелляционной палаты, или Высшему патентному и арбитражным судам. Все чаще возникают споры из-за того, что у одного предприятия название зарегистрировано как фирменное наименование, а у другого как исключительные права на товарный знак, зарегистрированные в Патентном ведомстве. Это одно из недоработок нашего законодательства.

Другая группа наших клиентов, заинтересованных в оценке стоимости прав на товарные знаки, прибегает к услугам института, когда вносит эти права как свою долю в акционерный капитал при создании новых компаний. При этом происходит нечто подобное тому, что было в России в далеком прошлом, когда обнищавшие, но родовитые дворянские дети женились или выходили замуж за наследников состоятельных купеческих семей. В результате, одни участники такой межсемейной сделки получали титул и связанные с ним привилегии, а другие становились совладельцами большого капитала. И обе стороны были вполне удовлетворены. Сегодня примерно подобную же картину мы особенно часто наблюдаем при реформировании и реорганизации известных газет, журналов и других средств массовой информации.

Во всех таких случаях наши заказчики — обладатели известных товарных знаков или фирменных наименований — хотя и не только знают, сколько стоят их права, но также имеют безупречный в юридическом смысле документ, удостоверяющий стоимость этих прав. Причем этот документ должен признаваться как судами, так и налоговыми органами, Антимонопольным комитетом и другими государственными учреждениями. Поэтому большинство клиентов, нуждающихся в таких документах, ознакомившись с положением на рынке услуг по оценке, обращаются именно в наш институт.

СПРОС НА КАЧЕСТВО ОЦЕНКИ

Как показывает наш опыт работы на рынке потребность в научно-методической обоснованности оценок интеллектуальной собственности и выдаваемых оценщиком документов гораздо выше, чем при оценке, к примеру, недвижимости или оборудования. Поэтому и проблема качества оценки в этом случае оказывается более острой, чем в иных случаях. Она усугубляется еще и тем, что теория и практика зарубежных фирм, занимающихся оценкой «средств индивидуализации юридических лиц», существенно отличаются от всего того, что до сих пор опубликовано и что делается в России. К сожалению, некоторые наши авторы собственных методик и теорий считают, что они опережают мировой опыт, который не противоречит их научным изысканиям и заключениям. В отличие от этих «теоретиков» мы считаем, что зарубежную практику изучить необходимо более детально, внимательно, прислушиваясь к мнению зарубежных специалистов. Мы уже познакомились с опытом, накопленным в США, в Швейцарии и Англии, следим за литературой по всем проблемам оценки, издаваемой за рубежом. Все свои научные наработки и освоенный зарубежный опыт широко используем в образовательной деятельности института. Вместе с Российским институтом интеллектуальной собственности мы обучили по системе «РИИС-СОИС» более сотни специалистов-оценщиков. Судя по количеству слушателей, наша школа сегодня самая популярная в России.

Недостаточно цивилизованно поставленное дело оценки порождает большие проблемы на рынке интеллектуальной собственности, мешает его нормальному развитию. Такие проблемы решить силами отдельных энтузиастов невозможно. Сделать это под силу лишь созданной несколько лет назад общественной организации оценщиков МООИС.

Понятно, что упомянутые недостатки вместе с нездоровой налоговой политикой государства, не стимулирующей процесс передачи прав на товарные знаки другим фирмам, сдерживают освоение рынков сбыта высококачественной продукции. Одновременно снижают и спрос на оценку таких активов, который существенно зависит от перспектив ее использования в хозяйственной деятельности компаний и выгод, которые это им принесет. Пока с сожалением приходится констатировать: государство сделало все, чтобы владельцы известных товарных знаков не считали их своим капиталом, который необходимо активно использовать. И все же, несмотря на это, спрос на соответствующую услугу пока остается. В последнее время мы провели значительное число оценок для владельцев брэндов самой разнообразной ликероводочной и безалкогольной продукции. Например, для заводов «Кристалл», Осталко, Брянского ликеро-водочного, ряда Башкир-

ских предприятий. И почти везде это было сделано с целью расчета авторских вознаграждений.

УСРЕДНЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ

Товарные знаки являются своего рода квинтэссенцией рекламного представления любой фирмы, предприятия, крупной корпорации. Для известных и давно работающих хозяйственных субъектов они — весьма солидный капитал, который при правильном его использовании может приносить большие дополнительные доходы. Поэтому и оцениваются права на такие товарные знаки примерно так же, как и на остальные нематериальные активы, с использованием известных трех классических подходов: затратного, доходного и сравнительного.

Затратный подход при оценке прав на товарные знаки, в отличие от оценки некоторых патентов на изобретения или промышленные образцы, обычно является самым непопулярным и редко используемым. Его применяют в основном для недавно зарегистрированных знаков. Гораздо чаще прибегают к так называемому доходному подходу, название которого у нас иногда неправильно переводится с английского как «экономический». В основе этого подхода лежит оценка по ожидаемым будущим доходам, которые принесет использование товарного знака. Не менее часто используется сравнительный подход. В его основе лежит сравнение стоимостей.

Каждый из названных подходов включает несколько методов оценки. Наиболее корректным из них, с точки зрения обоснованности рыночной стоимости прав на товарные знаки, является их оценка через рыночную стоимость бизнеса. При этом сперва оценивается рыночная стоимость предприятия в целом, а затем из нее вычитается рыночная стоимость всех идентифицированных активов предприятия, то есть тех, которые выявлены и поставлены на учет. Разница между этими двумя стоимостями называется гудвиллом. Гудвилл представляет собой сумму всех неидентифицированных активов предприятия, тех, которые не выявлены и не поставлены на баланс. После этого оценщики применяют сложную процедуру выделения стоимости прав на товарный знак из гудвилла.

Западные специалисты нередко применяют метод сравнительных продаж. В качестве аналога используются данные известной компании, цена прав на товарный знак которой известна. Затем проводится сравнение ценностей этого знака со знаком, цену которого нужно установить, по ряду параметров и по важнейшим мультипликаторам. Существуют также метод кривой «S» и целая методология компании «ИнтербрайндрНМ», позволяющая идентифицировать базовые факторы, составляющие совокупную стоимость прав на товарные знаки. Эта техника оценки у нас только осваивается.

Хочется лишний раз подчеркнуть, что пока отечественный рынок не развит, приемлемость большинства зарубежных методов оценки товарных знаков относительна. Дело в том, что использование при оценке таких, например, критериев, как прибыль, рыночная стоимость акций, доход на каждую из них, ликвидность и других, весьма затруднено — они зачастую не отражают фактическое состояние бизнеса. К тому же финансовая система предприятий, ввиду нездоровой налоговой политики, сильно деформирована. Поэтому достоверность расчета упомянутых показателей, по имеющимся в бухгалтерии предприятий данным, невысока. Это чрезвычайно усложняет и затрудняет оценку товарных знаков, а значит, и их превращение в ходовой и выгодный товар.

ПЕРСПЕКТИВЫ КОММЕРЦИАЛИЗАЦИИ

Рано или поздно Россия будет интегрирована в мировую экономическую систему, и рынок прав на товарные знаки и фирменные наименования у нас станет таким же бойким, как, к примеру, в США в последнее десятилетие. Там в год регистрируется более 600 тысяч сделок, связанных с передачей прав на товарные знаки. Стоимость наиболее известных из них достигает многих десятков и сотен миллионов долларов. Если же известность товарного знака становится мировой, то его цена может составлять и миллиарды долларов.

Будучи в США, мы обратили внимание на то, что в разных литературных источниках называются разные стоимости одних и тех же брэндов. При встрече с американскими профессиональными оценщиками спросили у них, почему это происходит. Оказалось, что здесь, помимо профессионалов, свои оценки публикуют различные рекламные агентства, зарабатывая на этом. Профессионалы это знают и подобным оценкам не доверяют. К сожалению, многие российские переводчики специальной литературы в такие тонкости не вникают и, стараясь продемонстрировать свою сомнительную компетентность и осведомленность, используют первые попавшиеся под руку иностранные источники и распространяют заведомо неверные сведения о стоимости брэндов.

А в нашей стране и без того коммерциализация в сфере передачи прав на эти активы идет явно неудовлетворительно, что в свою очередь, не содействует развитию производства и бизнеса. Однако уже сегодня есть возможность использовать рыночную стоимость товарных знаков с выгодой для своей компании. Кто понял это, тот даже в нынешних кризисных условиях эффективно эксплуатирует товарные знаки как ценный капитал, успешно наращивая за счет него свои прибыли. На основе наших рекомендаций ОАО «Московская городская телефонная сеть» стала рекламировать свой товарный знак на всех телефонных кабинках, расположенных на улице. И это правильно.

ФАНТАСТИЧЕСКИЕ КОЭФФИЦИЕНТЫ

ЕЩЕ РАЗ ОБ ОЦЕНКЕ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ

По оценкам специалистов, сегодня в акционерных обществах удельный вес нематериальных активов в среднем составляет 20—30%. Львиная доля в этих активах приходится на интеллектуальную собственность. Технология работы с этими активами на предприятиях пока плохо освоена, и поэтому руководители АО периодически нуждаются в консультациях. Как уже не раз писалось в журнале, особенно важны оценки рыночной стоимости нематериальных активов при приватизации, при создании и инвестировании новых производств, освоении рынков сбыта продукции.

Оценка рыночной стоимости активов позволяет точно рассчитывать долю каждого участника в крупных и средних инвестиционных проектах. Она используется при внесении интеллектуальной собственности в уставный капитал и при продаже технологий российских и зарубежным партнерам.

С увеличением объемов учитываемой и используемой в хозяйственном обороте интеллектуальной собственности все острее становится потребность в обоснованных и апробированных на практике методиках ее оценки. Спрос на такие методики вызвал, естественно, и соответствующее предложение. Появилось множество конкурирующих между собой методик, научно не обоснованных, а подчас и просто халтурных, рассчитанных на доверчивость людей, не посвященных в проблемы и трудности, связанные с их разработкой и практическим использованием. Подобная доверчивость руководителей и специалистов оборачивается подчас для предприятий ущербом, исчисляемым в десятки и сотни тысяч рублей. Из этого следует, что каждый руководитель и специалист, даже имея дело с лицензированным оценщиком, должен обращать внимание на то, какими методиками он пользуется, насколько они научно обоснованы, объективны, проверены на практике и адекватны рыночным реалиям.

Сегодня, когда действует закон «Об оценочной деятельности в Российской Федерации», когда остро ставится вопрос о качестве лицензирования оценщиков интеллектуальной собственности, особенно серьезной становится проблема: какая из множества методик, конкурирующих между собой, наиболее пред-

почтительна. Эту проблему можно было бы решить довольно просто: позаимствовав за границей одну из наиболее хорошо зарекомендовавших себя методик. Ведь есть пример, вполне достойный подражания. Методология оценки недвижимости осваивалась в России как импортная технология, полученная из тех стран, у которых рынок недвижимости развит. Здесь в течение десятков лет специалисты досконально отработали способы наиболее объективной оценки активов этого вида. Российским оценщикам, работающим с ними, многого изобретать не пришлось — основные положения данной методологии уже сложились и стали общепринятыми.

Получить такой же импортный подарок в сфере оценки интеллектуальной собственности не было возможности по многим причинам. Стоит кратко изложить главные из них.

Во-первых, эти активы неосвязаемы, в отличие от недвижимости, и объективные критерии здесь устанавливать несколько сложнее.

Во-вторых, значимость этих активов для крупного бизнеса гораздо важнее, чем других активов, ввиду того, что основную массу прибыли дают они. Именно эти активы являются главным дефицитом в бизнесе, а не те, которые приобретаются по фиксированным ценам, в любом количестве и в любое время. На них строится основная конъюнктурная борьба и выдавливание конкурентов с их позиций на рынке. С помощью этих активов ведущие страны мира уже получают львиную долю доходов от экспорта. Поэтому все, что касается интеллектуальной собственности, от патентов до ноу-хау в виде технологий стимулирования научно-технического творчества и оценки его результатов, там тщательно охраняется и не распространяется в порядке обмена передовым опытом.

В-третьих, и на Западе оценкой этих активов начали заниматься лишь недавно, так как фактически эти активы, как «интеллектуальная собственность», появились в нормативных актах различных государств лишь после июля 1967 г., то есть после Стокгольмской конвенции, учредившей Всемирную организацию интеллектуальной собственности (ВОИС) и сформулировавшей само определение этого вида собственности. Поэтому данный вид оценочных услуг ни в США, ни в Англии, ни в Германии пока не стал массовым.

В-четвертых, интерес к оценке интеллектуальной собственности и соответственно к распространению ее методологии за рубежом сдерживается тем, что эти активы в бухгалтерском учете и налогообложении ведущих стран мира учитываются в основном по стоимости затрат, произведенных на их создание или приобретение. Рыночная стоимость этих активов пока оценивается у них не очень часто. В этом смысле Россия даже в чем-то обогнала многие из этих стран, и они начинают пересматривать свое отношение к различным вариантам использования оценки стоимости интеллектуальной собственности в бизнесе.

НАДУМАННЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ

Точнее говоря, оценщики в странах Запада тоже ощущали слабость методологической базы, хотя в разработке и использовании конкретных методик здесь был достигнут определенный успех. В этой ситуации методология оценки упомянутых активов в нашей стране развивается весьма противоречиво. С одной стороны, кое-кто еще ориентируется на методики, применявшиеся еще при выдаче лицензий и патентов во времена Госкомизобретений СССР. С другой стороны, появилось довольно много методов оценки нематериальных активов, которые опираются отнюдь не на процедуры финансовой математики, как принято в мировой практике, а на доморощенные кустарные показатели, взятые чуть ли не из командной экономики.

Некоторые нынешние методы оценки интеллектуальной собственности включают целую систему надуманных, субъективных коэффициентов: например коэффициенты новизны, технико-экономической, правовой значимости, технического уровня и так далее. Еще в доперестроечные времена из этих коэффициентов создавалась незамысловатая формула-плетенка, с помощью которой рассчитывались любые варианты заслуг научно-технических работников.

Несостоятельность подобных «показателей» не вызывает сомнения. Что, к примеру, понимать под понятием «коэффициент новизны»? Как экономический показатель — это фикция. Более того, «новизна» применительно, например, к уже используемым в производстве технологиям и техническим системам — явление вредное, опасное. «Новизна», нарушающая технологическую дисциплину, правила и гарантии безопасности на производстве, может стать причиной аварий и катастроф. Подобная «новизна» — это множество трагедий, свершившихся в результате необоснованных попыток внедрения не апробированных как следует технических и иных доморощенных «новаций». Поэтому стоит лишний раз напомнить, что в Англии, например, постоянно и последовательно борются с такого рода необоснованным новаторством, противопоставляя ему установившиеся производственные традиции, во всяком случае избегают скоропалительных оценок рыночной стоимости сомнительных новаций.

К слову сказать, чтобы превратить новизну в некую полезность, нужно иметь соответствующий талант. Но, как известно, не все этим замечательным качеством обладают.

Спрашивается, можно ли такой субъективный критерий, как «новизна», использовать в расчетах, с помощью которых определяется стоимость нематериальных активов, не погрешив против объективности и обоснованности?

Или возьмем другой столь же надуманный показатель — коэффициент технического уровня. Еще в бытность Государственного комитета по науке и технике СССР для обоснования этого критерия были разработаны несколько объемистых методик. И ни одна из них не выдержала критики, не говоря уже об испытании практикой и временем. И несмотря на это, в наши дни можно столкнуться, и нередко, с оценщиками, которые используют упомянутый показатель при расчетах, связанных с определением стоимости интеллектуальной собственности, нисколько не сомневаясь в правомерности своих действий.

Мало того, изготавливаются даже приспособления, облегчающие применение таких критериев при расчетах. Например, для определения «коэффициента технико-экономической или правовой значимости нематериальных активов» оценщик может воспользоваться сначала одной, а потом другой шкалой и по их делениям может якобы «точно установить», чего стоят один и другой показатели — просто, как на обычном градуснике.

Для тех, у кого за плечами хорошая научная школа, кто всерьез занимается экономическими исследованиями, ясно, что все эти коэффициенты по недоразумению, а точнее, по невежеству были позаимствованы из доморощенных методик оценки итогов соцсоревнования. За их качество в прежние времена не наказывали. И укрепилось мнение, что с помощью коэффициентов можно запросто оценить любое сложное явление или продукт.

Тем самым оценке наносится двойной ущерб: манипуляция с надуманными критериями искажает существо оценки, переводя его из сферы экономики в туманную сферу психологии, особенностей технологий и т.п., а ее профанация вызывает недоверие у руководителей, специалистов акционерных компаний, заставляет их вообще отказываться от оценки интеллектуальной собственности своих предприятий, что, естественно, никак не содействует укреплению их финансового положения.

Между тем оценка становится экономически обоснованной и достоверной лишь при единой методике, основанной на общей оценке бизнеса отдельного предприятия и вычлениении из полученного результата стоимости нематериальных активов. Так как растущий спрос на услуги профессиональных оценщиков не удовлетворяется из-за малочисленности этой категории работников, их место занимают патентоведы, патентные поверенные, инженеры, как правило, незнакомые с экономикой как дисциплиной и поэтому воспринимающие надуманные критерии оценки как нечто правомочное, научно достоверное. При этом они стремятся закрепить свое положение на рынке оценочных услуг, тем самым расчищая путь для внедрения в практику неверных, субъективных методов оценки интеллектуальной собственности, что чревато для предприятий многими потерями и большими убытками.

К сожалению, многие фирмы занимаются оценкой интеллектуальной собственности, в принципе не понимая ее сути. Если судить по результатам опроса нескольких десятков оценочных фирм, проведенного специалистами Роспатента, подавляющее большинство их сотрудников не знают, что оценка интеллектуальной собственности — это определение стоимости исключительных прав. Более того, рамки этих прав и границы стоимости многие оценщики обозначить не могут. В лучшем случае это делается по образцу и подобию инвестиционных проектов. Причем выдерживается лишь одно из условий: учет наличия данного актива в какой-то производственной или инвестиционной программе. А далее должна была бы быть выделена доля и учтено качество защиты прав, возможности конкурентов обойти эти права. Но здесь перед большинством оценщиков «открывается» зона полной неопределенности.

ПРОТИВ НЕОБОСНОВАННЫХ НОВАЦИЙ

Для того чтобы остановить распространение этих методов, нужно было решить двоякую задачу: объединить всех специалистов в одну организацию, в которой можно было бы в дискуссионном порядке сопоставить различные точки зрения, проверить их истинность на практике и выработать единую методологию оценки интеллектуальной собственности, опирающуюся как на отечественные, так и зарубежные достижения в этой области.

В 1996 г. была создана межрегиональная организация «Общество оценщиков интеллектуальной собственности» на принципах, приемлемых для всех ее членов. Идеологической основой их объединения является признание той методологии, которая базируется на оценке всего бизнеса предприятия, как обязательного условия определения стоимости интеллектуальной собственности.

Этому предшествовала многолетняя предварительная работа. Еще в 1995 г. специализированный отечественный вуз, Российский институт интеллектуальной собственности (РИИС) и наше ЗАО «СОИС —SERVAL» объединили свои усилия для выработки методологии оценки интеллектуальной собственности и организации школы РИИС — СОИС для подготовки кадров, способных эффективно использовать эту методологию в своей деятельности на оценочном рынке.

Наша деятельность, связанная с выработкой современной методологии, наше лояльное отношение к партнерам и конкурентам на рынке оценочных услуг плюс обучение кадров уже дают положительные результаты. Впрочем, некоторые наши конкуренты, ревностно продвигающие на рынок свои технологии оценки, уже подошли к тем идеям и выводам, которые нами были сформулированы

еще в 1993—1994 гг., а также официально зарегистрированы и утверждены в качестве рекомендаций в секции экономики и социологии Академии естественных наук и Российском обществе оценщиков.

Продолжая работать над совершенствованием методологии оценки, для того, чтобы она стала единой на рынке, мы одновременно стараемся на практике подтвердить ее эффективность. С этой целью, например, вместе с ярославской компанией «Инвестиции и недвижимость» начали в нынешнем году эксперимент, связанный с комплексным использованием нематериальных активов на двух крупнейших предприятиях области. Цель этого эксперимента — отработка механизма наиболее эффективного использования упомянутых активов для развития производства в условиях неблагоприятной государственной экономической, в том числе налоговой, политики. Помимо практических результатов надеемся также получить обобщения, позволяющие обогатить методологию оценки.

Мы сегодня нашли и используем каналы международного обмена информацией, связанной с развитием этой методологии. Наш институт пока является единственной в стране организацией, которая не пожалела собственных денег и организовала поездки специалистов в ведущие страны мира, доминирующие на мировом рынке высоких технологий: США, Швейцарию, Англию, Китай, Германию и Израиль. Вышли на прямой контакт с ведущими специалистами мира и обмениваемся с ними сведениями в этой сфере.

Начиная с 1998 г. мы предлагали ряду российских ведомств подготовить методику оценки интеллектуальной собственности. Однако, проявив интерес к нашему предложению, они не предприняли никаких встречных действий и не дали согласия год — два поработать с нами в этой области. Налицо недооценка значимости данной проблемы в менеджменте.

Только Миннауки в сентябре 1999 г. наконец организовало рабочую группу, куда вошли в том числе и наши специалисты. В результате был разработан и сдан проект нормативного документа «Рекомендации по учету и оценке стоимости объектов интеллектуальной собственности в научно-технической сфере, созданных за счет средств федерального бюджета». В основе методологии оценки, изложенной в этих рекомендациях, лежит методика, которая соответствует требованиям норм международного опыта. Наконец-то отмечены в сторону многочисленные полунаучные методики, базирующиеся на перемножении субъективных коэффициентов. Таким образом был получен более-менее качественный инструмент для оценки нематериальных активов, выполненных в рамках госзаказа. Но это пока что далеко не исчерпывающая методика для оценки всех видов нематериальных активов. Скорее — это тезисы более-менее полноценной методики.

ОРИЕНТИРЫ ДЛЯ БИЗНЕСА

Реструктуризацию, как и все реформирование, невозможно провести без соответствующей оценки предприятия.

Во многих случаях при реструктуризации происходит слияние, разделение уставного капитала или иные его трансформации. Точное и объективное определение его не первоначальной, а фактической величины на данный момент находится в прямой зависимости от того, насколько квалифицированно проведена оценка стоимости предприятия. Без этого уставный капитал не будет выполнять главную свою функцию — служить гарантом удовлетворения требований кредиторов. Ведь это одно из неперенных условий инвестиционной привлекательности акционерной компании. Но дело не только в этом, можно ли, например, объективно и справедливо соразмерить стоимость акций двух объединяющихся компаний, если у одной уставный капитал завышен, а у другой — занижен из-за неверной оценки их бизнеса?

ЛАЗЕЙКА ДЛЯ МОШЕННИЧЕСТВА

До последнего времени у нас в стране потребность в оценке бизнеса (стоимости предприятий) возникала в основном у банков, представляющих кредиты предпринимателям под залог принадлежащих им предприятий, да иногда при их купле-продаже, что у нас пока еще редко случается. Банки предпочитают оценивать бизнес своих клиентов по совокупной балансовой стоимости активов их предприятий, что зачастую не имеет ничего общего с их рыночной стоимостью. Между тем именно такая оценка крайне нужна, например, при распределении и перераспределении долей учредителей в уставном капитале.

В практике нашего института были случаи, когда акционерные компании сперва просили нас определить стоимость какого-нибудь объекта интеллектуальной собственности, но потом, по мере того как мы выполняли их заказы, приходили к выводу о необходимости оценить весь их бизнес.

Или вот другой, более конкретный пример. Предприятие бывшего министерства среднего машиностроения передавало часть своих нематериальных активов другой компании. И в целях самоконтроля решило проверить с нашей помощью, насколько реально обесценилось оно само в результате экономического кризиса, сохранив при этом полностью недвижимость, машины, персонал. После исследований и расчетов, которые мы провели по методике, разра-

ботанной в нашем институте, выяснилось: стоимость этого предприятия уменьшилась примерно на величину стоимости нематериальных активов, которые оно уже передало к тому времени другой компании. Заказчик мог быть доволен таким результатом.

Задача же, поставленная заказчиком перед нами, была не из легких. Мы имели дело с производством наукоемкой продукции и анализом параметров соответствующих ей рынков. Тем не менее расчеты были выполнены сравнительно точно.

Другой пример. Небольшое конструкторское бюро в авиационной промышленности попросило нас спрогнозировать перспективы его бизнеса после того, как оно объединится со смежным производственным предприятием. Руководство бюро интересовало прежде всего доля прибыли, которую оно должно получать от реализации сконструированных им самолетов. Такая необходимость возникла потому, что в договорах о передаче технической документации, разработанной КБ, предприятию не определялась доля доходов, на которые могут претендовать и одна и другая сторона. Так вот, расчеты, связанные с обоснованием доли прибыли КБ, привел и нас к выводу, что обе стороны должны объединяться на совершенно иных, чем предполагалось, условиях реорганизации.

Хотя реформа предприятий по существу началась уже повсеместно, акционерные компании обращаются в наш институт с целью объективного определения рыночной стоимости бизнеса еще довольно редко. Практика, при которой использовались бы для этого квалифицированные оценщики, еще не сложилась. Причин тому много. Но прежде всего это неразвитость рынка ценных бумаг, а также недоверие населения к ценным бумагам.

Не менее существенно и то, что ныне подчас гораздо выгоднее открыть новое предприятие, чем купить уже действующее. И в этом немалую роль играет доверие потребителей к предлагаемым им товарам или услугам. Им безразлично, кто владеет предприятием. Иное дело за рубежом. Здесь новый владелец, приобретая предприятие, становится собственником не только его недвижимости и других активов, но также сети клиентов, покупателей товаров, сложившейся за многие годы. Это владельцу очень выгодно. У нас ничего такого пока нет.

Слабый спрос на оценку бизнеса объясняется тем, что согласно закону при сделке подписывать документы о продаже имеют право лица, не являющиеся его владельцами. Этим пользуются чиновники или руководители государственных предприятий при их приватизации или продаже другим частным лицам.

Покупатель, зная, что продавец за взятку готов уступить в цене, заведомо ориентируется на значительное занижение реальной стоимости продаваемого объекта. Таким образом, с обеих сторон возникает общий интерес — избежать обоснованной оценки. Уместен ли при такой сделке квалифицированный и объективный оценщик?

Над этим следовало бы подумать и соответствующим компетентным органам и авторам закона об акционерных обществах, с легкой руки которых возникла подобная юридически защищенная лазейка для мошенничества.

ТРИ БУХГАЛТЕРИИ

В западных странах объективная оценка бизнеса — дело повсеместное и повседневное. А цели, которые преследуются при этом, гораздо многообразнее и шире, чем у нас. Одной из наиболее часто возникающих целей является, например, раздел предприятия на доли при разводе супругов, владеющих им. Стоимость предприятий оценивают также при их передаче по наследству, при дарении, передаче под залог. Нередко предприятия продаются не целиком, а по частям, по долям, выраженным в определенном количестве акций или частью уставного капитала в процентах. Причем и приобретающая и отчуждающая стороны одинаково заинтересованы в объективной оценке объекта.

Довольно часто потребность в оценке предприятия возникает при преобразовании компании из закрытой в открытую. При этом нужно бывает установить реальную рыночную стоимость акций и соответствующую стоимость собственного капитала. Причем приходится это делать в условиях, когда цена акций быстро меняется. Участники сделок купли-продажи пакетов акций реорганизуемых предприятий, лучше информированные об их истинной стоимости, обычно оказываются в выигрыше, приобретая акции или отказываясь от их покупки. А менее информированные проигрывают. Иногда фондовый рынок реагирует на реорганизацию предприятия совершенно неожиданным образом для большинства и покупателей и продавцов. Искусство оценки как раз и заключается в том, чтобы ни для одной из сторон, участвующих в сделках купли-продажи акций, не было сюрпризов.

Используемые при оценке бизнеса стандарты стоимости и методология весьма разнообразны. В зарубежной практике, как теперь и в нашей, используются три классических, а потому широко известных среди специалистов подхода к определению стоимости бизнеса — доходный, сравнительный, затратный. В рамках этих подходов оценщики применяют различные методы: аналога, по договоренности, по отраслевым коэффициентам, накоплению активов, избыточным прибылям, капитализации денежных потоков, дисконтированию и другие. С помощью этих методов рассчитывают рыночную, инвестиционную, ликвидационную, фундаментальную и другие стоимости предприятий. В наших условиях, при нерациональной системе налогообложения, неразвитости фондового рынка и многослойной бухгалтерии, все эти методы пока малоэффективны.

При расчете стоимости среднего и крупного предприятия, как правило, приходится учитывать их диверсифицированность. В их деятельности насчитывается множество не связанных между собой направлений, каждое из которых рассматривается как самостоятельное предприятие. Оценки суммируются в общую стоимость всего комплекса.

Проще оцениваются небольшие специализированные предприятия, где действуют отраслевые факторы. Например, стоимость хлебопекарни складывается из 15% годового объема продаж плюс стоимость оборудования и товарных запасов. Стоимость аптеки: 75% годовой скорректированной прибыли плюс стоимость оборудования и товарных запасов. Стоимость пиццерии — стоимость четырехкратного месячного объема продукции плюс товарные запасы. Стоимость рекламного агентства — 75% годовой выручки, бухгалтерских фирм — 90—150% годовой выручки, такси — 80% годовой скорректированной прибыли.

В наших условиях эти зарубежные стандарты пока что неприменимы, хотя бы потому, в частности, что отечественные предприятия, как правило, имеют две — три бухгалтерии. Первую, убыточную, для налоговой инспекции, вторую — для работников компании, третью — для главбуха и директора. По какой из этих отчетностей оценивать бизнес? К тому же даже крупные отечественные предприятия значительную часть своих сделок совершают с помощью наличных расчетов, учесть которые бывает просто невозможно.

КРЕДИТНЫЙ РЕЙТИНГ

На Западе любая фирма завоевывает себе доброе имя в результате упорной и грамотной работы в соответствующей отрасли. Когда компанией приобретен необходимый ей имидж и она занимает достойное место среди фирм такого же производственного профиля, у нее появляется возможность увеличить за счет своего высокого и прочного положения Гудвилл собственного бизнеса. Гудвилл — это разница между рыночной стоимостью предприятия и рыночной стоимостью его активов, стоящих на балансе.

По этому критерию на Западе иногда определяется рейтинг компании. Такая оценка имеет свой правовой статус. Рейтинги устанавливают специализированные агентства. Наиболее авторитетными из них являются «Стандарт энд Поорс» и «Моодс» (США), а также ИБСА (Великобритания).

Такие рейтинги широко используются на практике. Главная их цель — ориентация инвесторов, вкладывающих капитал в ценные бумаги.

Банки, например, ориентируясь на подобные рейтинги компаний, принимают решения о выдаче им кредита, а также о ставках

процента, по которым он выдается. Долговое обязательство, выпущенное компанией с высоким рейтингом, легче продать и с более низкой ставкой, чем обязательство компании с низким рейтингом. И естественно, поэтому компании добиваются получения заключения о своем наиболее высоком рейтинге.

Процесс определения такого кредитного рейтинга выглядит следующим образом:

1. Проводится предварительное исследование. Изучаются данные о компании, опубликованные за последние пять лет.

2. Организуется обсуждение с компанией результатов предварительного исследования. Получается согласие компании на продолжение анализа.

3. Компания предоставляет агентству дополнительный материал для подробного изучения состояния ее дел (стратегия компании, прогнозы доходов и расходов, предложения по капитальным вложениям и другие прогнозы на три года вперед).

4. Проводятся встречи между аналитиками агентства и высшим руководством компании.

5. Рейтинговый комитет агентства проводит свое совещание по результатам исследования и принимает решение.

6. Решение о рейтинге сообщается компании, а затем публикуется.

При подготовке к оценке кредитного рейтинга компании важно глубоко проанализировать финансовые коэффициенты. Однако этого недостаточно для получения долговременного прогноза о сильных и слабых сторонах компании. Для этого исследуют также деловой, отраслевой и страновой риски по операциям компании.

Агентство «Стандарт энд Поорс» так описывает структуру своего анализа, состоящего из двух компонентов: «Первый ориентирован на анализ деловой активности или конкурентоспособности; второй касается финансового анализа. Важно осознать, что процесс составления рейтинга не ограничивается проверкой различных финансовых показателей. Правильная оценка уровня обеспечения долгов требует более широкого взгляда на положение вещей, включая тщательное изучение основных принципов ведения деловых операций, оценку конкурентоспособности компании, качества управленческого персонала и его стратегии».

Приходится только сожалеть о том, что у нас еще нет традиции официально устанавливать кредитные рейтинги предприятий, нет и фирм, которые могли бы это квалифицированно считать.

ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫЕ АКТИВЫ

Одной из приоритетных задач реформирования предприятий является обеспечение свободного перераспределения прав учас-

тия в капитале акционерных обществ. Решение этой задачи связано с перераспределением самого уставного капитала и его реструктуризацией, а потому сопряжено подчас с известными трудностями. Как показывает практика, и то и другое происходит особенно быстро в тех компаниях, где целенаправленно и со знанием дела используют интеллектуальную собственность.

Если два-три года назад у многих фирм, кроме недорогих объектов авторского права и незатейливых финансовых секретов, ничего не было, то сегодня они же имеют дорогостоящие программные продукты, зарегистрированные изобретения и промышленные образцы, а иногда и по несколько товарных знаков для разных номенклатурных групп товаров или услуг.

По нашим наблюдениям, быстрее всех наращивают оборотный и собственный капитал те предприятия, у которых имеются мощные нематериальные активы. Акции таких компаний быстро растут в цене.

Оценка интеллектуальной собственности позволяет определить величину вкладов специалистов в уставный капитал акционерных компаний. Наличие таких «персонифицированных» активов (если они в высокой степени вовлечены в хозяйственный оборот) может изменять соотношение голосов учредителей и акционеров в компании. Вот наглядный тому пример.

Четыре года тому назад коллектив одного из известных промышленных предприятий в ходе преобразования в открытое акционерное общество лишился контрольного пакета акций. На аукционе, где они продавались, была представлена заниженная балансовая стоимость активов предприятия и, соответственно, заниженная величина уставного капитала. Это, в частности, произошло потому, что в тот момент не проводилась переоценка материальных активов и не были учтены нематериальные активы предприятия — тогда на них просто не обратили внимание.

Ошибку решили исправить только теперь. А это можно было сделать, переоценив фонды и проведя инвентаризацию имущества предприятия. Его руководство обратилось за помощью к нашему институту. Экспертиза бухгалтерских отчетов и анализ финансовой деятельности показали, что основную прибыль предприятие получает, используя несколько патентов на изобретения и ноу-хау, которые принадлежат группе его же специалистов. Но на балансе предприятия они не числятся. Мы подготовили рекомендации, как поставить их на учет и внести в уставный капитал. А заодно помогли решить проблему, связанную с перераспределением прав участия в капитале компании.

Сложность заключалась в том, что активы, о которых идет речь, не были собственностью предприятия, а потому не могли быть автоматически поставлены на учет, к примеру, по стоимости затрат, произведенных при их создании, как обычно поступают с собствен-

ными разработками. Права на использование предприятием интеллектуальной собственности не были оформлены так как надо. Оно по сути незаконно и бесплатно пользовалось чужими новшествами в течение нескольких лет. Если бы за это к компании применили штрафные санкции, она могла бы стать убыточной. К тому же в ходе оценки стоимости патента выяснилось, что компания должна выплатить настоящим владельцам интеллектуальной собственности крупную сумму в виде роялти — периодических платежей за возмездное использование прав.

В этой ситуации нелепо было бы ставить вопрос об изъятии новшеств из хозяйственного оборота. Но вот обеспечить возмещение ущерба, нанесенного законным владельцам интеллектуальной собственности, предприятием было необходимо. После анализа ситуации и взаимных консультаций стороны пришли к выводу, что будет разумнее всего, если владельцы патентов и обладатели ноу-хау, передав свои права предприятию, взамен получают его акции. На рассчитанную нами стоимость интеллектуальных активов компания выпустила и передала им дополнительные акции.

Это устраивало обе стороны: компания возместила нанесенный ею ущерб, не затрагивая денежных средств, необходимых ей для текущей деятельности, а изобретатели получили возможность реально влиять на стратегию предприятия, связанную с научно-техническим прогрессом, им стало проще решать проблемы, возникающие при внедрении в производство их новых разработок. А это для них было гораздо важнее, чем единовременное восполнение нанесенного им ущерба.

Но дело тем не кончилось. Пересмотр размера уставного капитала и перераспределение его долей в пользу владельцев патентов и обладателей ноу-хау ущемил интересы тех акционеров, которые не были работниками компании, но при этом владели долями акций, близкой к величине контрольного пакета. С изменением структуры вкладов в уставный капитал их возможность влиять на состояние дел компании становилась мизерной. Но у них не было иного выбора, как согласиться с предложенной реструктуризацией уставного капитала. Ведь если бы они не согласились, им пришлось бы потерять нечто большее — изъятие интеллектуальных активов из хозяйственного оборота предприятия нанесло бы сильный удар по его финансовой системе, в том числе и по фонду, из которого выплачиваются дивиденды.

Ситуации, подобные описанной, типичны для многих акционерных обществ, не по своей воле распределявших свои акции в ходе приватизации и в результате потерявших определяющий голос при принятии важных для их судеб стратегических решений. По нашим оценкам, на конец 1997 года около 90% крупных отечественных компаний, холдингов и других корпораций заинтересованы в пересмотре структуры уставного капитала.

Чтобы трудовой коллектив мог вернуть себе способность эффективно влиять на политику предприятия и расстановку кадров в нем, прежде необходимо обязательно проверить, за счет каких активов оно получает основной доход. И только после этого принимать решение, которое должно быть экономически и юридически обоснованным. И сама такая процедура должна быть предельно корректной в правовом отношении.

При этом следует иметь в виду, что основной интерес владельцев акций состоит в том, чтобы их стоимость постоянно увеличивалась и опережала инфляцию. От чего, кстати, зависит и их доходность. Поэтому, на наш взгляд, будет логично, если доля акций у творчески активной части трудового коллектива станет расти быстрее. Тут критерием должен стать прогресс. Пассивные работники всегда стремятся сохранить сложившееся равновесие, а активные добиваются расширения своих полномочий.

Поскольку при реструктуризации уставного капитала велика вероятность возникновения конфликтных ситуаций, следует привлекать независимых оценщиков, аудиторов, юристов. Наш институт располагает такими кадрами и всегда готов помочь акционерным обществам.

ФУНКЦИИ И РОЛЬ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ

ТРИ МОДЕЛИ ОРГАНИЗАЦИИ ПРЕДПРИЯТИЙ

Одной из целей реформирования предприятий, на наш взгляд, должно стать в конечном итоге создание такой организационно-хозяйственной структуры, которая позволяла бы им увеличивать производство наукоемкой продукции и получать сверхприбыль. Такой подход особенно актуален, в частности, для конверсируемых предприятий ВПК, которым грозит потеря производственного потенциала, основанного в большинстве случаев на высоких технологиях, своих позиций на рынке и имиджа.

Инновационная деятельность имеет особое значение в современной рыночной экономике. Экспорт наукоемкой продукции служит одним из основных источников дохода наиболее развитых стран мира. При этом достигается и другая, не менее важная цель — сокращается экспорт невозполнимых природных ресурсов. Ведь в отличие от них «фонтан» научно-технического творчества поистине неисчерпаем. В США, например, давно уже законсервированы многие источники сырьевых ресурсов, а экспорт наукоемкой продукции достигает более 80% его общего объема. При этом американский бизнес контролирует более 39% рынка наукоемкой продукции всего мира.

Так выглядят впечатляющие результаты инновационной деятельности на макроуровне. Достигаются же они на микроуровне, на предприятиях, благодаря умелой организации производства наукоемкой продукции. Нами разработанный механизм представляет собой три уровня организации производства и его инфраструктуры, обозначенные на предлагаемой схеме в виде параллельно расположенных и взаимосвязанных линий блоков организационно-хозяйственных и иных мероприятий. Каждая из этих линий придает производству определенный характер, давая каждой его модели соответствующее назначение и название.

Первичной и основной является средняя линия блоков. Она представляет собой систему материальных потоков. Создается инженерами на основе прикладных знаний опыта, и навыков, накопленных годами. Назовем ее инженерной моделью ввиду того, что эта форма организации выдвинута инженерами, ставшими впоследствии руководителями предприятий. Присоединение к ней нижней линии маркетинговых процедур обогатит организацию производства этими специализированными технологиями и службами. На этом уровне отрабатывается финансовый менеджмент. Здесь

менеджеры учатся работать на свободном рынке, в жесткой конкурентной среде. Поэтому называться она будет инженерно-маркетинговой моделью. А когда к ним прибавится верхняя линия процедур, организация производства обретет инновационный характер. На этом уровне уже полноценно используется материальный и финансовый капитал и менеджеры начинают работать с интеллектуальным капиталом. Поэтому такая трехуровневая модель организации производства соответственно станет именоваться инновационной моделью. Хотя эти названия и условны, они, как будет видно дальше, точно отражают реалии жизни предприятий.

ИНЖЕНЕРНАЯ МОДЕЛЬ

Эта модель организации производства наиболее широко распространена на предприятиях, занятых материальным производством. Обычно дело начинается с научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ (НИОКР) и проектирования. Затем, чтобы материализовать их результаты, строится новое или реконструируется старое производство.

Инженерная модель всегда строится исключительно на материальных потоках. Являясь базовой, во многих случаях она рассчитана не столько на производство уникальной наукоемкой продукции, сколько на улучшение качества, технических характеристик уже освоенных, но требующих периодического обновления отдельных видов изделий, расширение их ассортимента. Целью подобных мер, как правило, является не получение сверхприбыли, хотя и это было бы не лишним, а увеличение массы прибыли за счет реализации большего количества продукции. Предприятие в борьбе за место на рынке использует такие экономические механизмы, как, например, ценовая и ассортиментная политика. Эти предприятия конкурируют в основном за счет дешевой рабочей силы и цен на свою продукцию ниже среднего.

Предприятий, для организации производства которых характерна инженерная модель, в нашей стране подавляющее большинство. Особенно много их в тяжелой промышленности, в частности, в машиностроении. Одной из существенных причин того, что предприятия в своем организационно-хозяйственном развитии застыли на первоначальной ступени, по мнению их менеджеров, является недостаток средств, столь необходимых при создании и обновлении материально-технической базы. В действительности проблема в менеджерах, способных работать, к сожалению, только на этом уровне организации. Хотя есть и исключения.

На начальном этапе своей реорганизации Московскому вентиляторному заводу, например, чтобы освоить выпуск 12 новых типов своей продукции, понадобилось затратить 1,4 млрд. неденоминированных рублей. И это несмотря на то, что предприятие уже имело

свой научно-технический центр и уже обновленную в основном производственно-техническую базу. Оставалось только расширить инструментальную базу, переоснастить заготовительно-штамповочные участки. Это необходимо было сделать, чтобы освободиться от зависимости от ненадежных поставщиков комплектующих изделий. Для того чтобы получить указанную сумму, предприятию пришлось проводить две эмиссии своих акций. Оно могло позволить себе это, потому что было рентабельным, его ценные бумаги были ликвидными и высоко котируются. Но конверсируемые предприятия, как правило, не могут прибегнуть даже к такому способу консолидации средств. Столь же невыгодно пользоваться и кредитом. Осталось по общему мнению только надеяться на помощь государства. Заход справился с задачей после обновления группы менеджеров.

На предприятиях этого типа организаций менеджеры, как правило, остро не чувствуют рыночную конъюнктуру и не умеют максимально адаптировать предприятие к условиям рынка. Поэтому у них периодически возникает потребность в получении безвозвратных кредитов, которыми государство чаще всего продляет агонию их системы управления. «Инженерная» модель организации производства представляет собой негибкую систему управления материальными потоками. Этому типу сегодня требуется основательная реорганизация. В противном случае они неминуемо будут доведены до банкротства, ввиду сложившейся психологии их менеджеров.

МАРКЕТИНГОВАЯ МОДЕЛЬ

Теперь вернемся к нашей схеме. При всей своей условности она дает наглядное представление о тенденции развития организации производства. А эта тенденция такова, что в условиях свободного рынка побуждает предприятие перейти к следующей структурной модели — маркетинговой, а точнее к инженерно-маркетинговой, создав соответствующие ей службы, призванные развивать маркетинговые технологии. (На схеме это показано как подключение блоков нижней линии к блокам средней линии.) Эти службы изучают состояние рынка, чтобы найти в нем нишу для своей продукции и по возможности расширить свое присутствие в ней, вытесняя конкурентов, создать эффективную товаропроводящую сеть. Здесь во всю мощь включаются экономические механизмы и факторы.

Предприятие приспосабливается к сложившейся рыночной конъюнктуре, подчас существенно меняя свой производственный потенциал. При этом все инновации здесь, как правило, сводятся к выбору и закупке необходимого готового оборудования, строительству производственной базы и организации соответствующего менеджмента. Примером такого типа бизнеса являются производители и продавцы пластмассовых бытовых изделий, канцтоваров, ту-

алетной бумаги, цветочный и продуктовый бизнес, производство сувенирной продукции, малая полиграфия.

После того как предприятие найдет свою рыночную нишу, начинается погоня за массой прибыли путем регулирования цен и объемов выпуска продукции в зависимости от спроса. При этом постоянно отслеживается реакция конкурентов. При необходимости используются экономические приемы борьбы с ними — ценовая и ассортиментная политика, а также реклама.

В реальной производственной жизни маркетингом предприятие начинает заниматься до начала обновления своей продукции. И делается это именно для того, чтобы выяснить, какой обновленный вид изделий необходимо создать, чтобы лучше удовлетворить рыночный спрос.

Именно так в свое время поступил уже упоминавшийся Московский вентиляторный завод. Прежде чем обновлять продукцию и соответственно производство, предприятие провело исследование спроса на отечественном рынке в вентиляторах специального назначения. Выяснилось, что спрос на эту продукцию в стране удовлетворяется всего на 20—30%. Да и то с помощью дорогих импортных поставок и частично — изделий отечественных непрофилированных предприятий.

Сотрудники научно-технического центра завода вместе со специалистами других его служб определили, что при соответствующем частичном обновлении производства предприятие может почти полностью удовлетворить спрос на такую специализированную продукцию. При этом изделия его собственной конструкции, не уступая по качеству зарубежным аналогам, будут стоить на 20—30% дешевле. И только после таких выводов, сделанных специалистами на основе исследований в сфере маркетинга предприятие приступило к обновлению своей производственной базы.

Дело было поставлено так, что изучение спроса на местах осуществляла дилерско-агентская сеть. На начало 1998 года уже 15 фирм-дилеров работали на предприятие. Они в своей деятельности совмещали функции маркетинга и товаропроводящей структуры. Такое совмещение с лихвой оправдало себя. Эти фирмы обслуживают важнейшие промышленные регионы России, а также Украины, Казахстана, Белоруссии, Молдавии. Такая сеть позволила предприятию оперативно изменять объемы производства в зависимости от спроса и вести эффективную ассортиментную политику с учетом постоянно меняющейся конъюнктуры рынка.

К сожалению, подавляющее большинство отечественных предприятий не придают должного значения маркетингу. По данным Госкомстата РФ, в 1997 году только 15,6% из них занимались подобными исследованиями. Сравнительно большее внимание уделяли маркетингу предприятия машиностроения (21,1%), лесной, деревообрабатывающей, целлюлозно-бумажной промышленности (20,9%).

Но и в этих отраслях число таких предприятий не достигло даже одной четверти от общего количества.

Знакомясь с подобными данными, невольно приходишь к выводу, что даже предприятия, производящие наукоемкую продукцию (а их немало в названных отраслях), не развивают маркетинг в своей организационно-хозяйственной структуре, не приспособливают ее к требованиям рынка — застыли на уровне инженерной модели с плохо организованным экономическим управлением. Потому и дает себя знать непонимание того, что, даже производя уникальную наукоемкую продукцию, нельзя добиться вне современной инженерно-маркетинговой модели организации производства хотя бы достойных прибылей, не говоря уже о сверхприбыли. В качестве положительного примера умелого применения маркетинга можно привести деятельность все того же Московского вентиляторного завода, освоившего модель инженерно-маркетинговую. Предприятие только за 1996—1997 годы получило 1,87 млрд. неденоминированных рублей чистой прибыли, на 400 миллионов больше, чем затратило на обновление производства и освоение специализированных изделий. Одним из важнейших источников такой большой прибыли стало географическое расширение рынка сбыта и соответствующий ему рост производства, что стало возможным благодаря использованию преимуществ инженерно-маркетинговой модели.

ИННОВАЦИОННАЯ МОДЕЛЬ

В ее основе лежит монополизм, поощряемый нормами международного права. Когда созданы реально работающие экономические механизмы управления бизнесом, а также условия для НИ-ОКР и промышленного освоения их результатов, когда развиты маркетинговые технологии, можно считать, что созданы материальные и организационные предпосылки для перехода предприятия к инновационной модели хозяйствования. Для этого остается только научиться быстро находить и использовать в промышленных целях коммерчески ценные идеи, а также умело использовать средства правовой защиты объектов интеллектуальной собственности и наукоемкой продукции, созданной с их помощью. Инновационная модель основана на всестороннем и полноценном использовании законодательства по интеллектуальной собственности.

По мере материализации объектов интеллектуальной собственности в наукоемкую продукцию эти идеи все надежнее должны защищаться режимом охраны прав на них. (На схеме это показано подключением верхней линии блоков к двум остальным. Все вместе они дают наглядное представление об инновационной форме организации производства.) Этот режим включает в себя целый ряд охранительных правовых институтов. Дизайн товара защи-

щается промышленным образцом, технология производства изделия и его конструктивные особенности — запатентованными изобретениями, информационные технологии — программными продуктами. Прочие технические, организационные и финансовые секреты охраняются с помощью установленного режима секретности.

Такой режим охраны прав — не самоцель. Он является необходимым условием утверждения монополии владельца интеллектуальной собственности и продукции, производимой с ее использованием. Монополизация производства, в основе которого лежат коммерчески ценные идеи, узаконивается только после того, как изобретатель или предприниматель, нанявший его, официально регистрирует объект своей собственности, подготовленный к промышленному производству. Владелец такого зарегистрированного объекта в результате приобретает полное монопольное право на производство и реализацию конкретной продукции.

Для установления факта нарушения своих прав владелец патента или лицензии может потребовать у предполагаемого нарушителя предъявления соответствующего патента или лицензии, дающих конкуренту право производить подобные изделия. Если у того нет никаких документов, владелец наукоемкой продукции, уведомив его о своих правах, должен письменно потребовать от него прекратить производство контрафактных изделий, либо заключить с ним лицензионное соглашение. В противном случае нарушителя можно привлечь к ответственности через суд и принудить с помощью закона компенсировать истцу понесенный им материальный и моральный ущерб. Суд, разобравшись в сути нарушения, правомочен наложить на виновника штрафы, способные разорить предприятие.

Даже из этого небольшого экскурса можно обоснованно сделать вывод о том, что такой вид монополизма не противоречит конкуренции и лишь стимулирует научно-технический прогресс. Подобный полезный монополизм, признанный в мире, позволяет производителю наукоемкой продукции получать сверхприбыль за счет устанавливаемой им единолично высокой цены на изделия, за счет расширения рынков сбыта, а также за счет продажи лицензий, дающих право и другим производителям выпускать на своих предприятиях такую же продукцию. Все это вместе взятое позволяет монополисту получать сверхприбыль, превышающую обычную прибыль как минимум на 20—30%.

Именно поэтому в промышленно развитых странах половина экспорта приходится на наукоемкую продукцию. По той же причине основную массу прибыли в мировом промышленном производстве дает реализация высокотехнологичных изделий. Подобный механизм организации бизнеса как стабильный источник доходов необходимо надежно защищать. Поэтому в мире сохраняется тенденция, направленная на ужесточение санкций в случаях ущемления прав владельцев интеллектуальной собственности и продукции, производимой с ее использованием. Например, в Швей-

царии, где недавно побывали сотрудники нашего института, штрафы за такие нарушения прав начиная с 1998 года увеличены с двух тысяч до ста тысяч франков. А срок лишения свободы возрос от одного года до пяти лет. В России практика судебных разбирательств и штрафов только начинается.

В нашей стране объем инновационной продукции за последние годы стал низким. Даже в наиболее наукоемких и высокотехнологичных отраслях, в частности в микробиологической, металлообрабатывающей, а также в машиностроении, удельный вес реализуемой инновационной продукции составляет от 2,5 до 15%. В остальных — и того меньше.

Соответственно, на таком же невысоком уровне находится и практика правовой защиты интеллектуальной собственности и продукции, производимой с ее использованием. Судей и адвокатов, способных квалифицированно вести на должном правовом уровне подобные дела, не хватает. Поэтому при разбирательстве таких дел иногда дает себя знать некомпетентность юристов в данной области. Они подчас бывают недостаточно уверены в правильности своих выводов и не решаются применять к нарушителям прав владельцев интеллектуальной собственности надлежащие строгие меры, которые те действительно заслуживают.

Московский завод «Манометр», например, нанес одному изобретателю материальный ущерб, оцененный экспертами нашего института в размере около 4,3 млрд. неденоминированных рублей, незаконно используя созданный им промобразец инголятора. Из-за этого изобретатель вынужден был свернуть свою предпринимательскую деятельность. Борясь с заводом — нарушителем закона, он потерял здоровье, стал инвалидом второй группы. Затратил несколько лет, чтобы доказать свою правоту. И доказал. Признавая и принимая во внимание все это, суд тем не менее в своем решении оценил нанесенный изобретателю ущерб всего в 150 млн. неденоминированных рублей, при этом никак не объясняя свою оценку. Подобный, на наш взгляд, юридический казус был бы просто невозможен ни в США и ни в одной из европейских стран.

Этот факт лишний раз убеждает в том, что любые коммерчески ценные идеи чего-то стоят лишь тогда, когда надежно защищены. Применительно к мировому рынку это означает, что за интеллектуальную собственность, в том числе и воплощенную в наукоемкую продукцию, платят либо тебе, либо платишь ты — и очень дорого. Именно на этом богатеют такие всемирно известные компании, как ИБМ, КОКА-КОЛА, МИКРОСОФТ — они продают лицензии на право производства своей наукоемкой продукции. В США таких сделок ежегодно совершается 600 тысяч, а в нашей стране — всего несколько сот, что совершенно не соответствует ее научно-техническому потенциалу. Чтобы изжить это несоответствие, нужно прежде всего в корне поменять налоговое законодательство, кото-

рое впоследствии будет стимулировать реструктуризацию предприятий. Это в свою очередь интенсифицирует процессы создания и регистрации объектов интеллектуальной собственности и укрепит производство наукоемкой продукции мирового уровня.

Добиться этого возможно, если инновационная модель организации хорошо отлажена, а взаимодействие и выполнение основных процедур, указанных на схеме, четко организовано. Другого пути у большинства акционерных обществ, по сути, нет, если они хотят, чтобы реформирование предприятий увенчалось рентабельностью производства, сравнимой с уровнем развитых стран.

СТРАСТИ ПО ЛЬГОТАМ

Во многих странах государство оказывает помощь предприятиям, производящим наукоемкую продукцию, главным образом, через налоговую систему. В США, например, она действует таким образом, что предприятия постоянно стремятся ускорять амортизацию своего производственного аппарата. Получаемые при этом амортизационные отчисления позволяют им столь же быстро накапливать средства, необходимые для обновления оборудования, инвестирования инноваций. Причем делается это с помощью налога на имущество, который принуждает предприятия предельно сокращать сроки амортизации.

Параллельно и в одном направлении с этим механизмом накопления действует и другой, столь же экономически эффективный. Это налоговая льгота, которая дает возможность фирмам с большой выгодой для себя завоевывать как внутренний, так и внешний рынки, создавая повсюду свои небольшие дочерние предприятия. При этом материнские компании передают им свой товарный знак, технологию, право на выпуск своей продукции, фирменное наименование и фирменный стиль, заботятся об их материально-техническом оснащении. Причем та часть прибыли, которую фирмы вкладывают в дочерние предприятия, что ценно, не облагается налогом, а относится к производственным затратам.

Такая льгота стимулирует рост производства уже освоенной предприятиями наукоемкой продукции, побуждает их быстро утвердиться на новых рынках и одновременно дает возможность накапливать средства для создания новых видов высокотехнологичных изделий. Ведь благодаря этой льготе, уменьшается общая масса налогов, оптимизируется финансовая деятельность фирмы.

Если добавить к этому, что в США отсутствуют многие действующие у нас льготы, а наиболее существенные есть в сфере инноваций и обновления техники, то станет ясно, почему «налоговый тандем» стал в этой стране мощным и постоянным ускорителем научно-технического прогресса и стимулятором роста производства. Такой «сдвоенный» механизм выглядит особенно пред-

почтительно в сравнении с отечественной налоговой системой, излишне сложной и неэффективной. Будто бы она придумана, чтобы зарабатывать на консультациях по ее применению.

Происходит это прежде всего потому, что налоговые и другие наши государственные органы не совсем правильно используют такие механизмы поддержки предприятий, как дотирование и налоговое льготирование, — путают назначение этих механизмов. Там, где надо применять адресные дотации для неимущих, у нас почему-то прибегают к налоговым льготам, и наоборот.

Как известно, налоговая льгота — механизм устойчивой подпитки стратегически важных для государства финансовых потоков. Можно даже сказать, что это механизм, стимулирующий долгосрочную перестройку экономики страны. Поэтому он должен служить достижению приоритетных экономических целей. Дотация же является формой адресной финансовой поддержки государством малоимущего населения или отдельных предприятий, нуждающихся в ней в силу своей экономической слабости или неблагоприятных условий, в которых проходит их деятельность.

Не случайно поэтому неверное использование такого механизма, как льгота малоимущим, чаще приводит не к оздоровлению, а к криминализации деятельности предприятий. Основная масса малоимущих так и не получает необходимой помощи. А льготами чаще пользуются криминальные силы. Взрывы на Котляковском кладбище — это лишь одна из иллюстраций сказанного. В этом случае сама льгота превращается в своего рода «черную дыру» — производство не растет, поэтому и налоговая база компаний оказывается неспособной возместить потери, которые при этом несет бюджет государства. Такое стимулирование «коротких денег» делает неинтересными многие варианты долгосрочного инвестирования.

Такой ущерб никакими благими доводами оправдать нельзя — ни тем, что государство, оказывая помощь нуждающимся в ней предприятиям, не затрачивает на это ни рубля из своей и без того скудной казны, ни тем, что при дотации «живые» деньги могут не дойти до ожидающих их адресатов, могут быть использованы не по назначению, например на удовлетворение самых неотложных региональных, местных нужд. Подобные аргументы, на наш взгляд, совершенно обосновательны, если учесть, что в стране действует мощная система контрольных и правоохранительных органов. А главное, сам механизм и условия дотаций можно отработать так, что они станут действовать подобно американскому «налоговому тандему».

На наш взгляд, следовало бы усилить государственную поддержку с помощью льгот компаниям, которые способны заниматься инновационной деятельностью, поднимать технический уровень производства в самых различных отраслях народного хозяйства. Предоставляемые сейчас таким компаниям льготы настолько малы, что не позволяют давать такую отдачу, на которую они способны.

Информационная модель высокотехнологического производства

ВЫСОКОТЕХНОЛОГИЧНЫЙ РЫНОК

ИНВЕСТИЦИИ

Интеллектуальные инвестиции
Материальные инвестиции
Финансовые инвестиции

ИНЖЕНЕРНАЯ

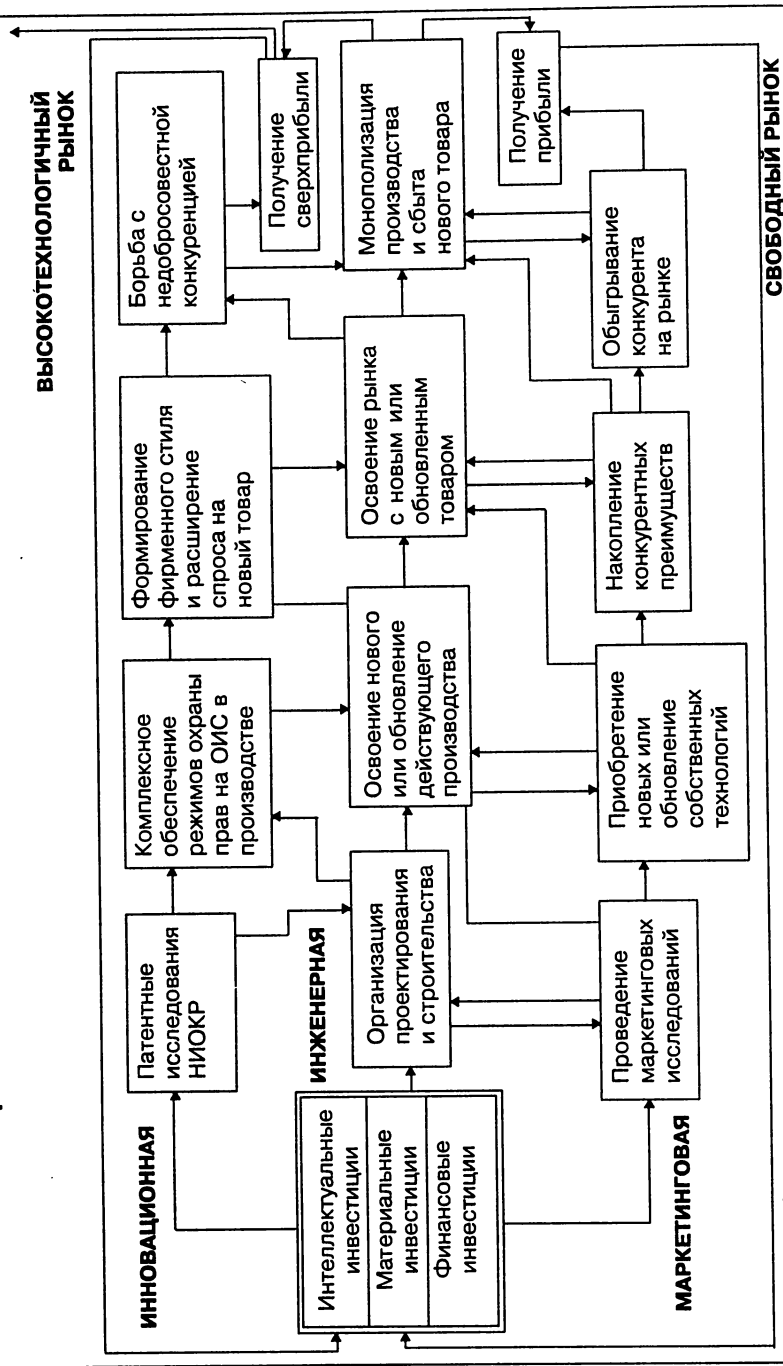
Патентные исследования НИОКР
Комплексное обеспечение режимов охраны прав на ОИС в производстве
Формирование фирменного стиля и расширение спроса на новый товар
Освоение нового или обновление действующего производства
Освоение рынка с новым или обновленным товаром
Монополизация производства и сбыта нового товара

МАРКЕТИНГОВАЯ

Проведение маркетинговых исследований
Приобретение новых или обновление собственных технологий
Накопление преимуществ
Обыгрывание конкурента на рынке
Получение прибыли

СВОБОДНЫЙ РЫНОК

Борьба с недобросовестной конкуренцией
Получение сверхприбыли



САМОФИНАНСИРОВАНИЕ ИННОВАЦИЙ*

Финансирование инноваций — необходимое условие успешного развития экономики. Множество государственных, отраслевых, региональных, местных, в том числе и принадлежащих отдельным предприятиям, инновационных программ финансируется из внешних источников. Когда эти источники постоянны и надежны, дело продвигается быстро, дает ожидаемые экономические и иные результаты. В противном же случае инновационная деятельность или тормозится, или вовсе замирает. И тогда средства, уже затраченные на нее, но не принесшие ожидаемых плодов, приходится списывать в убыток.

Есть, однако, и другой, более естественный для рыночной экономики путь — изыскание внутренних источников. Мы постараемся показать это на примере тепличного хозяйства.

САМОДОСТАТОЧНЫЙ КРЕДИТ

В отечественном тепличном хозяйстве особенно развито финансирование по иностранным кредитным линиям — европейские банки не боятся открывать их, несмотря на известный риск ущерба от невозврата кредитов. Но они только рискуют, а приватизированные отечественные тепличные комбинаты несут убытки, прибегая к инвестированию через эти кредитные линии. В расчете на один гектар они подчас достигают 100 тыс. долл. в год. За 10 лет эта сумма возрастает до 1 млн. долларов. Иначе говоря, эффективность подобных инвестиций по меньшей мере сомнительна. Банки дают только краткосрочные кредиты, а тепличным комбинатам они нужны как минимум на 1 — 2 года. Такими кредитами может успешно воспользоваться только перекупщик. С правовой точки зрения его действия ничего предосудительного не представляют. Но на подобных операциях страна теряет немало валютных ресурсов.

Тем более ценным представляется опыт кисловодского ЗАО «Нежинское» в Северо-Кавказском регионе и Новокузнецкого коммерческого предприятия «Безруковский» в Западно-Сибирском регионе, связанный с использованием механизма самофинансирования инноваций в тепличном хозяйстве с помощью кредитной лицензионно-вексельной линии.

*Статья написана в соавторстве с В. Шарупичем академиком МАЭН, директором Орловского института Гипронисельпром, доктором технических наук и А. Барковым, президентом финансово-промышленной группы «Барколь».

Механизм этот действует следующим образом. Патентная организация, функционирующая в его структуре (см. рис. 1), оформляет, регистрирует патенты на новые технологии, ЗАО «Институт сертификации и оценки интеллектуальной собственности и бизнеса» проводит независимую экспертизу новаций, отбирает из них наиболее эффективные для последующего создания на их основе инновационных или инвестиционных проектов. А банк (может быть и инвестиционная компания), тоже встроенный в упомянутый механизм, обеспечивает финансирование, необходимое для их реализации.

После получения реального дохода средства, ранее вложенные в инновацию, постепенно возвращаются кредитору, увеличившись в рассматриваемом случае на 15%. После чего они тут же вкладываются в новые проекты — начинается новый оборот теперь уже возросшего инновационного капитала. Так со временем самофинансирование становится все масштабнее.

В целом же проект создания кредитной лицензионно-вексельной модели финансирования инновационной деятельности тепличных комбинатов страны реализуется при непосредственном содействии Министерства сельского хозяйства и продовольствия РФ. Когда он будет осуществлен полностью, система самофинансирования инноваций будет выглядеть так, как показано на рис. 2.

Подобный механизм вполне применим не только в тепличном хозяйстве, но в равной степени во многих других отраслях экономики, например в электротехнической и биотехнологической промышленности, в машиностроении, медицине, в сфере бытового обслуживания — во всех, сравнительно быстро окупаемых ее областях.

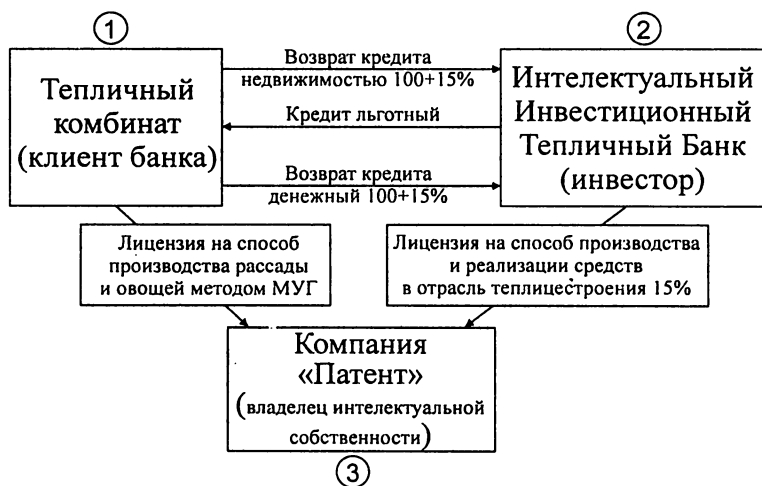


Рис. 1. Организационно-структурная модель региональной лицензионной кредитной линии от Сбербанка в АОЗТ СПХ «Нежинское»

ОСНОВА МОДЕЛИ

Важнейшим звеном модели кредитного лицензионно-вексельного финансирования является интеллектуальный инвестиционный банк, учрежденный на базе коммерческого банка «Заречный» с участием ПФГ «Барколь», института «Гипронисельпром», ЗАО «СОИС-

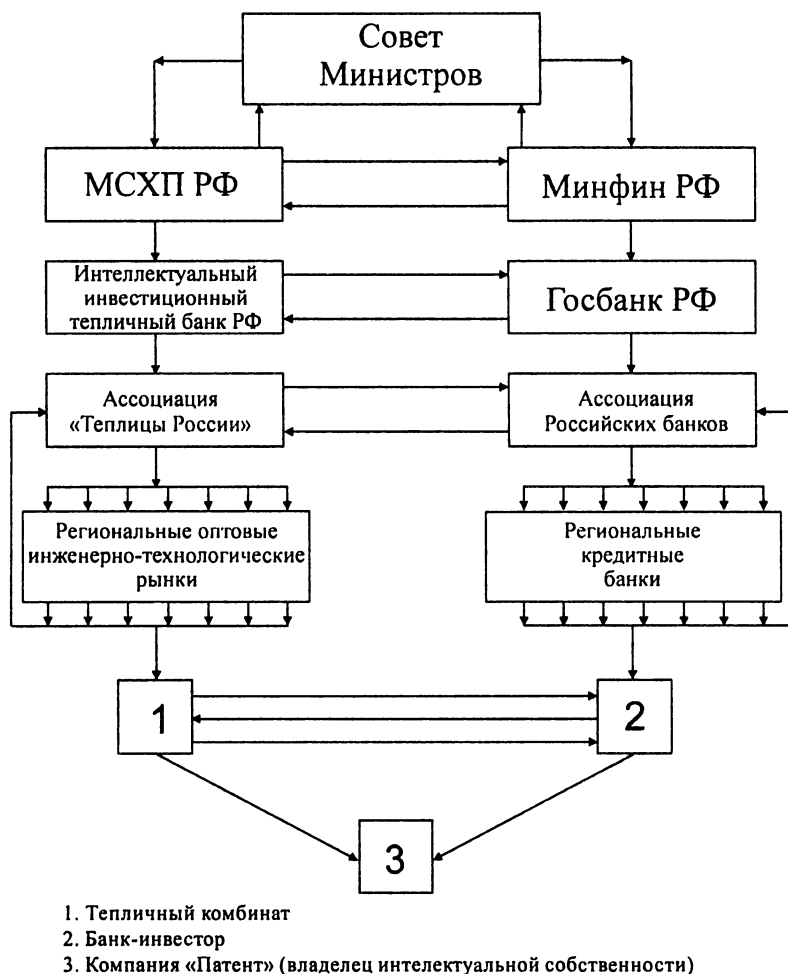


Рис. 2. Организационно-структурная модель Российской лицензионной кредитной линии от отечественных банков в отрасль тепличного строительства России

SERVAL» и ООО «Патент». И это закономерно: отрасль, располагающая десятками автоматизированных предприятий по программированному производству овощной продукции, обладающая интеллектуальной собственностью, оцениваемой в 500 млн. долл., уже давно должна была бы иметь свой, соответствующий масштабам этого ресурса банк (Интеллектуальный банк). Он нужен прежде всего для организации самофинансирования инновационной деятельности в отрасли. В деятельности банка могут участвовать и тепличные комбинаты, и предприятия, являющиеся их смежниками, и другие юридические лица, имеющие свободный капитал и желающие выгодно разместить его — став акционерами, они будут получать гарантированный доход на протяжении 10 — 15 лет.

Капитал банка уже сейчас широко используется для интенсивного внедрения в производство прорывных наукоемких технологий на финансовом, инженерно-технологическом, энергетическом и кадровом рынках отрасли. Получение кредитов в виде векселей или размещение капитала в ценные бумаги осуществляется в порядке, установленном учредителями совместно с его советом директоров. Это особенно важно потому, что сам банк находится в Кузнецке, а его филиал — в Орле. Строгий регламент деятельности обеих структур позволяет избегать сбоев, связанных с их разобщенностью.

Каковы условия, при которых инновационный капитал функционирует наиболее эффективно в кредитной лицензионно-вексельной модели финансирования? Рассмотрим это на примере АОЗТ «Нежинское» и Кисловодского отделения Сбербанка, которое по договоренности выполняет функции местной структуры инвестиционного банка.

После заключения договора о льготном кредитовании отделение Сбербанка получило статус лицензионного участника реализации кредитуемых инноваций. У него, таким образом, появилось право на дополнительный доход сверх обусловленных 15% годовых. Насколько он велик, можно судить по такому факту: только вознаграждение сотрудников отделения, персонально являющихся содействующими лицами, помогающими внедрению инноваций в производство, за время действия кредитной линии, то есть за четыре года, увеличилось в 6 — 8 раз по сравнению с тем, что они получали, осуществляя обычные кредитные операции.

К тому же и отделение, и его сотрудники вправе иметь дополнительный доход от мероприятий, связанных с куплей-продажей лицензий на технологии, используемые комбинатом, в том числе и третьего поколения, на протяжении 15 лет. Отделение имеет также возможность быть лицензионным участником инновационной деятельности смежников комбината, заводов — изготовителей оборудования, монтажных трестов, поставщиков электроэнергии, газа, тепла, воды, что тоже служит источником дополнительного дохода и для отделения и для его сотрудников. Причем для последних вложение в инно-

зации одной единицы банковских средств оборачивается индивидуальным вознаграждением, превышающим ее в два с лишним раза.

В интересах отделения Сбербанка была обеспечена также надежность возвращения кредита. Для этого было обусловлено, что его возврат должен осуществляться в двух взаимозаменяемых формах — в денежной и эквивалентной ей имущественной. Проще говоря, при необходимости комбинат должен был вернуть свой долг собственной недвижимостью и другими материальными средствами, если бы у него не оказалось денег.

Но даже такого условия было недостаточно для того, чтобы отделение было полностью защищено от риска потерять свои средства в случае отрицательного исхода операций, связанных с внедрением инноваций в производство. В данном случае большое значение имело личное доверие руководителей комбината и отделения друг к другу. Тем не менее, как показал опыт, оказалось необходимым участие гарантов как с одной, так и с другой стороны.

Надежность комбината гарантировали ассоциация «Теплицы России», располагающая полным досье на данное предприятие, и оптовый инженерно-технологический рынок. Он имеет свой учебный центр, готовящий кадры для теплиц, и поэтому очень хорошо осведомлен об экономическом и финансовом состоянии «Нежинского». Со стороны Сбербанка гарантами стали Ассоциация российских банков и региональный кредитный банк.

ПАТЕНТНЫЙ И ЛИЦЕНЗИОННЫЙ ЗОНТИКИ

Но и выполнение даже таких условий было недостаточным для того, чтобы гарантировать высокую результативность инновационных кредитов. Следовало еще заинтересовать в этом многочисленных смежников комбината. Это можно было сделать, только создав механизм, который позволял бы им получать, в свою очередь, доходы от внедрения и эксплуатации инноваций. Таким механизмом стал так называемый лицензионный зонтик, действующий на всем фронте, на котором функционирует инновационный кредит комбината, начиная от изготовления, поставки нового оборудования, строительства, реконструкции теплиц и кончая обеспечением их эффективной эксплуатации за счет своевременного, качественного снабжения энергией, теплом, газом, водой.

Механизм действует следующим образом: лицо, желающее получить доход от внедрения и эксплуатации инноваций, приобретает лицензию на право использования соответствующих патентов. Это законная статья инновационного бизнеса. Она и дает возможность получать желаемый доход. Для выполнения подобных операций и была создана соответствующая структура — ООО «Патент»

(см. рис. 1, 2). Являясь независимой организацией и обладателем интеллектуальной собственности (владеет уже 150 патентами), общество успешно содействовало ее внедрению и эффективному использованию как на прорывных направлениях тепличного хозяйства, так и в смежных с ним отраслях производства — энергетике, газификации, тепло- и водоснабжении.

На основе «патентного зонтика» был создан лицензионный зонтик, который дал возможность материально заинтересовать конкретных участников внедрения и эксплуатации новых технологий в получении наиболее высоких экономических результатов от их использования.

Получить максимальную прибыль было очень важно в начальный период, чтобы убедить всех участников в том, что их совместные усилия вознаграждаются большими доходами. Для этого пришлось в короткий срок, по существу одновременно, реализовать все патенты, которыми располагало АОЗТ «Нежинское». И оно, как показала практика, успешно справилось со своей задачей, о чем свидетельствуют такие данные.

За четыре года, в течение которых в «Нежинском» используется новая модель финансирования инноваций, выход продукции с возделываемых в теплицах площадей возрос в 4 — 5 раз, а ее себестоимость снизилась в 3 — 3,5 раза. И что особенно важно, при этом расход газа и электроэнергии на производственные нужды уменьшился в 5 раз. В свою очередь, и партнер комбината, Кисловодское городское отделение Сбербанка, увеличило свой первоначально вложенный «инвестиционный капитал» на 60 с лишним процентов.

Результаты были если не впечатляющими, то привлекательными, особенно на фоне общего кризиса. Поэтому у «Нежинского» и Кисловодского отделения Сбербанка в 1998 г. появились последователи в другом конце страны, в западносибирском городе Новокузнецке — тепличный комбинат «Безруковский» и его инвестор финансово-промышленная группа «Барколь», действующая через ООО Коммерческий банк «Заречный».

ПОДТВЕРЖДЕННЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ

Опыт, накопленный в «Нежинском» и «Безруковском», свидетельствует, что создана и действует эффективная модель кредитования. Апробированная на отдельных предприятиях, сотрудничающих с банками, она начинает перерастать из региональной в общероссийскую кредитную лицензионно-вексельную систему инновационного финансирования в тепличном хозяйстве.

Полученные обнадеживающие результаты позволили институту «Гипронисельпром» совместно с ООО «Патент», ПФГ «Барколь»

приступить к разработке проекта финансирования реконструкции старых и строительства новых теплиц в последующие годы на площади соответственно 2000 и 10 000 гектаров. Финансирование технологии кредитования взяли на себя Министерство сельского хозяйства и продовольствия РФ, а также ООО «Патент» и ФПГ «Барколь». Экспертизу интеллектуальной собственности, включая ее сертификацию качества и соответствия, а также стоимостную оценку исключительных прав взял на себя Институт сертификации и оценки. Материально-техническое обеспечение программы возложено на заводы города Орла и одноименной области — ОЭМЗ, «Протон», ОрЗЭП, ОСПАЗ, «Научприбор», «Ливгипромаш», а в других регионах страны — на такие известные предприятия, как «Агрисовгаз», «Лит», МЭЛЗ, «Энергия», «Лисма», «Металлопластик» и др. Они приступили к выпуску необходимого оборудования в первом квартале 1999 года, а уже в 2000 году ООО «Патент» и ПФГ «Барколь» начали продавать технологии, инженерные системы, строительные и ограждающие конструкции на головном оптовом инженерно-технологическом тепличном рынке России, торговые площадки которого находятся в Орле и Новокузнецке.

Накопленный опыт убедил нас в следующем:

- используемая технология кредитования позволяет адресно финансировать клиентов без каких-либо потерь, одновременно обеспечивая лицензионное участие физических лиц, банков, государственных и иных организаций в инвестировании по всей цепочки кредитования и гарантируя размер вознаграждений до одной единицы от общего объема вложений;

- открывает широкие возможности для внедрения в производство новейших технологий, инженерно-технических и финансовых процессов, гарантируя заведомое увеличение суммы дохода;

- обеспечивает своевременный возврат кредита и обусловленных им процентов, а также получение организаторами кредитных линий и авторами патентов максимально высоких доходов без нарушения законодательства и этических норм;

- действие схемы финансирования (кредитования) обеспечивается обоснованной рыночной стоимостью патентного зонтика (150 — 200 патентов), конвертируемой в банковские средства как наиболее надежного по своей ликвидности вида ценных бумаг;

- надежное действие механизма финансирования гарантируется на многие годы вперед (15 — 20 лет) лицензионным зонтиком, включающим в себя уже 200 соответствующих соглашений;

- кредитование согласно лицензионно-вексельной модели приносит доходы в течение длительного времени, а затраты на ее создание и функционирование окупаются в 2,5 — 3 года, причем, как показывает опыт комбинатов «Нежинский» и «Безруковский», прибыль возрастает до 70%, рентабельность производства до 120%, дивиденды организаторов кредитных линий составляют 100%.

Для того чтобы возможности модели были использованы эффективно и масштабно, еще предстоит решить ряд задач. Например, разработать географическую информационную систему (ГИС) расположения тепличных комбинатов с учетом функциональной схемы оптового инженерно-технологического рынка отрасли; обосновать методологию создания кредитных линий коммерческими банками, трастовыми компаниями, индивидуальными инвесторами, андеррайтерами, а также уточнить их функции, связанные с перепродажей векселей, облигаций, закладных под залог стоимостей патентных прав и прав на ноу-хау; создать динамическую модель данных об отчислениях по лицензионным соглашениям о передаче объектов интеллектуальной собственности ООО «Патент» тепличным комбинатам и их смежникам и т. д.

Однако сбалансированность всей схемы по экономическим показателям, а также ее эффективность и доверие к ней со стороны всех участников будет во многом зависеть от справедливой оценки интеллектуальной собственности, используемой для инвестиционных, кредитных и других целей. В этом участники полностью полагаются на опыт и авторитет Института сертификации и оценки интеллектуальной собственности и бизнеса.

НАУЧНО-ТЕХНИЧЕСКИЕ РАЗРАБОТКИ КАК ТОВАР

В последнее время использование предприятиями нематериальных активов заметно улучшилось. Если еще год назад, проводя исследования, мы были вынуждены констатировать, что эти активы поставлены на баланс не более чем у 10% предприятий, то сейчас — почти у всех обследованных нами крупных и у половины средних. Более того, их службы целенаправленно следуют порядку, установленному регламентом, который касается бухгалтерского учета и налогообложения, связанных с этими активами.

Именно поэтому хочется обратить внимание на изменения, которые произошли в бухгалтерском учете и амортизации нематериальных активов. Во-первых, с 1999 года амортизация безвозмездно полученных нематериальных активов не будет влиять на налогообложение прибыли. Во-вторых, с этого же года помимо линейной амортизации допускается амортизация, скорректированная в соответствии с объемами выпускаемой продукции. Первое изменение существенно снижает актуальность оценки рыночной стоимости нематериальных активов при их постановке на бухгалтерский учет и амортизации, что позволяло снижать налогооблагаемую прибыль. Благодаря второму изменению предприятиям не нужно будет искать способы ускоренной амортизации этих активов, если их износ происходит интенсивнее, чем предусмотрено нормативами.

Думается, что все предприятия, владеющие нематериальными активами, не преминут воспользоваться такими благоприятными возможностями.

АУДИТ — НЕ ИНВЕНТАРИЗАЦИЯ

На практике по-прежнему приходится сталкиваться со множеством проблем, связанных с учетом и использованием нематериальных активов. Очень часто, например, даже от экономистов и оценщиков приходится слышать, что аудит и инвентаризация — это одно и то же, что и аудит и инвентаризация в одних случаях включают оценку, в других — нет. И по этой причине подчас не видят разницы между ними. Происходит так потому, что и сегодня в нормативных актах нет однозначных ответов на подобные вопросы. Такое упущение не так уж безобидно, как может показаться. Из-за этого, в частности, у финансовых служб предприятий возникают проблемы организационного характера. Ведь если оценку следует включать в

аудит и инвентаризацию, значит, нужно обращаться к профессиональным оценщикам, вводить их в соответствующие временные подразделения, оплачивать их труд. Если же не включать, то можно провести упомянутые мероприятия и собственными силами без излишних на то затрат. Для того чтобы правильно решить, как быть, надо точно знать различия между аудитом и инвентаризацией.

Во-первых, это разные по целям и содержанию мероприятия, они, как правило, проводятся разными рабочими группами специалистов, хотя костяк этих групп могут составлять одни и те же лица.

Во-вторых, и при аудите, и при инвентаризации нужна не оценка как таковая, а лишь учет стоимости активов в соответствии с фактическими затратами на их создание. Но при этом следует помнить, что безвозмездно полученные активы должны оцениваться по рыночной стоимости.

В-третьих, реальные затраты, произведенные на создание или приобретение активов, очень часто не отражают фактическую их стоимость и поэтому их балансовая стоимость, как правило, далека от рыночной. Это особенно важно учитывать для наиболее ценных активов, поскольку именно на их базе разрабатываются инвестиционные проекты и ожидаются дополнительные вложения со стороны.

Итак, под аудитом понимается проверка нематериальных активов с целью определить, насколько правильно они поставлены на баланс и насколько верно осуществляются бухгалтерские операции с ними. При этом аудитор анализирует состав активов, обоснованность их отнесения к таковым, своевременность постановки на баланс, правильность начисления амортизации, своевременность отражения операций, связанных с их выбытием, с обоснованностью их списания, а также влияние этих операций на налогообложение.

Инвентаризация — это способ определения фактического наличия и состояния нематериальных активов. Ее организует либо администрация предприятия, либо правообладатель. По многим активам обе роли этих субъектов совмещаются в одном лице. Те активы, которые были созданы на предприятии на его средства, должны быть оформлены как его собственность. Если это не сделано, нужно возможно быстрее исправить допущенную ошибку. Именно вследствие нечеткого определения собственника растет число конфликтов на предприятиях.

Необходимость и периодичность инвентаризации установлена Федеральным законом «О бухгалтерском учете», в «Методических указаниях об инвентаризации имущества и финансовых обязательств», утвержденных министерством финансов РФ от 13 июня 1995 г. № 49-М, и в Положении по бухгалтерскому учету, утвержденному приказом Министерства финансов РФ от 28 июля 1994 г. № 100¹. При установлении различия между аудитом и инвентаризацией нельзя не учитывать особенности оценки нематериальных активов. Она, как известно, осуществляется на основании Закона

«Об оценочной деятельности в Российской Федерации» от 29 августа 1998 г. и преследует весьма значительное количество целей. По нашим подсчетам, их уже сегодня насчитывается как минимум около тридцати. Хотя логичнее было бы объединить их в четыре основные группы, как это делается в США.

Если судить по обращениям предприятий в наш институт, то одна из наиболее актуальных целей оценки — это определение стоимости активов при их внесении в уставный капитал вновь создаваемых акционерных компаний, а также при их реорганизации. Нередко целью оценки бывает определение ущерба, нанесенного владельцу интеллектуальной собственности нарушителями его прав. Нематериальные активы являются также эквивалентом денежных средств при учете вкладов учредителей и распределении долей в уставном капитале.

Судя по нашим наблюдениям, предприятия, их финансовые органы уже стремятся комплексно использовать нематериальные активы. Учитывая это, эксперты нашего института разработали «Систему постоянного диагностирования предприятий». Она позволяет им систематически отслеживать дефицит средств и финансовые возможности, своевременно корректировать свои бизнес-планы. Причем для этого нет необходимости создавать новые службы или подразделения. Дело в том, что в качестве анализируемых групп показателей используются группы данных, которыми принято оперировать в бухгалтерском учете. Поэтому диагностирование может производить любой квалифицированный бухгалтер. К тому же при этом существенно облегчается периодическая подготовка бухгалтерского баланса и его сдача налоговым органам.

РАВНОСИЛЬНО ПРЕСТУПЛЕНИЮ

В начале перестройки, как известно, возникли серьезные финансовые трудности, связанные с недостатком бюджетных средств у научных, проектных, конструкторских организаций и предприятий, выпускающих наукоемкую продукцию. В тот момент непредусмот-

¹ В соответствии с п. 2 статьи 265 Налогового кодекса РФ № 110-ФЗ от 06. 08. 2001 г. (далее НК) «Амортизируемое имущество» из состава амортизируемого имущества в целях налогообложения на прибыль исключаются основные средства, переданные (полученные) по договорам в безвозмездное пользование.

В соответствии с п. 1 статьи 259 НК «Методы и порядок расчета сумм амортизации» налогоплательщики начисляют амортизацию только двумя методами: 1) линейным методом; 2) нелинейным методом.

Проведение инвентаризации налоговыми органами производится в соответствии с «Положением о порядке проведения инвентаризации имущества налогоплательщиков при налоговой проверке» (утв. Совместным приказом Минфина России № 20н и МНС России № ГБ-3-09/39 от 10. 03. 99 г.)

рительные руководители в борьбе за экономию средств, к сожалению, поспешили освободиться прежде всего от информационных служб и патентных отделов, считая это наименьшим злом. На самом же деле это была стратегическая ошибка с далеко идущими последствиями, затормозившими инновационную деятельность организаций и предприятий. Сразу же приостановились патентные исследования, оформление качественных заявок на изобретения, промышленные образцы, регистрация товарных знаков. Одновременно стало быстро расти количество регистрируемых в стране зарубежных объектов интеллектуальной собственности — эту нишу рынка стали успешно осваивать иностранные фирмы.

Благо, в тот момент вышел новый патентный закон. И, опираясь на него, тогда же Роспатент начал формировать новый для России институт патентных поверенных, которые стали на коммерческой основе оказывать услуги, связанные с регистрацией и защитой интеллектуальной собственности. И это было весьма кстати. Ведь малым предприятиям и фирмам, сравнительно редко патентующим свои новации, гораздо выгоднее с подобной целью обращаться к патентному поверенному, чем содержать собственную патентную службу. Для крупных же предприятий и тем более научно-исследовательских институтов и конструкторских организаций собственные патентоведы — маяки в тумане. Только они задолго до разработки и производства новых технологий и изделий могут сказать, есть ли на рынке свободные ниши. И только они могут найти способы расширить эти ниши до нужных параметров для своих разработчиков, производителей и коммерсантов.

Поэтому разрушение патентных служб в таких крупных, особенно узкоспециализированных институтах или на предприятиях равносильно преступлению — они теряют ориентацию в инновационной деятельности. Такая потеря во многих случаях и сейчас все еще дает себя знать. Виновников разрушения патентных служб оправдывает разве только то, что действовали они так не по злему умыслу, а по своей управленческой и коммерческой безграмотности. В назидание и в пример им следует поставить те НИИ и предприятия, которые не разрушили свои патентные службы, а, наоборот, усилили их и сегодня находятся в более выигрышном положении, чем незадачливые администраторы-«новаторы». Сегодня нам известны примерно два десятка НИИ, ОКБ и предприятий, где работают отделы численностью более десяти человек. В предыдущие годы их было несколько тысяч.

КАК ЦЕМЕНТИРОВАЛИСЬ НОВЫЕ ОТНОШЕНИЯ

С обострением проблем финансирования в Институте бетона и железобетона (НИИЖБ) часть лабораторий самоликвидировалась. И из действующих лабораторий из-за низкой зарплаты уволились

многие сотрудники, в первую очередь те, у кого еще не сформировался научный задел, — это были молодые или менее удачливые ученые. Но более опытные сотрудники, те, у кого были ценные идеи и за долгие годы сформировавшийся научный багаж, остались в институте, упорно доводя свои замыслы до степени, при которой уже возможна их коммерческая реализация. Третьи не стали увольняться из института, а создали при нем малые предприятия и начали развивать свой бизнес. Но их деятельность не принесла НИИ ни больших доходов, ни средств на развитие.

Оставалась одна надежда — на реализацию собственных научных разработок на рынке интеллектуальной собственности. Но для этого нужна была маркетинговая служба, целенаправленно организующая сбыт научно-технической продукции и одновременно ищущая заказчиков, которые хотят сделать заявки на нужные им научные разработки, а также — партнеров-инвесторов.

Первая попытка создать такую службу оказалась неудачной. Новое подразделение, ничем не ограниченное в своей деятельности, отдавало предпочтение не реализации научно-технической продукции, а оптовой и розничной торговле строительными изделиями и сантехникой отечественных и зарубежных производителей. И когда его доходы стали большими и стабильными, служба отделилась от НИИЖБ, став самостоятельной компанией.

Неудача не обескуражила руководство института. Оно сделало соответствующие выводы и сформировало новую службу маркетинга с жесткой целевой установкой — реализация только своей научно-технической продукции. Служба в первую очередь анализировала рекламу конкурентов и в порядке контрмеры рекламировала через специальные издания продукцию собственного института. Такая тактика начала давать результаты. Спрос на предлагаемые институтом технологии пошел вверх. Произошло это еще и потому, что руководство института не только сумело хорошо наладить работу маркетинговой службы, но и совместило ее деятельность с работой патентного отдела. Именно их активные совместные действия приносят институту весомый и устойчивый доход.

Служба маркетинга исследует ситуацию, сложившуюся в соответствующей нише рынка интеллектуальной собственности. Патентный отдел одновременно изучает обстановку в нише рынка, складывающуюся вокруг конкретных патентов и ноу-хау. Обе эти службы отыскивают конкурентов и оценивают их потенциал, экономическую мощь и правовую защищенность. Эта информация дает возможность институту выработать свою эффективную стратегию, исходя из собственных сил и средств. А рациональное поведение НИИ на рынке приносит неизменно положительные результаты.

Основой товарной продукции института, как это и должно быть, стали патенты, лицензии на право производства и коммерческой реализации продукции, созданной на основе его интеллектуальной

собственности, а также технологические ноу-хау. Продавать научно-техническую продукцию — большое искусство. При этом приходится учитывать множество факторов. Например, используемое в производстве ноу-хау обычно продавать невыгодно: если оно эффективно, другие фирмы, купив его, могут запатентовать. А патент, в случае подтверждения новизны ноу-хау, может давать дополнительные доходы за счет продажи лицензий, каждая из которых будет не менее дорогой, чем первоначально проданное ноу-хау.

Если же ноу-хау не очень эффективно, то дорого продать его не удастся. А продав дешево, вы к тому же еще приобретете конкурента и усилите его. Поэтому требуется, чтобы эффективность и перспективность каждого актива определялась и взвешивалась очень тщательно, так сказать в индивидуальном порядке. Предпочтение обычно отдается продаже лицензий.

Покупателями и заказчиками научно-технической продукции НИИЖБ все реже выступают государственные органы и все чаще — частные предприятия, производители строительных материалов и домостроительные комбинаты. Налаживая свои отношения с тысячами предприятий, НИИЖБ постепенно освобождается от накопленных в прошлом долгов, превращается в рентабельную научную и консалтинговую фирму, на научно-техническую продукцию которой стабильно увеличиваются заказы. Как следствие, растет зарплата работников института. К тому же от продажи лицензий авторы разработок имеют значительный дополнительный доход.

Опыт института убеждает, что при правильной оценке и использовании своей интеллектуальной собственности можно устойчиво и прибыльно работать даже в современных тяжелых условиях. Сегодня, когда большинство научно-исследовательских организаций находится на грани самоликвидации, опыт таких институтов особенно ценен. Но при этом необходимо сделать одну оговорку: больше шансов на выживание у тех НИИ, которые представляют отраслевую науку, разрабатывают для промышленности актуальные прикладные темы.

Именно это и делает НИИЖБ. Прибыльной научно-исследовательской организацией, действующей на основе определенных уже доказавших свою эффективность, правил. Превращение научно-технической продукции в товар происходит в результате нескольких операций. Во-первых, подыскивается хотя бы один потенциальный покупатель, готовый использовать предлагаемую институтом новую технологию или новый строительный материал. Во-вторых, на договорной основе определяются отношения с покупателем: заказчик либо приобретает у института готовые новые материалы и использует их в своих целях, либо покупает у него право на их производство и коммерческую реализацию. Такое право приобретается путем покупки у института лицензии. В-третьих, все отноше-

ния строятся таким образом, чтобы ни одна из сторон, участвующих в сделке, не понесла убытков.

Первые две операции совершаются подразделениями института — службой маркетинга и патентным отделом. Третья — профессиональными оценщиками. При небольших сделках они хорошо справляются со своими обязанностями. А вот при крупных, дорогостоящих сделках, связанных с большими затратами и еще большими выгодами, НИИЖБ, чтобы не ошибиться, приглашает для оценки интеллектуальной собственности специалистов нашего института. Кроме всего прочего, это делается и потому, что сертификаты института признаются всеми российскими государственными исполнительными и судебными органами, а также международными организациями, так как в основе нашей оценочной деятельности лежит «Система сертификации и оценки объектов интеллектуальной собственности и Знак соответствия», зарегистрированные в Госстандарте РФ 19 июля 1995 года.

Подытоживая все сказанное об учете, сохранности, использовании, купле-продаже нематериальных активов, нельзя не подчеркнуть, что их роль как локомотива современного высокотехнологичного производства особенно сильно возрастает в условиях кризиса. Именно интеллектуальная собственность делает бизнес устойчивым в любой честной конкурентной борьбе. Кто скорее это поймет, тот быстрее и с меньшими потерями выйдет из него.

НОВАЯ ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ПАРАДИГМА

1

Как известно, в самом общем виде капитал различается как финансовый и физический. Оба они бывают собственными или заемными. Финансовый капитал используется в форме денег: наличных, безналичных или в виде ценных бумаг. Физический капитал — в форме материальных активов, в первую очередь таких как движимое и недвижимое имущество.

В последнее время наряду с двумя видами капитала консультанты и менеджеры США стали рассматривать интеллектуальный капитал (ИК), который имеет активную и пассивные составляющие. Активная ранее имела обозначения — рабочая сила, трудовой потенциал, кадры, персонал, инженерно-технические работники, служащие, отражающие другие качества работающих. По каждому из названных определений на предприятиях эта категория капитала структурировалась по специальностям, квалификации и должностному уровню. Эквивалентом понятию «активная составляющая» сегодня в странах с развитой экономикой является понятие «человеческий капитал», появившееся в США на вооружении некоторых консалтинговых фирм в 70-е годы. Под ним американцы пока предлагают понимать лишь образование, квалификацию, приобретенные в процессе трудовой деятельности, а также навыки, опыт и знания, воплощенные в персонале предприятия. К пассивной составляющей ИК относятся права на технологии, изобретения, промышленные образцы, товарные знаки, ноу-хау, то есть то, что называется интеллектуальной собственностью (ИС).

Рассматривать персонал и сотрудников в качестве собственного или заемного капитала предприятия по аналогии с финансовым и физическим было бы не совсем корректно, поскольку каждый работник представляет из себя свободную личность, принадлежащую только самому себе и не является собственностью предпринимателя или акционерного общества. Его также не совсем правильно считать традиционным заемным капиталом. Однако рассматривать знания и навыки, опыт, квалификацию и образование персонала в отрыве от самого предприятия или от конкретной личности также неправомерно. Существует всегда определенная взаимозависимость между знаниями и способностями персонала, а также овеществленными результатами творческой деятельности работников, техническими средствами, системами управления и доходами предприятия.

ПОНЯТИЕ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОГО КАПИТАЛА

Понятие ИК в современной специальной литературе появилось относительно недавно. При этом капитал, если трактовать его как это сделано в Современном философском словаре (Панпринг, 1998 г.), — это форма закрепления, сохранения (воспроизводства), накопления, развития человеческого опыта. Основой капитала является опредмечивание человеческих качеств и сил в виде средств деятельности и кооперации людей, в виде системы вещей, обуславливающей воспроизводство общественной жизни. Под вещами здесь следует понимать материальные объекты, созданные трудом человека. Капитал до сих пор рассматривался как опредмеченная и отчужденная от индивидов форма опыта. Он создает предпосылки для квазиавтономного существования опыта людей в человеческой истории, для его передвижения в социальном пространстве и социального времени, для его стандартизации, разделения и синтезирования. Это современная точка зрения философов, выраженная соответственно через философские категории. Однако все это на вряд ли относится к человеческому и интеллектуальному капиталу.

В соответствии с определением, данным в Большом экономическом словаре (1998 г.) «капитал» есть «стоимость, приносящая прибавочную стоимость». Это немецкое слово по сути обозначает то же понятие. В переводе с французского первоначально это слово означало «главное имущество» или «главную сумму». В переводе с латинского capital — главный. И действительно, известный труд К. Маркса с одноименным названием стал самым выдающимся и значимым трудом в истории XX века. Он писался с 1843 по 1883 годы и после смерти К.Маркса фактически диктовался Ф.Энгельсом.

Сегодня понятие «капитал» существенно расширено и имеет множество значений и оттенков в зависимости от целей, места, времени и технологии его использования. Только в Большом экономическом словаре насчитывается около девяноста статей, отражающих различные виды и разновидности капитала.

Нашей задачей является определение места ИК и одной из его важнейших составляющих — ИС в системе производства товаров и услуг, идентификация его разновидностей, структурирование и описание возможностей его применения на предприятии.

Под ИК того или иного субъекта понимается стоимость совокупности имеющихся у него интеллектуальных активов, включая интеллектуальную собственность, его природные и приобретенные интеллектуальные способности и навыки, а также накопленные им базы знаний и полезные отношения с другими субъектами. Ценность ИК субъекта всегда должна рассматриваться в соотношении с реально ожидаемыми результатами его интеллектуальной деятель-

ности и на этом основании должна выражаться соответствующей стоимостью. ИК является ведущим капиталом и составляет основу любого предприятия. Главная функция ИК — существенно ускорять прирост массы прибыли за счет формирования и реализации необходимых предприятию систем знаний, вещей и отношений, которые в свою очередь обеспечивают его высоко эффективную хозяйственную деятельность. В частности, ИК предприятия определяет качество его системы управления. По нашим предположениям в ближайшее десятилетие основы менеджмента будут полностью базироваться на теории управления ИК и ИС.

Составной частью ИК является ИС, как более стабильная, статическая и объективная составляющая, которая может быть выделена, передана другим лицам, оценена и практически использована на плановой основе, в том числе в системе управления. На этом основании не целесообразно на предприятии рассматривать управление ИС в отрыве от ИК и наоборот.

Интеллектуальные способности являются более динамичной составляющей ИК, которые весьма сложно выразить цифрами, единицами измерения. Их скорее следует рассматривать как реальные и потенциальные возможности отдельных лиц или организованной группы лиц, способных производить те или иные сложные работы или операции. Интеллектуальные способности требуют постоянного развития, тренинга и потому они менее стабильны и труднее поддаются измерению. На Западе эту составляющую пока почти не включают в состав человеческого капитала.

СТРУКТУРА КАПИТАЛА ПРЕДПРИЯТИЯ

В результате исследований, проводимых в нашем институте за последние три года, мы пришли к выводу, что любое предприятие обладает тремя видами капитала: финансовым, физическим и интеллектуальным, в структуре и пропорциях, представленных в таблице 1. Причем каждый из трех капиталов подразделяется на собственный и заемный.

Такая структура капитала должна коренным образом изменить менеджмент. В первую очередь меняются приоритеты в системе управления в пользу работы с персоналом, по поиску новых идей и наращиванию уникальных интеллектуальных преимуществ фирмы перед конкурентами.

У каждого из этих видов капитала своя функция, возможности и назначение, не дублирующие друг друга. Представив эти виды как базовые составляющие основы управления предприятием, их можно весьма условно и осторожно сравнить с тремя физическими состояниями окружающего нас мира, в котором доминируют

три среды — твердая, жидкая и газообразная. Применительно к нашему случаю твердое — это физический капитал, жидкое — это финансовый капитал и газообразное — это ИК. Причем в природе жизнь невозможна без газообразной составляющей, а ее развитие — без кислорода. В нашем случае ИК является тем самым кислородом, без которого предприятие не в состоянии выживать и развиваться. Поэтому такую трехзвенную структуру капитала предприятия, мы считаем, следует рассматривать как новую парадигму в экономике и в теории рыночных отношений.

Однако еще до того сложилось множество определений интеллектуальных ресурсов, используемых в обиходе предприятий. В частности, уже почти десятилетие в управленческой и экономической литературе фигурирует понятие интеллектуального потенциала. Оно используется также в психологии, социологии и политологии. Нас в данном случае интересует лишь тот аспект этого понятия, который касается экономики предприятия. Поэтому рассмотрим отдельно этот важнейший его ресурс.

ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ

При этом ИК предприятия следует отличать от интеллектуального потенциала (ИП), которым характеризуются возможности его развития. ИК является реально сложившейся системой отношений «руководство — персонал — активы», имеющей определенную стоимость как единый сложный и в основном нематериальный актив, состоящий из отчужденных и неотчужденных от высококвалифицированного персонала результатов интеллектуальной деятельности. Основой этих отношений являются:

- четкий порядок отношений, дисциплина исполнения обязанностей и задач управления;
- согласованность действий между всеми участниками производства;
- лояльность персонала к предприятию, его имуществу и сложившемуся порядку.

ИП — это не только возможность стабильно производить качественную продукцию, но и способности и возможности адаптации предприятия к меняющимся условиям через совершенствование техники, технологии, управления, освоения новых рынков сбыта, создание новых производств, увеличение объемов производства и продаж, более быстрое накопление капитала. Поэтому ИП следует рассматривать как стратегическую составляющую ИК.

Другими словами, ИП представляет собой потенциальные возможности предприятия развиваться и непрерывно адаптироваться к изменениям рынка. А ИК предприятия характеризует его способность

организовать развитие производства и обновление продукции, сохранять, расширять и обновлять рынки сбыта своих товаров и услуг.

КЛАССИФИКАЦИЯ СУБЪЕКТОВ

Обладать ИК могут не только личности и предприятия, но и субъекты других уровней управления. Впрочем, если учитывать, что отношения в человеческом обществе, начиная с XX века все более регулируются международными соглашениями, конвенциями, организациями, то следует учесть и этот уровень. Поэтому все субъекты, обладающие ИК, целесообразно разделить на пять уровней:

- индивидуальности, личности;
- воспроизводительные объединения (вобы), в составе которых следует рассматривать не только предприятия, учреждения, научные школы, но и политические партии, религиозные организации, семьи как ячейки общества и многие другие многоцелевые объединения людей;
- территориальные образования (тобры), среди которых в первую очередь следует рассматривать юридически самостоятельные регионы: республики, области, города, районы, округа, муниципалитеты;
- государства;
- человечество, включая органы международного регулирования межгосударственных и межнациональных отношений.

В рамках данной статьи нас в основном интересует предприятие как воспроизводитель товаров и услуг. Однако базовой для перечисленных уровней все же является индивидуальность, личность, определяющая особенности интеллектуальной деятельности и поведения всех остальных субъектов и в первую очередь предприятий.

СТРУКТУРА ЛИЧНОСТЕЙ

Многочисленные попытки четко структурировать личности по базовым признакам и на этой основе классифицировать их по типам известны, начиная с Гиппократов, создавшего наиболее устоявшуюся типологическую модель темпераментов людей. Его понятия «холерики», «меланхолики», «флегматики» и «сангвиники», определяющие соответствующие типы личностей, живут и активно используются сегодня. Однако психологи уже опровергли эту классификацию, доказав, что все характеристики, присущие названным типам, весьма часто обнаруживаются у одной и той же личности в зависимости от настроения, состояния здоровья, комфортности или некомфортности обстановки и многих других факторов. Над проблемой структуризации личности в разных странах мира сегодня работают сотни ученых.

В то же время в результате тридцатилетнего поиска ответа на этот вопрос у меня сегодня имеется достаточно ясный ответ. Если

внимательно проанализировать и строение организма человека и природу его поведения, то можно предположить, что **в людях заложено три объективно асимметричных начала**, отличающих их друг от друга, или три базовых асимметрии. Причем действие этих асимметрий у разных личностей проявляется по-разному в разном соотношении каждой асимметричной составляющей. Поэтому четко выделить типы личностей крайне сложно. В этом состоит один из главных факторов деклассификации человеческой природы и смысл человеческого начала.

Первая, визуально воспринимаемая, наиболее отчетливая асимметрия, делит всех нас по половому признаку на два типа: **женщины и мужчины**. По этому признаку разделены все высоко развитые живые существа. Это физиологическая асимметрия.

Вторая асимметрия более скрытая, однако мудрецами она обнаружена еще несколько тысячелетий назад и обозначена как **Душа и Тело**, что характеризует каждого из нас с позиции нашего предпочтительного отношения к физиологическим и духовным ценностям. Причем и здесь не все просто и однозначно. Два этих противоборствующих начала **физиологического** и **духовного** внутри нас постоянно воспроизводят борьбу между **эгоистическим** и **альтруистическим** чувствами, между физиологическими потребностями и воспитанным обществом отношением личности к его ценностям. По сути это этическая асимметрия. Какого начала в нас больше, какое более отчетливо и какое более скрыто, менее заметно, обнаруживается лишь в процессе нашей жизнедеятельности, по итогам жизни каждого из нас. Кто к чему в течение жизни стремился и что пытался оставить или, уйдя, оставил после себя, обычно в целом достаточно отчетливо просматривается. Хотя и здесь есть много проблем.

Поэтому однозначные оценки и характеристики ценности личности и накопленного им ИК здесь были бы неуместны. Даже после того, как ИК каждого из нас будет убедительно количественно оцениваться, это нельзя будет считать абсолютной истиной. Здесь есть как явные, так и неявные признаки личности, явные и неявные жизненные обстоятельства, потому и оценки будут в той или иной мере субъективными. К тому же у каждого из нас не все получается из задуманного и реализованного в разное время жизни.

Третья асимметрия стала известна нейрофизиологам всего лишь несколько десятилетий назад как правополушарное и левополушарное мышление, функционально отличающиеся одно от другого как чувственное и логическое, как иррациональное и рациональное. В древности это свойство мышления также было известно и классифицировалось как поведенческое руководство **Чувством** или **Разумом**. Это интеллектуальная асимметрия.

Каждая из асимметрий у отдельных личностей проявляется сильнее или слабее. Количество людей, мыслящих с правополушарным или левополушарным предпочтениями примерно равно.

Однако пока четких методик и инструментов, позволяющих оценить такой естественный баланс в обществе, пока нет.

Другие явно устойчивые отличия, заложенные в нас природой, очевидно, будут найдены и дополнят эту классификацию по мере исследований строения человека, его нервной и интеллектуальной составляющих. Однако уже этой классификации достаточно, чтобы понять логику формирования ценностей субъектов, характеризовать их потенциал и рассматривать в качестве носителей ИК.

ПРИЗНАКИ ЛЕВО- И ПРАВОПОЛУШАРНОГО МЫШЛЕНИЯ

Над выяснением и расшифровкой мыслительных способностей и возможностей левого и правого полушария сегодня уже работают во всем мире и, в частности, особенно активны здесь американские экономисты, психологи, управленцы. В нашем институте также уже несколько лет ведутся целевые исследования, связанные с использованием в менеджменте и в оценке ИС, в формировании теории ИК, сведений о лево- и правополушарных особенностях мышления. Поэтому сегодня мы уже можем отметить, что эти казалось бы нейрофизиологические проблемы и знания уже могут полезно применяться и в теории управления ИК, и в оценке ИС, и в практике управления ИК и ИС на предприятиях.

Для левополушарного мышления характерны:

- способности к логическому анализу и синтезу информации;
- стремление к четкому порядку и ясности сегодня и сейчас;
- способность к логической рационализации, к творчеству на основе стандартных моделей и известных алгоритмов;
- развитие художественных предпочтений в пользу логических цепочек, геометрических фигур и других абстрактных математических построений;
- расчеты на успех в будущем на основе расчетливости старательности и энергичности;
- склонность просчитывать ближайшую и пооперационную выгоду;
- способность к более внимательному чтению, счету, выполнению комплекса последовательных операций, расчетливости в поведении, в мыслях, в работе;
- более предвзятые оценки своего и чужого и более четкое отличие выгодного и невыгодного;
- склонность к мелкому пошаговому натиску на конкурентов, последовательному, нередко агрессивному влиянию на ситуацию с минимумом эмоций и максимумом выгоды;
- неспособность объективно и точно комплексно оценивать сложные ситуации, масштабные события и действия, предвидеть

будущие сложные коллизии и исходы по конкретным сложным сценариям;

- предпочтение всему рациональному и выгодному перед художественным, изысканным и утонченным;

- более активное, быстрое, дисциплинированное, силовое, последовательное, целенаправленное, настойчивое и более мужское начало.

Для правополушарного мышления характерны:

- склонность к художественному, комплексному восприятию ситуации, предметов, других объектов анализа;

- склонность к обобщенному анализу, синтезу и философскому созерцанию и мышлению;

- предпочтительность художественного, изящного и изысканного перед расчетливым, рациональным, выгодным;

- способность к абстрактному мышлению, моделированию сложных процессов, поискам интуитивных приемов, формированию глубоких устойчивых общих впечатлений, которые в памяти обычно более важны, чем конкретные факты;

- менее резкое, агрессивное, настойчивое и более спокойное, уравновешенное, доброе начало, более женское;

- устремленность в прошлое к чужому опыту, истории, традициям, памяти предков, терпимости;

- не склонность к кардинальным решениям и переменам, к поспешному решению сложных и не очень сложных проблем;

- склонность к иррациональности, неожиданным решениям, некоторому художественному беспорядку, преобладанию внутреннего комфорта над внешним, иногда в ущерб контролируемому порядку вокруг себя.

Изучая интеллектуальные особенности личностей в бизнесе, в частности, через тестирование, можно успешно решать многие сложные задачи стратегии и тактики фирм и корпораций.

МОДЕЛЬ ДЛЯ ПРЕДПРИЯТИЯ

Если предприниматель желает или надеется получить увеличение продуктивности в общественном и некоммерческом секторах, то модель ИК должна представлять собой совокупность новых и уже имеющих навыков и умений, составляющих известных процессов менеджмента, которые ранее широко использовались и продолжают применяться в настоящее время. Разрабатываемая модель должна помочь ему избежать наблюдаемых в прошлом недостатков человеческого мышления — узости, поспешности, торопливости, вспыльчивости, распыленности мысли при принятии организационного решения.

Здесь следует говорить о более высоком требовании к процессу и навыкам мышления. Потребуется способность к тому, что

может быть приобретено лишь посредством накопления опыта через практику, модификацию уже накопленных знаний для последующей выработки новых опций и альтернатив, более продуктивных по сравнению с используемыми и выработанными ранее.

Все это может повлечь за собой реструктуризацию организации, изменение организационного формата как отклик на новые пути поиска решения и самого решения в целом. Причем предприниматель обязательно сталкивается с необходимостью использования и развития ИК, который непременно должен включать такие составляющие, как человеческие навыки, методы индивидуального и организационного мониторинга и саморегулирования, новые стратегии принятия решений, эффективные инструменты повышения продуктивности работы организации.

Так, например, разработанная на Западе программа BSM, существенно повышающая эффективность даже общественных и некоммерческих организаций, состоит из трех компонентов: диагностического тестирования, традиционности и обучения навыкам развития. Диагностическое тестирование должно быть использовано на самом начальном этапе решения проблемы и процесса выработки решения. Подобное тестирование может быть использовано для увеличения выпуска продукции. Например, тестирование может быть использовано для создания групп или команд менеджеров, которые только при совместной работе могут обеспечить максимальную эффективность труда в своей организации. Тестирование может быть также направлено на решение персональных проблем, в частности на поиск наиболее подходящей для отдельного человека должности или места в организации, где он сможет максимально эффективно использовать имеющиеся у него навыки, знания и опыт. В то же время тестирование может пригодиться для поиска сотрудников, способных анализировать и оценивать идеи, предлагаемые кем-то со стороны или своими коллегами, тех, кто обладает талантом управления и использования программ на этапе оценки, принятия решения или определения пути к решению конкретной проблемы.

Общественный сектор и некоммерческие организации редко используют подобное диагностическое тестирование. Чаще всего то, что они знают о своем персонале сводится к пустым формальностям. При этом от персонала они требуют незначительного знания своего дела, и такой же невысокой ответственности за исполнение задания. Имеющиеся несистемные сведения о работающем персонале, обычно приводят к выработке искаженной оценки реального развития интеллекта сотрудников. В связи с тем, что знания постоянно совершенствуются за счет накопления, менеджеры предприятия приступают к разработке новых инструментов оценки и использования их на практике, обеспечивая получение новых конечных результатов, более стабильных и качественно более надежных.

Говоря о второй составляющей программы — традиционности, следует отметить то, что в большинстве случаев управленцы подразделяются как бы на два типа людей: тех, кто руководствуется интуицией при принятии решений и тех, кто вырабатывает их на основе анализа.

Кто руководствуется интуицией, как правило, обладают большими творческими способностями и более талантливы. Поэтому оптимальным является создание творческих групп именно на начальном этапе поиска решений. Ставя перед ними задачу выработать, найти новые, более продуктивные способы и пути работы уже существующих служб и самой организации в целом, следует предусмотреть такие взаимоотношения в группе, которые соответствовали бы способностям каждого из ее членов. В этом состоит искусство организаторов этих групп. В результате обеспечивается поиск всеобъемлющих и различных по типу подходов к решению поставленной перед ними проблемы.

Например, группа А, состоящая из «интуитивных» людей идентифицирует и разрабатывает список способов решения потенциальных проблем. В то же время менеджеры «аналитической» группы Б занимаются оценкой предложенных проектов решений. Именно аналитики более склонны к проведению детального анализа и оценки. Поэтому обе группы должны обязательно знакомить друг друга с получаемыми результатами. И при необходимости проводить их совместное рассмотрение и согласование.

По мере того, как разработки, предложенные «интуитивной» группой, будут оценены, согласованы и приняты, группа Б обеспечи-

Таблица 1

| Интеллектуальный капитал предприятия | | | |
|--|--|---------------------------------------|---|
| <div> <div>виды стоимости ИК</div> <div>виды капитала</div> </div> | ретроспективная стоимость затрат | настоящая стоимость ИК | будущая стоимость ИК |
| человеческий капитал | | | |
| структурный капитал | | | |
| клиентский капитал | | | |
| <div> <div>виды капитала</div> <div>функции</div> </div> | банк интеллектуальных накоплений (продукция) | интеллектуальные активы (инструменты) | интеллектуальный потенциал как ожидание (способности) |

вает переход к следующему этапу работы. Представители обеих групп собираются вместе для обсуждения и выработки конечного плана действий. На этом этапе наиболее критическим будет являться момент выбора лидера, способного наладить максимально эффективное взаимодействие между ними. Именно такой лидер должен и обязан дать почувствовать каждому участнику акции его значимость в общем деле, гарантируя таким образом максимально эффективную реализацию новых разработок.

Третьим компонентом программы BSM является обучение способам умственного развития. Несмотря на то, что мы сейчас уже знаем достаточно много об интеллекте, тем не менее практическое использование таких знаний крайне невелико. Существующие в настоящее время методики и отдельные инструменты могли бы приносить огромную выгоду, но их практически не используют. В качестве примера можно привести «вертикальное» мышление, «групповое» мышление и т.п.

Далее приводятся некоторые методики наиболее эффективного использования существующего ИК и его дальнейшего развития как на индивидуальном уровне так и на уровне организации в целом.

Исследования и накопленный практический опыт убеждают западных и лучших российских менеджеров что развитие ИК может быть ускорено за счет использования некоторых методик, о которых мы будем говорить ниже.

ИНСТРУМЕНТЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ

Несмотря на новизну данной темы и комплексное сочетание ИК с двумя другими (физическим и финансовым) все же следует отметить, что в мире уже создан ряд инструментов, позволяющих его развивать и использовать.

В качестве таких инструментов можно привести некоторые модели, методики и программные продукты:

- использование гибких расписаний работы, гибких графиков и т.п.;
- использование сценариев созыва совещаний по типу «открытое собрание»;
- расширение использования неформального варианта одежды работающих, либерализация;
- создание консультативных групп внутри самой организации;
- применение технологии системы информационного обмена, например «Лотус» (LOTUS) для ускорения процесса самого этого обмена;
- использование метода «мозговой атаки» и подобных ему;
- использование гипноза и медитации;

Виды интеллектуального капитала, используемые в процессе принятия решения



- измерение скорости и направления информационного обмена, обмена новыми знаниями внутри самой организации;
- развитие специальных средств доставки информации;
- практика работы по типу «открытой книги», включая финансовую деятельность;
- эволюционное развитие;
- создание собственными силами групп специалистов, принимающих решения;
- выбор и подбор кадров, способных быстро и четко определять ценность информации и обеспечивать ее эффективный обмен;
- разработка структуры деловых встреч, совещаний для ускорения процесса оценки и выработки решения;
- квантификация источника знаний, его количественная оценка;
- ротация персонала, углубление и расширение навыков практического менеджмента;

вает переход к следующему этапу работы. Представители обеих групп собираются вместе для обсуждения и выработки конечного плана действий. На этом этапе наиболее критическим будет являться момент выбора лидера, способного наладить максимально эффективное взаимодействие между ними. Именно такой лидер должен и обязан дать почувствовать каждому участнику акции его значимость в общем деле, гарантируя таким образом максимально эффективную реализацию новых разработок.

Третьим компонентом программы BSM является обучение способам умственного развития. Несмотря на то, что мы сейчас уже знаем достаточно много об интеллекте, тем не менее практическое использование таких знаний крайне невелико. Существующие в настоящее время методики и отдельные инструменты могли бы приносить огромную выгоду, но их практически не используют. В качестве примера можно привести «вертикальное» мышление, «групповое» мышление и т.п.

Далее приводятся некоторые методики наиболее эффективного использования существующего ИК и его дальнейшего развития как на индивидуальном уровне так и на уровне организации в целом.

Исследования и накопленный практический опыт убеждают западных и лучших российских менеджеров что развитие ИК может быть ускорено за счет использования некоторых методик, о которых мы будем говорить ниже.

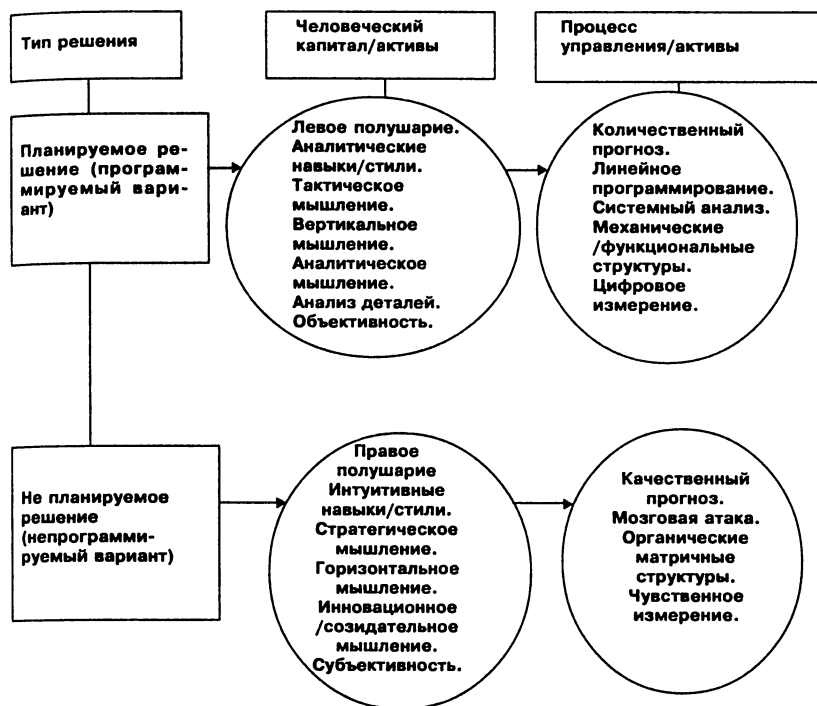
ИНСТРУМЕНТЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ

Несмотря на новизну данной темы и комплексное сочетание ИК с двумя другими (физическим и финансовым) все же следует отметить, что в мире уже создан ряд инструментов, позволяющих его развивать и использовать.

В качестве таких инструментов можно привести некоторые модели, методики и программные продукты:

- использование гибких расписаний работы, гибких графиков и т.п.;
- использование сценариев созыва совещаний по типу «открытое собрание»;
- расширение использования неформального варианта одежды работающих, либерализация;
- создание консультативных групп внутри самой организации;
- применение технологии системы информационного обмена, например «Лотус» (LOTUS) для ускорения процесса самого этого обмена;
- использование метода «мозговой атаки» и подобных ему;
- использование гипноза и медитации;

Виды интеллектуального капитала, используемые в процессе принятия решения



- измерение скорости и направления информационного обмена, обмена новыми знаниями внутри самой организации;
- развитие специальных средств доставки информации;
- практика работы по типу «открытой книги», включая финансовую деятельность;
- эволюционное развитие;
- создание собственными силами групп специалистов, принимающих решения;
- выбор и подбор кадров, способных быстро и четко определять ценность информации и обеспечивать ее эффективный обмен;
- разработка структуры деловых встреч, совещаний для ускорения процесса оценки и выработки решения;
- квантификация источника знаний, его количественная оценка;
- ротация персонала, углубление и расширение навыков практического менеджмента;

- методика принятия аналитического решения;
- практика использования варианта «внутренние советники»;
- практика разработки, моделирования и прогнозирования разрабатываемых сценариев;
- создание различных групп внутри организации;
- создание наблюдателей для выработки организационного стиля, выбора варианта и типа мышления.

Исследования подтвердили, что использование вышеперечисленных вариантов позволяет ускорить процесс развития ИК.

Для решения конкретных задач может быть набран или избран на основании собственных кадровых ресурсов компании квалифицированный персонал, способный оптимально выработать и принять нужное решение.

Программа BSM используется для выработки процесса и управления процессом принятия решения в рамках конкретной организации при использовании уже существующего накопленного опыта и выработанной в конкретной организации методики принятия решения. Любой, кто захочет увеличить продуктивность, должен изучить структуру организации и стиль ее работы в целом. По мере осуществления этого можно будет адаптировать выбранную модель менеджмента, которая будет характеризоваться гибкостью и высокой степенью адаптации к текущим условиям. В результате поиска и последующего принятия решения, а также с учетом опыта работы организации может быть определен и ее лидер. В любом случае возникает и принимается во внимание риск при принятии решения.

Помимо всего прочего, необходимо определить структуру деловых встреч и совещаний, без которых в принципе невозможна работа любой организации для неформального подхода к определению повестки дня совещаний и назначения встреч, равно как и детализация обсуждаемых пунктов. Например, общая цель совещания может быть сформулирована в одном предложении, что позволяет членам группы решить, каким образом следует подходить к решению той или иной проблемы. Другим вариантом может являться методика сегментирования, которая позволяет переводить любое совещание или встречу в русло креативности, то есть говорим о творческом подходе. По мере завершения процесса сегментирования может быть произведена оценка принятого решения.

Как уже говорилось ранее, программа BSM прошла успешное опытное использование, которое подтвердило ее эффективность при измерении, использовании и развитии ИК даже в общественных организациях. Оценка структуры системы может быть подтверждена на основании опроса респондентов, подтвердивших ее эффективность. Данная программа позволяет анализировать следующее:

- качество и количество предлагаемых решений в каждом конкретном случае;
- анализировать процесс, в соответствии с которым был выработан конкретный продукт, причем при значительно меньших затратах, чем отмечалось ранее;
- оптимизация использования накопленного опыта всеми участниками процесса.

Несмотря на то, что финансирование общественных и некоммерческих организаций почти всегда находится на очень низком уровне, существует множество возможностей изменения ситуации к лучшему. Использование и развитие ИК предлагает нам как долгосрочный, так и краткосрочный источники повышения производительности труда, а это изменит и всю систему финансирования таких организаций в целом. Исходя из вышесказанного приходим к выводу, что ИК в ближайшее время станет объектом самого пристального внимания менеджеров всех уровней управления.

2

За последние годы наблюдается быстрый квалификационный рост руководителей и специалистов, осваивающих премудрости использования интеллектуальной собственности. Во многом это напрямую связано с отношением менеджеров к стратегическому управлению бизнесом, с их возрастом, способностями учиться и осваивать новые способы решения встающих перед ними проблем. И, как правило, решающую роль при этом играет феномен первого лица на предприятии.

Развитие рынка интеллектуальной собственности в России в последние годы также зависит от состояния менеджмента, (не только инновационного) и задач, стоящих перед ним. Все чаще на предприятиях встает вопрос об управлении всем комплексом интеллектуальных ресурсов как единым целым, и в частности, с повышением эффективности труда творческих работников. Все острее ощущается необходимость увеличения продуктивности их деятельности. Без новых идей бизнес не развивается и быстро морально стареет.

Человеческий мозг считается самым мощным «оборудованием» любого предприятия, позволяющим решать любые проблемы. И именно поэтому современные менеджеры пытаются сфокусировать свои усилия на создании условий для развития творческого потенциала персонала своих предприятий.

Если руководители предприятия стремятся достичь убедительного и устойчивого успеха в сложившихся экономических условиях, они неминуемо должны в качестве приоритета выбрать наращивание интеллектуальных преимуществ своей организации. Развитие интеллектуального фактора куда эффективнее, чем, например, ка-

питалоемкое совершенствование организации использования различных устаревших технологий. Это в конечном итоге приносит значительно большую прибыль и позволяет в будущем достичь более внушительного успеха.

На ряде российских предприятий уже начинают осознать, что интеллектуальная собственность — это не единственный интеллектуальный ресурс, нуждающийся во внимании со стороны управленцев. На отдельных наших предприятиях и за рубежом менеджеры преуспевающих компаний понимают, что ключом к эффективному изобретательству, перспективным разработкам, успешному маркетингу и устойчивым прибылям, в частности, является правильно организованная «мозговая атака». И технические специалисты и менеджеры должны открыть для себя свои возможности и научиться управлять творческими процессами. Наш институт уже имеет опыт таких консультаций для ряда предприятий, которые постепенно начинают перестраивать свой менеджмент с учетом особенностей творческих процессов. Кстати, частично этим вопросом была посвящена моя диссертация, защищенная в МИНХ им. Г.В. Плеханова в 1990 году.

За рубежом такие компании, как «Хонда», «Нэйшенвайд», «Бэнк 1», «РоссЛЭб», «Хэнтингтон Бэнк», стабильно тратят значительные средства на обучение своих работников способам расширения своих интеллектуальных возможностей. То, что у нас на предприятиях рассматривается как новая мода, в ведущих фирмах США уже устойчиво расценивается как главный приоритет.

Руководители преуспевающих компаний верят, что в ближайшем будущем многие их коллеги оценят необходимость обучения своих специалистов способам расширения их интеллектуальных возможностей. Однако, чтобы эффективно управлять обновлением компаний и с максимальной выгодой использовать результаты творчества специалистов, необходимо понять, что же все-таки такое интеллектуальный капитал компании? Каковы его составляющие и в чем состоит специфика управления его формированием и использованием?

СОСТАВЛЯЮЩИЕ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОГО КАПИТАЛА

Именно интеллектуальный капитал задает темп и характер обновления технологии производства и его продукции, которые затем становятся главным конкурентным преимуществом на рынке. Интеллектуальный капитал — это не просто хорошие мозги и как результат хорошие технические и художественные решения. Это, в первую очередь, система капитальных устойчивых интеллектуальных преимуществ данной компании или фирмы на рынке. Без надежной системы контрактов, соглашений, договоров и других юридических инструментов капитал не состоится. Но одно дело — наличие этих пре-

имущества, другое дело — умение ими пользоваться. Чтобы знать, чем располагает фирма, необходимо структурировать этот ресурс.

В соответствии с определениями, данными одним из разработчиков этой темы Эдвинсоном, интеллектуальный капитал состоит из трех составляющих: **человеческого капитала, организационного (или структурного) капитала и клиентского капитала**. Каждый из них может быть заемным или собственным.

Человеческий капитал представляет собой, знания, опыт, навыки и способности конкретных физических лиц, участвующих в хозяйственной деятельности юридического лица, как единую экономическую ценность данного объекта бизнеса. Этот капитал неотчуждаем от его обладателей — физических лиц. Однако он не должен рассматриваться как сумма отдельных физических лиц, которые по сути составляют единую команду и потому оцениваться должен как командный капитал. В то же время правомерно оценивать и человеческий капитал каждого отдельного специалиста и руководителя как по формальным признакам (дипломам, свидетельствам, наградам, сертификатам и др.), так и по неформальным характеристикам (например, этическим, политическим).

Структурный капитал легче понять методом исключения. Все, что остается на предприятии, связанное с интеллектуальным потенциалом, после ухода персонала с работы домой, — это и есть организационный (или структурный) капитал. Сюда относятся не только интеллектуальная собственность. В его состав, например, входят философия и процессы менеджмента, информационные системы, система финансовых взаимоотношений, инструкции, положения, стандарты предприятия и другая оргдокументация, позволяющая организовать производство и эффективно им управлять. Сюда же относятся дипломы, награды, грамоты и призы, которые получило предприятие на различных конкурсах и соревнованиях.

Клиентский капитал — это система капитальных, надежных, долгосрочных доверительных и взаимовыгодных отношений предприятия со своими клиентами, покупателями его товара, сложившаяся за время его работы на рынке. По сути это комплексный сложный нематериальный актив. Сюда относятся брэнды, клиентура, фирменное наименование, приверженность к брэндру, каналы сбыта, система деловых связей, лицензионные договоры, опционные соглашения, договоры коммерческой концессии и другие.

Одним из важнейших элементов клиентского капитала является брэнд. Это не только товарный знак, как многие упрощенно понимают. Это целый фирменный стиль и те ассоциации, которые возникают у потребителя, связанные с данным товарным знаком и предприятием, которое он олицетворяет. Это образ, который возникает у клиента при виде товара или товарного знака данного предприятия, возбуждает или, наоборот, глушит в нем потребность приобретать и использовать этот товар, готовность платить деньги

| Составляющие ИК | СТРУКТУРА ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОГО КАПИТАЛА | | |
|-----------------|--------------------------------------|---|--------------------|
| Собственный | человеческий капитал | Организационный (или структурный) капитал | клиентский капитал |
| Заемный | | | |

за этот и другие товары данного предприятия, выделяя его среди прочих производителей и продавцов.

БЕЗГРАНИЧНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ

Компании, осуществляющие значительные вложения в оборудование, в частности технологическое, но не финансирующие интеллектуального потенциала своих сотрудников, могут получать лишь минимальный выигрыш в производительности. Но при этом потребность в новой или обновленной продукции будет постоянно расти и рынок будет диктовать свои требования. Поэтому каждый раз при обновлении оборудования значительная доля прибыли должна будет затрачиваться на переоснащение технологических цепочек, и так до бесконечности. Но в любом случае прибыль от такого обновления производства всегда будет минимальной. Любое оборудование имеет ограниченный срок службы, оно быстро устаревает. Только человеческий мозг имеет безграничный потенциал. По сведениям специалистов в области использования интеллекта, средний человек использует лишь от 1 до 2% возможностей своего головного мозга. Поэтому большинство компаний, по сведениям экспертов, использует не более 20% от имеющегося у них в наличии «интеллектуального капитала». Для сравнения в таких случаях приводится пример с использованием складских помещений или оборудования, загруженных на 20% от запланированного уровня. Подобным образом демонстрируется уровень материальных упущенных возможностей от 80% потерь. Именно такими и будут потери компании или организации от недоиспользования интеллектуального потенциала. Далее излагаются результаты исследований нашего института.

ПРИНЦИПЫ УПРАВЛЕНИЯ КАПИТАЛОМ

Принцип подобия условий существования живой природы условиям существования бизнеса (трех видов капитала — трех физическим состояниям вещества) звучит примерно так: и природа и

бизнес существуют только при сочетании в окружающей среде трех агрегатных состояний вещества и капитала.

- физический капитал — твердое;
- финансовый капитал — жидкое;
- интеллектуальный капитал — газообразное.

Живая и неживая природа существует и развивается благодаря гармоничному сочетанию трех агрегатных состояний вещества. В экономике происходит то же самое: бизнес не может развиваться только за счет физического и финансового капитала. Для эффективного управления развитием бизнеса необходимо организовать управление всеми тремя видами капитала.

Физический капитал — материальные активы и другие ценности, способные приносить прибавочную стоимость. Они доступны по своему пониманию самым широким массам граждан. Физическому капиталу свойственны физические методы управления. И поэтому именно данный вид капитала пользуется повышенным спросом и вниманием. Но максимальная выгода от него возможна лишь в случае, если он работает вместе с финансовым и интеллектуальным капиталом.

Финансовый капитал — это депозиты его обладателей, если хотите авуары, на их основе — финансовые и денежные потоки, обеспечивающие его наращивание. Здесь следует рассматривать денежные средства, чеки, векселя, аккредитивы, переводы, акции и другое. Методы управления финансовым капиталом существенно отличаются от методов управления физическим капиталом. Условия наращивания финансового капитала связаны, в основном, с его свойствами текучести.

Исходя из этого можно сформулировать **первый закон финансовых потоков: финансовый капитал всегда перетекает из длинных схем и потоков с большим сопротивлением в минимально короткие схемы по времени оборота и количеству посредников** технологических процедур или с меньшим сопротивлением его перетоку.

Второй закон финансовых потоков: переток финансового капитала всегда происходит из зоны повышенного риска в зону наибольшей защищенности, то есть в зону с наименьшим риском и наименьшей налоговой нагрузкой.

Отсюда вытекают три следствия:

- во-первых, наращивать этот капитал можно за счет ускорения циклов обращения и массы финансовых вкладов в бизнес, где схемы хорошо отработаны и сопротивление в финансовом потоке минимально;
- во-вторых, сокращение числа посредников и контролеров денежных потоков, сведение схемы лишь к минимуму полезных участников также увеличивает доходы и соответственно капитал;
- в-третьих, финансовый капитал обладает текучестью и сверхтекучестью. Его владельцы не любят рекламировать места и усло-

вия его размещения. Как сказал один из наших банкиров, деньги любят тишину. И он прав.

Интеллектуальный капитал подобен духу. Его можно зрить, оценивать, но нельзя взять в руки и запросто им управлять. Попытка отдельных глав администраций мегаполисов, а также представителей криминального бизнеса поставить этот бизнес под контроль во всех случаях провалилась. Интеллектуальный капитал живет и управляется законами, отличными от первых двух видов капитала. Это самый деликатный из трех видов капитала и самый капризный. Он не поддается крикунам, нахалам и «энергичным» хозяйственникам, желающим его быстро накопить и превратить в деньги. Он моментально утекает оттуда, где хамство, грубость и бесцеремонность. Главным источником его пополнения и правильного использования является интуиция. Поэтому он не живет в административной среде и никогда ей не подчиняется и не будет подчиняться. Зря многие чиновники до сих пор пытаются возглавить этот рынок и сформировать вокруг себя авуары этого капитала. Уродливое отношение к этому ценнейшему пласту наших колоссальных ресурсов вытекает из неправильной государственной и региональной политики управления в этой сфере.

Фактически основная масса этого капитала лежит в сфере между учеными, предпринимателями и деятелями искусства. Это их продукт, их корм и их стратегия жизни и деятельности. А чиновник здесь может быть лишь в роли помощника, но никак не хозяина или главного управляющего. Чиновник может помочь развивать это богатство, но может и все испортить. К сожалению, этой простой и в то же время не вполне простой истины многие наши чиновники не понимают, судя по тем неэффективным организационным, налоговым, кредитным, инвестиционным и другим механизмам, которые они создают и контролируют.

МИФ О 400 МИЛЛИАРДАХ

В последнее время получило распространение мнение о том, что богатство России в сфере интеллектуальной собственности оценивается в 400 млрд. долларов. В разное время эту стоимость озвучивали некоторые высокопоставленные чиновники, ссылаясь на американских экспертов. На самом же деле цифра эта родилась следующим образом. Один из отечественных оценщиков подсчитал сколько было затрачено средств в СССР и России на НИОКР по годам за последние 15 — 20 лет. Полученную сумму скорректировал, учтя индексацию, имея в виду, что в прошлом рубль равнялся 0,90 доллара. В итоге появилась завораживающая цифра — 400 млрд. долларов. Она и была выдана за стоимость интеллектуальной собственности страны. Ее можно принять за величину затрат на со-

здание интеллектуальной собственности, но очень условно. И никак нельзя выдавать за ее абсолютную стоимость, особенно если учитывать конъюнктуру рынка. А именно это и не было сделано.

Примененный в данном случае затратный метод оценки имеет множество недостатков. В частности, при его использовании не принимаются во внимание результативность НИОКР, качество произведенной собственности, ее моральное старение в течение времени, а также другие факторы, влияющие на стоимость. Поэтому принимать эту величину в качестве отправной при расчетах по меньшей мере опрометчиво.

Налоги на нематериальные активы, в том числе и на интеллектуальную собственность, по своей величине уже сравнялись с платежами за материальные активы. Это никак нельзя считать нормальным. Ведь интеллектуальная собственность, составляющая значительную долю нематериальных активов, неоднородна — одна ее часть используется на производстве, другая устарела, третья, будучи недавно созданной, еще не вовлечена в хозяйственный оборот. Тем не менее предприятия платят налог за всю свою интеллектуальную собственность скопом, без учета экономической отдачи каждой ее разновидности.

На наш взгляд, нужно провести инвентаризацию интеллектуальной собственности не только на каждом предприятии, но и в каждой организации, создающей, использующей ее, причем с учетом ее качества, износа, экономической перспективности. Результаты инвентаризации могли бы быть использованы для объективной, многоцелевой оценки стоимости интеллектуальной собственности.

Пока же замороженные громадной цифрой чиновники некоторых ведомств готовы увеличить и без того тяжкий налог на нематериальные активы предприятий в надежде пополнить казну таким образом. Нетрудно предвидеть, к чему это приведет. Компании в массовом порядке формально станут избавляться от интеллектуальной собственности. На рынке нарушится баланс между спросом и предложением — интеллектуальная собственность будет продаваться за бесценок. Этим воспользуются перекупщики — когда ситуация на рынке станет нормальной, они реализуют товар, приобретенный по случаю, продадут втридорога.

Увеличенная тяжесть налогового бремени может породить и другое негативное явление — утечку интеллектуальной собственности за рубеж. Иностранные фирмы будут охотно прибирать к рукам обесцененную на отечественном рынке ИС. Разумеется, не ту, которая морально устарела или с самого своего рождения была некачественной, а ту, которая наиболее актуальна на сегодняшний и завтрашний день. В этом не приходится сомневаться — нечто подобное уже было несколько лет назад. Правда, тогда предприятия и научные учреждения распродавали свои разработки, изобретения, другие нов-

шества по иной причине — им позарез нужны были средства, чтобы выжить в условиях жесточайшего кризиса. Такая же ситуация грозит возникнуть сейчас. При этом почему-то упускается из виду, что налог должен стимулировать эффективное использование интеллектуальной собственности, повышение ее доходности, а не стремление избавиться от нее, продиктованное действиями чиновников.

Ажиотаж, связанный с мифом, коснулся и ученых и деловых кругов. В воздухе, что называется, носятся идеи, связанные с разработкой общероссийской и региональных программ вовлечения в хозяйственный оборот неиспользуемой пока интеллектуальной собственности, с организацией специальных структур, которые стали бы застройщиками инновационной деятельности на местах, консолидировали бы для этого средства государства и частных компаний.

На наш взгляд, начинать следовало бы опираясь на более объективные и обоснованные данные.

Мы убеждены: обязательной составной частью любого проекта, касающегося использования интеллектуальной собственности, должно быть создание благоприятных условий для развития инновационной деятельности. Власти Тверской области, например, отменили некоторые налоги для тех предприятий, которые внедряют в производство высокие технологии, осваивают изготовление наукоемкой продукции. И эта мера оказалась эффективным стимулятором инноваций. Побольше бы таких примеров — дела в отечественном производстве обстояли бы гораздо лучше, чем сейчас.

СТРУКТУРА КАПИТАЛА ПРЕДПРИЯТИЯ

В результате исследований, проводившихся в нашем институте за последние три года, были сделаны выводы, что для того, чтобы выйти со своей продукцией на международный рынок и тем более доминировать в своей нише, любое предприятие должно перестроить свою учетную и управленческую политику. Если оно не торгует пирожками или газированной водой, то оно реально обладает тремя видами капитала: финансовым, физическим и интеллектуальным, в структуре и пропорциях, представленных в таблице 1. Причем каждый из трех капиталов подразделяется на собственный и заемный. При этом финансовый капитал представлен в виде денежных потоков (CF) и депозитов.

Такая структура капитала должна коренным образом изменить менеджмент в сторону его психологизации, социологизации и физиологизации. В первую очередь меняются приоритеты в системе управления в пользу работы с персоналом, по поиску новых идей и наращиванию уникальных интеллектуальных преимуществ фирмы перед конкурентами.

НЕМНОГО ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ТЕОРИИ

В традиционной экономической теории, формировавшейся от Адама Смита до Карла Маркса, заложивших основы понимания товарно-денежных отношений, существуют две известные схемы:

а) схема воспроизводства товара $T \rightarrow D \rightarrow T$;

б) схема воспроизводства финансового капитала $D \rightarrow T \rightarrow D$.

Эти схемы подразумевают, что за товародвижением и финансовыми потоками, обозначенными в этих схемах, стоят люди с их интеллектом. Этот человеческий фактор сюда до сих пор не включался ввиду того, что по своей сути он несопоставимо сложнее, чем первые два. Все его достоинства и недостатки, важные для общественного воспроизводства, — нематериальны. А культура обращения с нематериальными ценностями стала появляться лишь в конце XX века. Идеи, как главный продукт общественной деятельности интеллектуалов, управляющих производством и обновляющих его, из нематериального состояния преобразуются в материальное. И только после этого начинает вступать в действие традиционная схема марксовского капитала.

В современном звучании схема Маркса с включением элемента «идея» (и) может читаться как многоцикличный процесс:

$[D \rightarrow I \rightarrow T \rightarrow D] \rightarrow [T \rightarrow I \rightarrow D] \rightarrow [I \rightarrow T \rightarrow D]$

или же $[D \rightarrow I \rightarrow T \rightarrow D] \rightarrow [D \rightarrow I \rightarrow T \rightarrow D]$

Первая — схема расширенного воспроизводства одной и той же однородной продукции (товаров, работ, услуг). Вторая — схема воспроизводства финансового капитала на диверсифицированных производственных мощностях и рынках. Их различие — в схемах использования прибыли.

С появлением нового вида капитала можно было бы вводить в научную теорию и экономическую практику новые формулы:

$ИК \rightarrow ФК \rightarrow МК$,

где ИК — интеллектуальный капитал;

ФК — финансовый капитал;

МК — материальный капитал.

Это формула формирования стратегии высокотехнологичного бизнеса. Причем вариантов таких схем может быть достаточно большое множество в зависимости от наличия исходного капитала и процедуры становления объекта бизнеса как системы капитала. Поэтому в классическом использовании могла бы быть применена матрица исходных или базовых схем возникновения, функционирования и развития объекта бизнеса, содержащего три базовых вида капитала:

$ФК \rightarrow ИК \rightarrow МК; ФК \rightarrow МК \rightarrow ИК;$

$ИК \rightarrow ФК \rightarrow МК; ИК \rightarrow МК \rightarrow ФК;$

$МК \rightarrow ИК \rightarrow ФК; МК \rightarrow ФК \rightarrow ИК.$

Все шесть базовых схем, безусловно, требуют пояснений и оговорок по характеру каждой такой технологии и условиям ее реализации. Например, то, что ни одна из шести схем не может работать без исходной идеологической подготовки бизнеса. А это свидетельствует о том, что ИК всегда должен стоять на первом месте. Поэтому здесь нужны пояснения, что понимать под ИК. Вторая оговорка, например, может быть о том, что ни одно предпринимательское начинание в сфере коммерческой деятельности не может быть без начального капитала. Не вложишь для начала необходимых средств — не получишь ничего. Поэтому все схемы требуют оговорок, и в первую очередь о том, какой капитал для данного случая развития бизнеса и на каком этапе этого процесса является дефицитным или доминирующим.

Важно одно, что в экономической теории эти три вида капитала аналогично физической природе в комплексе завершают полную целостную картину событий:

в физике это «твердое — жидкое — газообразное»;

в экономике это «интеллектуальное — финансовое — материальное». Следующий за этим должен быть шаг формулирования основных принципов, законов, эффектов и закономерностей в экономике.

Важно то, что только с введением этого нового вида капитала экономика приобретает целостное системное выражение. До сегодняшнего времени она выглядела как эклектично составленный набор экономических методов и средств. Об этом мною было сказано во «Введении в теорию обновления общества», вышедшей в свет в апреле 1999 года. Можно с уверенностью сказать, что сегодня мы стоим на пороге коренного преобразования экономики как науки, которая должна существенно перестроиться как система знаний, где в центре становится ИК с его психофизиологическими и этическими особенностями. Но экономика до сих пор была наукой, изучающей практику денежных и товарно-денежных отношений, и лишь после происшедших событий на рынке следовали теоретические выводы. Поэтому и здесь мы надеемся на то, что руководители предприятий не будут ждать разработки теоретических основ этого направления, а сами на основании здравого смысла начнут развивать свой менеджмент по-новому. С этой целью хотелось бы предложить менеджерам сведения об использовании капитала (таблица 2). И если сочтется нужным, то и наши консультации.

Здесь немаловажной является стоимостная оценка ИК. Применяемые в мировой практике оценки интеллектуальной собственности и других нематериальных активов в данном случае работают хорошо. Однако пока мы не располагаем конкретными данными оценки ущерба на наших предприятиях от неиспользования ИК. Эта задача в таком виде вообще не ставилась. Но очевидно одно — считать эти недополученные доходы следует, хотя делать

это непросто. Для этого следует использовать методологические и теоретические разработки нашего института, который в оценке такого рода активов является лидером на российском рынке. Наши специалисты единственные пока, изучившие живой опыт различных компаний мира.

КРИТЕРИЙ ЛУЖКОВА

Один из интересных критериев оценки предложил Юрий Михайлович Лужков во время нашей с ним встречи, состоявшейся 15 сентября 2000 года. Занимаясь в свое время проектированием приборов аналитического контроля для химической промышленности, он вывел простой до гениальности **закон оценки состояния прогресса**, который не сразу и не всем становится понятным. Звучит он так: «Произведение идеи на металл есть величина постоянная». Действительно, чем эффективнее идея, тем меньше требуется металла для решения конкретной проблемы. И наоборот: слабые идеи требуют перерасхода металла. Изготовление таких изделий требует больших затрат времени, труда, материалов, энергии и денег. Поэтому в интересах прогресса необходимо генерировать все более качественные коммерческие идеи, продвигать все более эффективные научно-технические решения. Данный закон можно сформулировать и иначе, например: произведение идеи на бетон есть величина постоянная. Причем здесь дело не в кирпиче или металле, а в принципе: все это касается любой материалоемкости и даже количества бумаг, документов и количества слов, выражающих какую-то ценную для общества мысль.

Теперь о единицах измерения. Конечно, несложно измерять металл и бетон в килограммах, тоннах или кубометрах, но как же измерить мысль? Пожалуй, можно измерять в люмах (Лужков Юрий Михайлович). Люм — это отношение эффекта к массе затраченного материала. Таким образом можно, по сути, оценить степень прогрессивности любой технической и управленческой идеи. При этом масса металла, бетона, стекла, пластмассы, дерева или количество слов в тексте, как конструктивных элементов, соотносится с эффектом, измеряемым в рублях или других благах. Например, мысль, составляющая суть гениального изобретения Зингера, завоевавшего с помощью оригинальной иголки все мировое швейное производство, оценивается в 0,999 люмов. Здесь следует учитывать не только материал, но и простоту изготовления. Примерно также можно оценить относительно современные изобретения — чип Билла Гейтса, радио и телевидение, транзистор, большие пластиковые бутылки для напитков, шариковые ручки, самолеты, ракеты, экранопланы, лазер, мазер и другие выдающиеся изобретения. Если подобрать статистические данные из разных отраслей о наиболее эффективных идеях, то можно составить

Структура и пропорции капитала

Таблица 1

| | 1. Интеллектуальный капитал | 2. Финансовый капитал | 3. Материальный капитал |
|---|---|---|---|
| | собственный заемный | собственный заемный | собственный заемный |
| человеческий капитал | 1.1. персонал <ul style="list-style-type: none"> • образование • должностная квалификация • способности и навыки • знание секретов • имущественные и неимущественные права персонала • лояльное отношение к фирме | 2.1. CF персонала <ul style="list-style-type: none"> • зарплата и премии • затраты на авторские вознаграждения и роялти • затраты на обучение, затраты на питание, отдых, развлечения • депозиты персонала в банках | 3.1. материальный капитал для персонала <ul style="list-style-type: none"> • инструменты и оргтехника рабочих мест • мебель и интерьер офиса • канцелярские принадлежности • транспорт для персонала • оснащение и материалы, связанные с санитарией и экологией |
| организационный, или структурный, капитал | 1.2. оргкапитал <ul style="list-style-type: none"> • права на технологии • права на изделия • права на товарные знаки • управление производством • управление обновлением • корпоративная культура • система информации | 2.2. CF на обновление и поддержание производственного аппарата <ul style="list-style-type: none"> • депозиты компании в банках • оборотный капитал • затраты на приобретение и эксплуатацию основного капитала • ценные бумаги предприятия • обязательства | 3.2. материальный капитал основного и вспомогательного производства <ul style="list-style-type: none"> • движимое имущество • недвижимое имущество • инструменты • сырье • материалы • энергоресурсы |
| клиентский капитал | 1.3. клиент-капитал <ul style="list-style-type: none"> • имя компании • договоры коммерческой концессии • секреты формирования и расширения клиентуры • способности фирмы по расширению клиентуры • брэнд • права и гарантии клиента • список клиентов | 2.3. CF от клиентов <ul style="list-style-type: none"> • доходы от клиентов • зарплата обслуживания клиентов • скидки постоянным клиентам • премии за полезные исследования клиентов • заявленные депозиты клиентов в банках | 3.3. материальный капитал для клиентов <ul style="list-style-type: none"> • пункты сервисного обслуживания • другая инфраструктура • уличная реклама • запчасти и комплектующие для ремонта • имущество клиентов, переданное для ремонта |

справочник и формулы для оценки прогрессивности тех или иных идей и проектов. Но для этого нужно проводить исследования.

ЭФФЕКТ МУЛЬТИПЛИКАТОРА

В данном разделе мы с нашими комментариями приводим фрагменты сведений, опубликованных в журнале «World Business» (том 32, № 2, 1997).

Использование корпоративных стратегий стало по существу основой для многочисленных международных компаний и отраслей промышленности. За последнее десятилетие в международных организационных альянсах наметилась тенденция к созданию сложных независимых структур вместо простых вариантов структурного использования рабочей силы по принципу привлечения/сокращения. Компании, в которых уже наметилась тенденция создания независимых групп специалистов, могут составить все большую конкуренцию по поставкам на международные рынки качественно новой продукции, включая по-настоящему интересные и ценные ноу-хау. В настоящее время основной интерес для изучения и возможного заимствования опыта работы представляют собой некоторые международные альянсы, в которых все большее место отводится независимым группам специалистов, причем в этом случае проблема утечки экономической и технической секретной информации может быть практически решена с большей степенью эффективности.

Данная статья посвящена оценке деятельности международных альянсов с точки зрения различных критических факторов, и в том числе утечки информации, оценки ИК, в основном представляющего собой интеллектуальную собственность, ценность которой возрастает день ото дня, а также некоторым другим активам, которые позволяют международным деловым альянсам получать большие прибыли.

Для того чтобы оценить альянсы наиболее интересно и критически с точки зрения выше изложенных факторов, авторы статьи предлагают следующую стратегию, которая состоит из четырех этапов:

1. Определение ценности наиболее значимых активов до момента начала образования деловых международных альянсов.
2. Коллективные переговоры и определение первоначальной структуры международного альянса. Такие переговоры касаются, как правило, затрат, гибкого использования трудовых ресурсов, повышения конкурентоспособности продукции и прочего.
3. Управление и контроль деятельности международного альянса.

4. Средства и показатели эффективности деятельности международных альянсов.

Для определения ценности некоторых составляющих деятельности международных альянсов используется мультипликатор, который по сути представляет собой отношение величины изменения равновесного уровня национального (в данном случае альянса) дохода к величине первоначального изменения уровня совокупных расходов.

Эффект мультипликатора — многократное изменение национального дохода, вызванное исходным изменением величины расходов. Это явление основано на двух фактах.

Во-первых, эффект мультипликатора — нарастающий процесс, а не мгновенный результат и, следовательно, его надо рассматривать на основе последовательных циклов прироста дохода.

Во-вторых, величина мультипликатора зависит от доли дополнительного дохода, расходуемого на потребление на каждом очередном цикле.

Далее представлена таблица, иллюстрирующая эффект мультипликатора. Если мультипликатор равен 4, исходные дополнительные расходы, например в 500 млн. ф. ст., приводят к увеличению национального дохода на 2 млрд. ф. ст. На каждом очередном этапе часть дополнительно создаваемого дохода сберегается и таким образом изымается из потока средств и не переходит в качество расходов на потребление в следующий цикл. Как только общая сумма сбережения будет равна величине

Виды, структура и функции капитала предприятия

Таблица 2

| Виды капитала | Структура разновидностей капитала | Главная функция |
|--------------------------|--|---|
| интеллектуальный капитал | <ul style="list-style-type: none">• человеческий• организационный (структурный)• клиентский | управление производством и его обновление |
| финансовый капитал | <ul style="list-style-type: none">• наличные деньги• безналичные деньги• ценные бумаги | накопление всех видов капиталов |
| материальный капитал | <ul style="list-style-type: none">• движимое имущество• недвижимое имущество• инструменты, сырье и материалы | воспроизводство продукции, работ, услуг |

Эффект мультипликатора

Таблица 3

| ЦИКЛ | Изменение национального дохода (млн. ф. ст.) | Изменение величины потребления, MPC=0.75 | Изменение величины сбережения VPS=0/25 |
|---|---|---|---|
| 1.Первоначальное изменение расходов | 500 | 375 | 125 |
| 2. | 375 | 281 | 94 |
| 3. | 281 | 211 | 70 |
| 4. | 211 | 158 | 53 |
| 5. | 158 | 119 | 39 |
| Все последующие циклы | 475 | 356 | 119 |
| ВСЕГО: | 2000 | 1500 | 500 |

не первоначального увеличения расходов, цепная реакция прекратится и экономика (на любом уровне, в том числе на уровне международного делового образования по типу альянса) вновь достигнет состояния равновесия.

Исходя из предлагаемого, в статье делается особый акцент на оценку стратегических намерений партнеров по бизнесу или попытку изучения их возможного развития. Особое место в исследованиях отводилось мониторингу активного изменения уровня потоков приобретаемых знаний по конечному результату.

Итак, очень важно проанализировать компанию или любое, в том числе и международное деловое образование типа альянса, на наличие ИК, выделить ключевые элементы, особенно вклады в высокие технологии, уровень навыков и профессионализм специалистов, что в совокупности представляет собой то, что принято называть интеллектуальным капиталом.

В России подобные разработки только начинают финансироваться. Однако те, кто будет их выполнять пока плохо себе представляют существо интеллектуального капитала. Здесь опыт и знания нашего института оказались бы весьма полезными.

МОДЕЛИРОВАНИЕ ЦЕННОСТЕЙ БИЗНЕСА

Появление за последние годы в американском менеджменте понятия «интеллектуальный капитал», как новый объект управления заставляет по-иному взглянуть на экономику, менеджмент и всю систему общественных наук. Нарастающее количество статей и книг на эту тему в США позволяет понять как эта новая парадигма развивается в американской экономике. По сути этот процесс пока что там происходит в основном на поверхности общественных отношений, не затрагивая глубинные процессы, философские категории и сложившиеся общественные ценности. В качестве единиц измерения и объектов управления интеллектуальным капиталом большинство американских специалистов использует фактически действующие критерии оценки персонала, сложившуюся практику экономических и правовых отношений. И это нормально. Осмысление глубинных связей и процессов в таких случаях приходит позже. Важно, чтобы все это не отрывалось далеко от практики и не был бы потерян общий смысл всей деятельности, связанной с появлением нового феномена.

В России в последние годы наблюдается некоторое изменение в акцентах менеджмента крупных и средних предприятий, причиной которого является возрастание влияния стоимостной оценки на развитие бизнеса. Вместе с тем быстрое расширение сфер оценочной деятельности и рост объемов теоретических и методических разработок в этой области порождают некоторую проблемность, связанную с поиском единых подходов к моделированию объектов оценки. Если эта проблема не очень остро стоит в оценке материальных объектов, поскольку там многое известно и понятно, то когда дело коснется нематериальных активов, она уже сегодня становится все более актуальной. Особенно, когда речь идет о моделировании ценностной основы предприятия или мегаполиса как единого целого, что необходимо для последующего построения системы управления их интеллектуальными активами.

Потребность в выработке такой единой логики моделирования сложных объектов управления и оценки с целью дальнейшего повышения эффективности их функционирования достаточно велика. В данной статье делается попытка изложить некоторые взгляды на решение этой проблемы, сформировавшиеся в нашем Институте, а также показать, что они носят не только теоретический характер, но и имеют большую практическую перспективу.

Постоянно сталкиваясь с задачами построения системы эффективного руководства предприятием, основывающих свою деятельность на использовании интеллектуальной собственности, мы пришли к выводу **о необходимости выработать единую логику моделирования базовых структурных ценностей, на которых должна строиться основа стратегии и тактики поведения не только предприятия, но и, к примеру, мегаполиса.** Выработка такой логики позволила нам получить некоторые результаты, которые убеждают нас в том, что на ее основе формируются главные ценности различных субъектов. Они во многом определяют характер их поведения и результаты. В зависимости от понимания или не понимания этой логики управление может быть эффективным и неэффективным. Однако в данной статье будут изложены лишь некоторые самые общие принципы анализа и моделирования поведения субъектов, обладающих конкретными интеллектуальными и юридическими преимуществами на рынке.

Анализ основ интеллектуальной собственности, создаваемой и используемой на уровне личности, предприятия, мегаполиса и государства, позволяет сделать вывод о том, что они непосредственным образом базируются на философском наследии Востока и Запада. Более того, эта связь технологически может быть представлена по гораздо более короткой схеме, чем поначалу может показаться.

Базовый закон понимания природы и общества известный из древнекитайской и древнеиндийской философии как **закон адекватности или закон тождества формулируется как «все во всем».** Такая краткая, но очень емкая формулировка имеет глубочайший философский смысл. Подобным образом в восточной, и, в частности, в древнекитайской философии, лаконично сформулированы и все другие законы природы и общества. Сжатие смысла важнейших истин имеет принципиальное значение для выработки поведения любого субъекта. Моделью материального олицетворения этого закона является русская матрешка, которая несколько веков назад пришла к нам из Японии. По типу матрешки и в природе, и в обществе складываются многие естественно-природные и общественные системы. Таким образом, как самостоятельные системы могут рассматриваться личность, предприятие, мегаполис, государство.

Исследования показывают, что структуры ценностей различных субъектов во многом адекватны друг другу. Причем основные исходные ценности лежат внутри самой маленькой матрешки и выражены в неявном виде. Как будет ниже показано, и структура видов капитала на предприятии и логика развития экономических отношений, словно годовичные кольца у дерева также начинаются с

сердцевины. Той самой сердцевинной экономических отношений на предприятии является интеллектуальный капитал (ИК) как понятие более широкое, чем «интеллектуальная собственность». Без него и маркетинг, и менеджмент, и вся экономика предприятия выглядят не вполне целостно и системно.

Чтобы проанализировать структуру ценностей каждого субъекта экономических и других общественных отношений, нам, в частности, потребовалось провести исследование, целью которого было выявление базовых факторов как своеобразных первопричин возникновения конкурентных рыночных отношений, а также доминирующих и недоминирующих субъектов на рынке. Эти отношения строятся по философскому **закону единства и борьбы противоположностей**. Всякий значительный субъект на рынке и в общественной жизни непременно порождает свою же оппозицию, которая пытается ограничить его развитие. Поэтому по нашему мнению, **в основе базовых ценностей субъектов всех уровней (личности, семьи, предприятия, мегаполиса, региона, государства, содружества государств, человечества) лежат асимметрии**.

Данное положение нами используется при моделировании бизнеса.

ПРИНЦИПЫ ЦЕННОСТНОГО МОДЕЛИРОВАНИЯ СУБЪЕКТОВ

При этом мы опираемся на ряд принципов: конкурентной асимметрии, концентрации интеллектуального потенциала, ранжирования основных ценностей и сжатия-расширения информации. Вкратце рассмотрим каждый из них.

Конкурентная асимметричность

Конкурентная асимметричность — производное от того, что природа наше сознание за миллионы лет сформировало как асимметричный орган, в котором, повторюсь, правополушарное и левополушарное мышление представляют собой двуединую систему преобразования информации. Главным во взаимодействии этих двух мыслительных систем является построенный на интуиции творческий процесс. При этом главным продуктом творчества являются идеи, которые в общественной жизни конкурируют между собой. На ранней стадии своего развития идеи пробиваются, в основном, за счет авторитета своих авторов, обладателей исключительных прав на них, обеспечивших инвестиционное покровительство на начальном этапе их становления.

Концентрация интеллектуального потенциала

Организуемые нашим институтом поездки в разные страны мира, целью которых было знакомство с опытом использования интеллектуальной собственности, дают много ценной информа-

ции, которую почти невозможно получить, сидя в московских офисах и библиотеках. Лучше один раз увидеть самому, чем сто раз прочитать у других авторов. Итогом поездок в США, Швейцарию, Англию, Китай, Германию, Израиль, Австралию, Гон-Конг, Сингапур, Италию и другие страны стало множество выводов, касающихся особенностей развития индустрии наукоемкой продукции.

Например, **один из выводов** состоит в том, что оценка интеллектуальной собственности как самостоятельная деятельность интенсивно развивается лишь в четырех странах — США, России, Китае и Болгарии. То есть там, где высокая интеллектуальная культура, высокая концентрация интеллектуального потенциала и высокая интенсивность развития информационных технологий и бизнеса.

Другой вывод. Концентрация умов и наследование интеллектуальных традиций резко ускоряет их развитие при условии цивилизованного и комфортного сотрудничества. Очевидно, в этом состоит суть синергетического эффекта. При этом сумма эффектов отдельных элементов значительно меньше их общего эффекта, когда они выступают как одно целое.

Третий вывод. В странах, для которых характерна иероглифическая письменность, доминируют чувственные ценности и уважение к природе. И это прослеживается в их истории. В странах, где утвердилось буквенно-словесная письменность, в истории их цивилизации прослеживается преобладающая роль логических или рациональных ценностей. Там личность как бы возвышается над природой, а ее права декларируются как нечто, превосходящее силы природы и установки общества.

Таким образом, можно с определенной уверенностью констатировать, что даже планета наша, в некотором роде, также как и человеческий мозг, разделена по крайней мере на две разнофункциональные составляющие. С одной стороны, чувственная иероглифо-письменная Азия, с другой логическая буквенно-словесная Европа и Америка (как производное из Европы). При этом русский язык представляет собой сочетание логических и иррациональных свойств языка, что в свою очередь дает основание кому-то предопределять особое место России в мировой культуре. Между прочим, Клод Шенон в свое время обратил внимание на то, что самым помехоустойчивым языком в мире является русский язык. При этом любой язык — это основной тренинговый фактор интеллекта. Поэтому многие особенности народов проистекают из языка, который желательнее реформировать.

РАНЖИРОВАНИЕ ОСНОВНЫХ ЦЕННОСТЕЙ

Моделирование основных процессов в обществе связано с преимуществом одного интеллектуала над другим. Оно состоит

не столько в умении что-то вспомнить, «вытащить» из своей памяти как из компьютера нужный факт, найти нужную информацию, сколько в способности понимать и ранжировать ценности общества, в умении применять эту способность в реальной жизни, в живых конкретных ситуациях и принимать правильные решения, быстро и точно выполняя главные на этот момент действия. При этом больше свободного времени целесообразно оставлять для решения стратегических задач.

Личные и общественные ценности всегда должны быть четко определены и сбалансированы. Сумбур в данном случае непозволителен, так как приводит к неправильным действиям, а в глобальном масштабе — к патологическому развитию в общественных процессах, приводит к неверному пониманию и использованию своих достоинств, ценностей, к неэффективному их обновлению. И тут крайне важно, чтобы ранжирование не строилось на самообмане, на субъективных оценках и взглядах.

СЖАТИЕ-РАСШИРЕНИЕ ИНФОРМАЦИИ

Для того, чтобы понимать многое, нужно уметь сжимать наиболее ценную информацию до размеров коротких лаконичных выводов. Совокупность убеждений приводит нас к качественно новым, выводам, которые, в свою очередь, накапливаясь, приводят нас к заключениям еще более высокого порядка. И так до бесконечности. В этом состоит суть механизма вызревания идей. Слабость этого механизма воспроизводства и систематизации выводов приводит многих людей к несостоятельности, например, в качестве бизнесменов. Это проявляется у них в повторении прошлых ошибок, в неумении безошибочно ориентироваться в различных ситуациях и делать из них правильные выводы.

Все это следует иметь в виду и постоянно использовать в управлении высокотехнологичным бизнесом. Любое дело обязательно базируется на более-менее «здоровой» философии его менеджеров.

ЛОГИКА АНАЛИЗА ПРИ ОЦЕНКЕ БИЗНЕСА

Проводить качественную оценку бизнеса, интеллектуальной собственности и других сложных объектов можно, применяя умственные способности, заложенные в нас природой. Речь идет о логическом и художественном мышлении. Они-то по сути определяют два противоположных подхода в оценке любых явлений - индуктивного и дедуктивного. Один, отталкивающийся как бы от

конкретных операций, технологии, чисел, приводит к необходимым выводам с помощью простой математической логики и доказательств. Эта так называемая индуктивная логика, представляемая ее приверженцами как наиболее точная и наиболее доказательная, хотя в действительности это не всегда так. Другой – чувственный или художественный, идет от общего к частному, от общей картины, явления, его наглядной модели, воспринимаемой как целое, обладающее конкретными частями. Это дедуктивный способ мышления. Разумеется, индуктивное и дедуктивное однозначно не равно логическому и чувственному. Однако некоторое тождество между ними, на мой взгляд, есть.

Кстати, системный подход в организации научно-производственной деятельности, выработанный как новый метод в советской промышленности, но затем теоретически описанный в США и поданный миру в 50-е гг. прошлого столетия как одно из величайших изобретений американской науки, больше базируется именно на дедуктивном подходе. В соответствии с его требованиями объект исследования сначала рассматривается как самостоятельная система, состоящая из отдельных элементов, объединенных в одно целое. А затем каждый из них в отдельности — как одна из частиц или подсистем более общей системы. При этом каждая из систем характеризуется целостностью, структурностью, взаимозависимостью, иерархичностью, множественностью. Такой подход, возникший во время Великой Отечественной войны, весьма успешно использовался для развития танковой промышленности, а затем атомной и космической. И всюду получены результаты, которыми мы гордимся до сих пор. Многие производственники, бухгалтеры, технологи, операционисты и математики в своей профессиональной деятельности этой второй логикой пользуются реже, чем первой. И поэтому нередко весьма критично относятся к выводам, полученным вторым способом.

Сегодня, в условиях информационного взрыва, когда появляется множество новых научных направлений, методов и мнений, дедуктивная логика остается не менее важной, чем индуктивная. А порой бывает и более полезной, поскольку информационная перегрузка зачастую нарушает логический и стройный порядок понимания многих сложных процессов и явлений. Возникает острая необходимость в обобщениях, в сжатии информации до степени обозримости. Поэтому диапазон применения каждого из этих подходов свой, ограниченный определенными рамками. И тем не менее, как правило, они взаимно дополняют друг друга. Эта **асимметрия составляет единую систему, позволяющую вырабатывать более частные подходы и методы измерения для оценки конкретных объектов. Умение пользоваться и индуктивными, и дедуктивными методами в конечном итоге определяет искусство оценщика.**

ЧАСТНОСТИ И ОБОБЩЕНИЯ

Для оценщика безупречное умение расширять (конкретизировать) и сжимать (обобщать) информацию об объекте оценки является одним из его основных достоинств. В конечном счете здесь все зависит от чистоты выполняемых процедур. Сначала, как известно, оценщик изучает объект оценки, собирает необходимую информацию и проводит ее декомпозицию, то есть выбирает из нее то, что ему нужно и структурирует по заданной схеме. Затем анализирует и агрегирует в приемлемые для оценки блоки. После чего начинается моделирование конкретной процедуры оценки и поиск недостающей информации. Все это в основном характеризует процесс расширения информации в общей технологии оценки. Наибольшую сложность здесь, как правило, вызывает определение меры риска, которая также во многом влияет на качество оценки и косвенно характеризует квалификацию оценщика, судя по его конкретной работе.

После анализа, систематизации и оценки риска начинается процедура обобщения информации. **Заключительная часть этой процедуры и есть по сути сжатие информации.** Оно может протекать по определенной технологии с применением конкретных методик, но может происходить и интуитивно, поскольку на все случаи оценок необходимого набора методов и расчетов, как правило, не хватает.

Расширение и сжатие информации с определенными допущениями могут рассматриваться как логические **процедуры индукции и дедукции.** Дедуктивное мышление — это расширение, а индуктивное — сжатие информации. При дедуктивном мышлении оценщик при сборе и предварительном анализе информации об объекте оценки переходит от общего понимания к анализу частных, конкретных данных. **Построение системы факторов,** влияющих на стоимость объекта оценки с учетом их значимости и создание с их помощью общей модели оценки — **это своеобразный тест на интеллектуальность** для любого оценщика, демонстрирующий его способность системно мыслить. Причина многих ошибок, допускаемых специалистами в этой области, пожалуй, находится именно здесь.

При индуктивном мышлении оценщик действует в обратном порядке — **от частных заключений к общим.** Построение модели, сопоставление значимости факторов, расстановка их по технологии и времени воздействия, выявление диапазона их применимости в большей степени требует индуктивного мышления. В этом случае возникает потребность в обостренном чувстве меры и в интуиции.

Однако при индуктивном мышлении при попытке создать убедительное обобщенное представление об объекте исследования

исходных данных, как правило, не хватает. И здесь все зависит от тех допущений, которые он вводит в процедуру своих доказательств. **Система допущений оценщика — это второй такой же тест на его интеллектуальность** и, если угодно, тест на объективность. Поэтому процесс сжатия информации чаще бывает ошибочным, чем при расширении. **Сжатие — это по сути процесс собирания общей картины словно мозаики из отдельных имеющихся частных сведений.** Способность сжатия во многом связана со способностью прогнозирования будущего.

Анализируя многие отчеты оценщиков, видишь, что у каждого из их авторов есть свои наиболее сильные стороны, которые не могут быть однозначно оценены по какой-то стандартной схеме. Сочетание интеллектуальных качеств любого высококвалифицированного оценщика всегда уникально. Поэтому требования, связанные с лицензированием оценщиков и их возможным ранжированием, скорее всего следует формулировать исходя из формальных признаков, имеющих документальное подтверждение.

СЛОЖНОСТИ МОДЕЛИРОВАНИЯ БИЗНЕСА

Анализ зарубежной и отечественной литературы, посвященной оценке бизнеса, не говоря уже о стоимости составляющих его активов, убедительно показывает одну общую и единую проблему, о которой авторы этих работ предпочитают умалчивать. Речь идет о проблеме моделирования бизнеса, как объекта оценки. Без создания общей модели все разговоры и работы, связанные с оценкой будут страдать фрагментарностью и недостаточной системностью. Парадоксально, но факт, оценщики, начиная определять стоимость конкретного предприятия, до сих пор не имеют по сути никаких фундаментальных знаний по моделированию бизнеса. А если все же кто-то интуитивно научился это делать, то использует свой навык как собственное ноу-хау и как преимущество перед остальными. Пользуясь им, оценщик способен выигрывать у своих конкурентов и в скорости понимания ситуации, и в качестве принимаемых решений, и в более доказательной оценке.

Из базовой модели оценки бизнеса, которую Гленн М.Десмонд и Ричард Э.Келли предлагают в своих «Десяти шагах», составляющих процесс оценки, видно, что у наших американских учителей такой единой модели также нет. В их трактовке процесс моделирования данного конкретного бизнеса заключен в четырех шагах, которые звучат как короткие рекомендации:

- определите, что именно должно оцениваться;
- получите и проанализируйте финансовую отчетность;

— опросите владельцев, менеджеров и других служащих, имеющих отношение к бизнесу;

— подготовьте приведенную и прогнозную финансовую отчетность.

Эта по сути базовая формула модели процедуры оценки бизнеса в трактовке американских оценщиков. Если ее перевести на язык читателя как рекомендацию, то она звучит примерно следующим образом: эта модель нам неизвестна и каждый раз мы исходим из конкретной ситуации. Лучший способ всегда обыгрывать своих конкурентов в теории и в практике — это читать им лекции по мелким частным вопросам и стараться не говорить им о главном, о базовых ценностях и основных закономерностях. Научиться оценивать бизнес по ретроспективной и текущей финансовой отчетности равноценно освоению квалификации санитарки в больнице, научившейся измерять температуру тела и давление у больного, но не понимающей характер его болезни и то, что его ожидает.

По денежным потокам и другим финансовым показателям, к сожалению, невозможно понять и оценить насколько устойчив данный бизнес в перспективе что его ожидает в будущем, если он не будет ничего менять в своем поведении. Но на этот вопрос ответить можно, если проанализировать его интеллектуальный капитал и изучить стратегические шаги конкурентов. Для высококачественной оценки необходимо отслеживать сбалансированность различных видов капитала в рамках данного предприятия. Следует также научиться оценивать еще и потенциал этого бизнеса как способность эффективно развиваться.

Поэтому для начала необходимо разобраться со структурой видов и разновидностей капитала, используемого на предприятии для увеличения прибыли.

ИДЕОСФЕРА ПРЕДПРИЯТИЯ

Понятие идеосфера появилось в лексиконе сотрудников нашего института еще в 1999 году, после поездки в Китай и формирования моделей ценностей субъектов различного иерархического уровня: личности, предприятия, мегаполиса, государства и других. Идеосфера — это система ценностей, имеющая сферическую форму с осями координат в ее центре (см. рис. 1).

Если попытаться на тех же принципах построить модель предприятия, как своеобразно функционирующего субъекта общества, то получится примерно следующее.

Во-первых, предприятие как объект сугубо рыночной ориентации, с точки зрения назначения его капитала, следует разделить на две составляющие, формирующие по сути единую базовую асимметрию. С одной стороны, на капитал, который используется внут-

ри него и имеет предназначение действовать с максимальной рентабельностью. Это **эндокапитал, обеспечивающий внутрисистемное функционирование предприятия с наивысшей эффективностью и стабильностью**. Все, что касается организации и управления производством — это **эндокапитал**.

С другой стороны, есть капитал, который работает во внешней сфере предприятия, на рынке. Речь идет о продукции и имидже этого предприятия. Причем надо учесть, что продукцией не следует считать только то, что оно непосредственно производит и продает. Продукция — это все то, что общество имеет от этого предприятия, и все блага, которые она дает и все неудобства, которые порождает своей деятельностью, включая отходы производства. Все это **экзокапитал** данного предприятия. По аналогии могут быть рассмотрены **экзо- и эндоправа** предприятия, как имущественные так и неимущественные, действующие внутри предприятия и вне его территории.

Поэтому **первая асимметрия**, позволяющая вести целевую оценку и управление капиталом предприятия по своей сути является **продуктово-технологической**. Эта асимметрия материальных прав.

Во-вторых, для того, чтобы управление предприятием стало действительно эффективным необходимо использовать весь полезный, исторически накопленный обществом и данным предприятием, инструментарий — это знания экономические и юридические. Вместе они образуют **вторую асимметрию — экономико-правовую**, оценочную или измерительную. **Правовой** компонент включает в себя нормативно-организационную документацию. **Экономический** — это методологическая и методическая вооруженность персонала предприятий в области оценки и управления капиталом, активами и функциями.

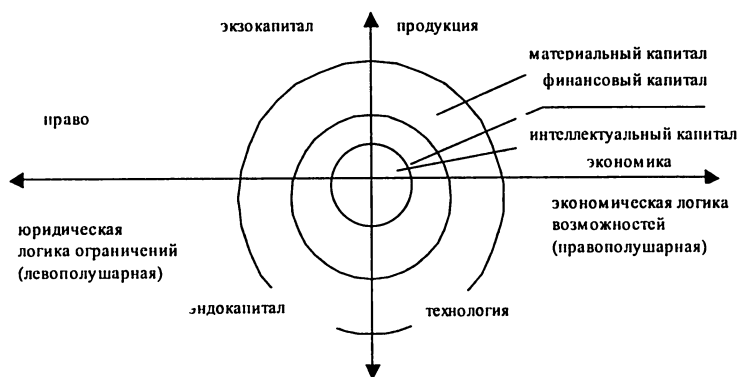


Рис. 1 Идеосфера бизнеса

Две асимметрии представляют собой две оси координат, которые:

- **во-первых**, отражают четыре системы измерения бизнеса,
- **во-вторых**, четыре системы управления стратегией и тактикой предприятия,
- **в-третьих**, четыре системы профессиональных знаний и логики понимания бизнеса, персонала
- **в-четвертых**, четыре основных специализации персонала, которые условно можно назвать, как технологов-производственников, сбытовиков-маркетологов, юристов и экономистов. Их деятельностью руководит пятая группа — менеджеры.

Основное назначение такого асимметричного построения бизнеса состоит в обеспечении баланса в управлении предприятием. При этом учитывается, что основу любого бизнеса, как ранее было отмечено, составляют три взаимодополняющих вида капитала: материальный, финансовый и интеллектуальный. Как показывает практика работы с этими группами капитала, у каждого из них существует своя сугубо специфическая система правовой и бухгалтерской идентификации, стоимостной оценки, управления, сертификации, страхования и трансферта (передачи права владения от одного лица другому по различным видам сделок). Таким образом, с помощью данной модели мы получаем достаточно обоснованную, полную и вместе с тем компактную систему оценки и управления бизнесом и его отдельными активами и видами капитала. Благодаря этой модели мы можем тестировать огромное множество схем и моделей управления бизнесом, определять их несбалансированность и отсутствие нужных функциональных блоков, проверять логику моделирования различных функциональных подсистем.

С целью достижения сбалансированности системы управления предприятием мы в своей практике уже используем следующую примерную модель его идеосферы (см. рис. 2). Даже для целей моделирования управления интеллектуальными активами мегаполиса прибегаем к аналогичной схеме. Эти схемы выгодно отличаются от всех других тем, что в них могут ясно просматриваться все элементы интеллектуального капитала, который составляет основу и смысл любого бизнеса.

Но при этом, повторяюсь, следует иметь в виду, что исторически сначала развивался рынок физического капитала, затем финансового и затем интеллектуального. В этом состоит одна из важнейших закономерностей развития экономических отношений в обществе и, в частности, рынков капитала и своеобразия их иерархии.

В то же время эти три составляющие определяют единый и неделимый комплекс полноценного бизнеса. Причем наиболее скрытая и сложная его составляющая — интеллектуальная является важнейшей и исходной при моделировании практически любого

МОДЕЛЬ УПРАВЛЕНИЯ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫМ КАПИТАЛОМ ПРЕДПРИЯТИЯ



Рис. 2.

го бизнеса. Наличие перспективной и конкурентоспособной идеи бизнеса, эффективной технологии производства продукции или услуги, гибкой и мобильной системы управления, постоянно накапливаемых преимущественных отношений на рынке и определяют ценность интеллектуального капитала.

РЫНОЧНАЯ СТОИМОСТЬ БИЗНЕСА

Помимо известных стандартов стоимости (рыночной, инвестиционной и др.) оценивать интеллектуальную собственность и интеллектуальный капитал можно не только по реальной, но и по прогнозной стоимости. **Реальная стоимость** оценивается для ее использования в фактически сложившейся и четко спланированной хозяйственной деятельности в качестве активов учета и налогообложения. Прогноз реальной стоимости, как правило, не превышает 2-3 лет. Прогнозная или гипотетическая стоимость начинает исчисляться после отсчета их четырехлетнего периода. Здесь оценка строится на предположениях правильного и эффективного использования данного оцениваемого нематериального актива. Поэтому оценщики должны работать в основном с реальной стоимостью. **Прогнозная оценка** необходима при отборе патентов для целей стратегического планирования, при финансировании долгосрочных программ и проектов.

Если в качестве основных стоимостных параметров, объединяющих все прочие, принять три составляющие капитала действующего предприятия — материальную, финансовую и интеллектуальную, то реальная рыночная стоимость бизнеса может оцениваться как:

$$C_b = C_{mk} + C_{fk} + C_{ик} \quad (Ф1)$$

где:

C_{mk} , C_{fk} , $C_{ик}$ — рыночная стоимость составляющих производственного капитала.

Оценка рыночной стоимости бизнеса (C_b) обеспечивается здесь при условии, что остальные его составляющие, отраженные в формуле также имеют рыночную стоимость. Однако, кажущаяся простота этой формулы вовсе не гарантирует ее технологичность при практическом использовании. Оценщикам хорошо известно, как не просто оценить рыночную стоимость всех материальных активов предприятия. Оценка рыночной стоимости финансовых активов, пожалуй, актуальна только для ценных бумаг. И почти казалось бы не возможно определить рыночную стоимость большинства составляющих интеллектуального капитала.

Теоретически это сделать можно. Если, например, организовать аукцион по продаже этих активов, пригласить на него всех потенциальных покупателей со всего обозримого рынка и устроить настоящие торги. Однако все это не более, чем несбыточное пожелание. Практическая реализация идеи такого аукциона и прочих торгов, где нематериальные активы можно бы было «покупать и продавать, как картошку», не более, чем утопия. Немало «денежных мешков», пытавшихся «подмять под себя» этот очень привлекательный рынок, уже ходили этими тропами. И ничего, кроме разочарования и некоторой массы потерянных собственных денег они там не поимели.

Любые аналитические расчеты рыночной стоимости этих активов без связи со стоимостью бизнеса также страдают множеством недостатков. Этим бесполезным делом занимаются либо чудаки, либо авантюристы, придумывающие свои субъективные системы коэффициентов. Оперирование нематериальными объектами, подлежащими оценке, во многом похоже на услугу экстрасенса. Здесь можно искусственно «накачать» вес большинству нематериальных активов, если заведомо не обозначить стоимостные ограничения. А они вытекают из общей стоимости бизнеса, который оценивается в значительной мере проще, чем все нематериальные активы по отдельности. Поэтому реальная рыночная стоимость всей совокупности нематериальных активов или эквивалентная ей стоимость ИК ($C_{ик}$) будет оцениваться как:

$$C_{ик} = C_б - C_{мк} - C_{фк} \quad (\Phi 2)$$

где:

$C_б$, $C_{мк}$, $C_{фк}$ — рыночная стоимость бизнеса, материального и финансового капитала.

В стоимость $C_{ик}$ входят стоимости всех идентифицированных и неидентифицированных нематериальных активов. А в составе неидентифицированных активов сокрыт его Величество Гудвилл, как менее осязаемая, структурируемая и идентифицируемая категория активов. Гудвилл — это разница между рыночной стоимостью бизнеса и рыночной стоимостью всех идентифицированных материальных, финансовых и нематериальных активов. Поэтому стоимость человеческого капитала как неотчуждаемых от персонала способностей и знаний следует выделять из стоимости гудвилла.

При этом массовую оценку $C_{ик}$ на предприятиях целесообразно проводить по формуле $\Phi 2$, где заведомо уже известна стоимость бизнеса, а также материальных и финансовых активов.

В то же время для разработчиков стратегии предприятий при ранжировании и отборе патентов и ноу-хау для создания в будущем на их основе бизнеса необходима и, так называемая, **прогнозная оценка**. В этом случае патенты и ноу-хау, оцениваются по потенциальным доходам и прибыли, которые они могут дать их владельцу или инвестору конкретного проекта в отдаленной перспективе при условии сохранения на них монополии. Такая оценка не может ставиться на баланс и использоваться в качестве актива для инвестирования денежных средств. Поэтому следует строго разделить данные две оценки нематериальных активов на уровне нормативных документов. Это необходимо сделать, поскольку дискредитация услуг, связанных с оценкой интеллектуальной собственности и интеллектуального капитала, зачастую происходит при осуществлении последней.

СЕРТИФИКАЦИЯ ОЦЕНОЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Теперь, используя идеосферу бизнеса, попытаемся решить одну из весьма сложных и актуальных задач, стоящих перед саморегулируемыми организациями оценщиков, объединенных вокруг Торгово-промышленной палаты России и Российского общества оценщиков.

В соответствии с выше описанной моделью бизнеса систему сертификации оценочной деятельности юридических и физических лиц целесообразно, с нашей точки зрения, применять, используя четыре группы показателей, включая:

- а) оценку качества продукции оценщика;
- б) оценку технологии выполнения заказов;
- в) оценку экономического инструментария, применяемого при выполнении услуг;
- г) оценку правового инструментария, используемого при этом.

Такой же позиции придерживаются Комитет по оценочной деятельности и его подкомитет по сертификации Торгово-промышленной палаты России. Но пока такой подход не узаконен. Поэтому сегодня могут представляться на обсуждение и другие методики сертификации оценочной деятельности. Поэтому задача будет решаться с учетом соответствующих корректировок.

Примерные критерии сертификации могут представлять собой следующую структуру показателей:

а) **критерии оценки продукции** (отчета) оценщика, обладающей определенными потребительскими свойствами:

- структура отчета с позиции полноты содержания и соответствия требованиям законодательства;
- качество заключений оценщика;
- диапазон органов, признающих отчеты и заключения данной организации;
- количество выполненных и принятых заказчиками отчетов;
- количество рекламаций по отчетам в целом.

б) **критерии оценки технологии выполнения заказов по оценке:**

- обеспечение независимости оценки (критерии степени независимости)
- системность и полнота сбора исходных данных;
- соотношение объемов и сроков выполнения заказов на высоком профессиональном уровне;
- количество сертифицированных отчетов, проверенных специализированными органами.

в) **критерии экономического инструментария по оценке:**

- количество активно применяемых методов оценки имущества по трем классическим подходам (сравнительному, затратному, доходному);

— количество научных публикаций, связанных с совершенствованием методологии оценки по конкретным методам;

— среднее количество методов, применяемых в одной оценке по договорам средней и повышенной сложности;

— наличие и качество статистической базы, используемой оценщиком или фирмой при выполнении заказов.

г) **критерии правового инструментария оценщика:**

— полнота нормативной базы, используемой для выполнения услуг (количество нормативных актов, активно используемых при выполнении заказов);

— доступность базы нормативных актов в оперативном режиме;

— количество нормативных ссылок в отчете;

— количество рекламации и обращений в судебные и другие органы в связи с некорректным использованием правовых норм.

СЕРТИФИКАЦИЯ

ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ

Необходимость сертификации интеллектуальной собственности как весьма сложного и ценного товара мало у кого вызывает сомнение. Ведь, **во-первых**, это товар, и, как каждый товар, он должен быть сертифицирован. **Во-вторых**, товар, обладающий качественными характеристиками, которые не лежат на поверхности и подчас недоступны покупателю на момент приобретения, поэтому потребность в сертификации здесь пожалуй более острая, чем для материальных товаров. И, **в-третьих**, товар дорогостоящий, потому любые качественные его недостатки могут в последствии принести покупателю большой ущерб. Это обстоятельство тоже вызывает потребность в сертификации. Ее целесообразно проводить при любых ответственных сделках. Особенно она необходима при регистрации интеллектуальной собственности, передаваемой за рубеж для того, чтобы четко представлять, что именно экспортируется.

В модели идеосферы предприятия было показано, что интеллектуальная основа любого предприятия базируется на четырех группах нематериальных продуктов:

— на качественных и конструктивных особенностях изделия;

— на технологии производства этого изделия;

— на экономических инструментах оценки и управления бизнесом;

— на правовых инструментах регулирования отношений в рамках данного бизнеса.

Здесь достаточно четко вырисовывается стройная и завершенная система оценок качественных критериев по разным взаимозависимым аспектам.

Любая продукция предприятия может характеризоваться и формой, и содержанием. То есть художественно-конструкторскими или сугубо конструкторскими решениями, с одной стороны, вещественным и информационным содержанием — с другой.

Классификация технологий должна быть представлена с одной стороны, по отраслям и видам производств, с другой, — по роли в процессе изготовления продукции. Например, основная, вспомогательная и управленческая технологии. Аналогично систематизируются критерии по другим аспектам. Следует также отметить, что уже действующие в сфере интеллектуальной собственности ГОСТы и другие нормативные акты не отрицают, а, наоборот, усиливают потребность в сертификации и способствуют формированию единого порядка и правил, необходимых в этом важном деле.

О НОВОЙ ЭКОНОМИКЕ

Начало третьего тысячелетия в мировой экономике открывает новую и, похоже, самую яркую страницу ее последовательного развития появлением нового вида капитала — интеллектуального. Истоки его вызревания уходят в тысячелетнюю историю развития общества, а юридическое рождение патентных грамот и патентных привилегий уже отметило свое пятисотлетие. Вся рыночная конкуренция по мере иссякания богатых месторождений природного сырья и выравнивания ресурсных, сырьевых преимуществ разных стран, постепенно концентрируется вокруг единственного не только неиссякаемого, но и быстро воспроизводимого ресурса — интеллектуального.

Эффективное использование этого нового неосязаемого ресурса не строится по тем же канонам и правилам, что и материальных ресурсов, а требует существенного пересмотра традиционных взглядов в области управления и оценки. На рынке будет лидером тот, кто быстрее других поймет это и правильно сформулирует правила своего поведения и начнет на них строить свой бизнес.

Также одной из особенностей этого рынка является фактическое отсутствие конкуренции между интеллектуалами, ибо образ мышления и продуктивность интеллектуалов уникальны и никогда не повторяются. Но вместе с тем интеллектуальная конкуренция весьма жесткая среди тех, кто, в основном, пользуется стандартными или заимствованными решениями. Поэтому интеллектуалы соревнуются в сфере идей, неинтеллектуалы — в сфере людей, продвигая на ключевые позиции своих партнеров и дискредитируя конкурентов.

Основной задачей нашего института является реализация своего творческого потенциала в развитии новых направлений оценки и управления интеллектуальным капиталом и формировании новых ниш на рынке. Разработанные и разрабатываемые у нас научные подходы, методы и методики всегда имеют только практическую направленность. Недостаток экономической теории интеллектуальной собственности и интеллектуального капитала мы восполняем собственными разработками, внимательно изучая американский опыт, во многом продвинутый и показательный. Основное отличие наших разработок от американских состоит в том, что, по нашему мнению, в этой области не все должно быть подвержено денежному измерению. Наши разработки шире экономических и, как нам кажется, более перспективные, поскольку мы все общественное развитие не сводим к экономике и жестокому прагматизму. Введением понятия идеосферы, как системы измерения базовых ценностей субъектов различного уровня, надеемся нам удастся наглядно показать конкретную долю экономических интересов в единой системе общественных отношений.

| Критерий оценки общества | Формы представления идей | | |
|--|---|--|--|
| | материализованные | формализованные | осознанные |
| Личностные и общественные критерии | | | |
| интересы ценности | физиологические Физиологические (физические) | финансовые экономические | духовные нравственные |
| Предпочтительные убеждения самовыражение самоутверждение Уровни понимания | установки физиологическое физиологическое На примере | механизмы экономическое экономическое На модели | идеология интеллектуальное интеллектуальное На явлениях |
| стратегии этичность конфликты | насыщение эгоизм Физические и физиологические | обогащение групповой эгоизм Финансовые и экономические | признание альтруизм Идеологические и нравственные |
| Экономические критерии | | | |
| капитал | материальный (физический) | финансовый | интеллектуальный |
| функции: изготовление измерение знание | изготовление производство цена Физико- химические | измерение проектирование себестоимость Экономико- правовые | осознание исследование стоимость Прочие общественные |

НЕКОТОРЫЕ КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ СОСТОЯНИЯ ОБЩЕСТВА И ЭКОНОМИКИ

Представленные в данной статье основы моделирования бизнеса не являются единственными и главными в выработке логики понимания новой экономики. Более обобщающей теорией, дающей ключ к пониманию многих сложных общественных процессов, явлений и систем, на наш взгляд, является теория идей, частично описанная во «Введении в теорию обновления обществом», опубликованную автором этих статей в 1999 году. Лишь три, приведенных в этой книге, фундаментальных свойства идей (осознаваемость, формализуемость, материализуемость) существенно облегчают понимание многих вещей и явлений и в экономике, и в политике, и в других сферах общественной жизни. Используя лишь эти три свойства идей, можно более четко систематизировать и более глубоко научиться понимать тенденции развития рыночных и общественных отношений. Вот пример такой систематизации некоторых критериев.

Развитие теории интеллектуального капитала позволяет выработать логику общего понимания общественных процессов, явлений и соответственно выработать ту самую систематизацию, без которой общественные науки не могут эффективно развиваться и использоваться. Такая систематизация нужна всем, чтобы иметь единую общепринятую терминологию и набор критериев для измерения и оценки результатов, процессов, явлений и всей системы общественных отношений в целом. Предлагаемый вариант классификации некоторых базовых понятий и критериев общества необходимо сопроводить четкими формулировками и внутренней структурой элементов, составляющих каждый из этих критериев. Формы представления идей позволяют понять логику формирования экономики не только на настоящий момент, но и на перспективу. Из таблицы также видны три базовых экономических критерия, на которых строится понимание «науки об умении вести хозяйство». Это цена, себестоимость и стоимость как три формы представления одного и того же критерия экономической ценности объекта оценки. Отсюда же вытекает понимание функций интеллектуальной собственности в бизнесе. Все это показывает, что логика понимания общественных процессов тесно связана с пониманием теории идей.

ФУНКЦИИ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ

Интеллектуальная собственность в России как правовое понятие появилось лишь в начале реформ 90-х годов, тем не менее рынок этого специфического товара развивается относительно быстро. Но есть ряд проблем, связанных с пониманием ее сути и эффективным использованием. Менеджеры на предприятиях, в частности, нередко задают вопросы: а каковы функции интеллектуальной собственности как специфического объекта управления? Какие функции выполняет она, участвуя в качестве нематериальных активов и как извлечь максимальную выгоду из ее объектов?

Выяснение этих вопросов позволяет вполне конкретно и обоснованно решать общие задачи, связанные с эффективным управлением предприятием в целом. Например, на крупном челябинском заводе «Уралавтоприцеп» только после того как специалисты внимательно разобрались с интеллектуальной собственностью, стратегия управления приобрела стройный целевой характер.

Казалось бы, что все дело ограничивается выявлением, оценкой и постановкой на баланс интеллектуальной собственности. Однако это только начало. Нематериальные активы очень сложны и требуют специального и весьма квалифицированного подхода при их целевом использовании. Тем более что при этом приходится решать проблемы правовой защиты, технико-технологического перевооружения и повышения рентабельности производства и вопросы качества продукции. Особенностью этих активов является также их многофакторная комплексная взаимозависимость между собой и влияние на конечные коммерческие результаты.

Это является одной из существенных причин того, что на большинстве даже лучших отечественных предприятий пока нет полноценного использования интеллектуальной собственности.

Наш институт, отслеживая новую и быстро развивающуюся систему знаний в данной области, из года в год нарабатывает такую методологию использования нематериальных активов в различных отраслях экономики. Мы последовательно создаем и применяем на практике различные технологии, которые могли бы быть востребованы предприятиями. Некоторые аспекты нашей методологии уже интересуют отечественный менеджмент. Один из них, связанный с выделением функций управления интеллектуальной собственностью, рассматривается в данной статье.

СЕРДЦЕВИНА БИЗНЕСА

Интеллектуальная собственность является своего рода сердцевиной бизнеса, которая обеспечивает его рост и постоянное омолаживание. Каждый активно используемый на предприятии патент или промобразец вносят новизну в технологию производства или в изделие. Однако в среднем за пять-семь лет это новшество морально устаревает и на его смену приходит новое изобретение - это непрерывный процесс. Такое омолаживание бизнеса происходит за счет воспроизводства новых и уже адаптированных к нему идей. Для того, чтобы бизнес был конкурентоустойчивым и стабильным, эти активы следует тщательно формировать, изучать, охранять и укреплять, поскольку именно на их основе происходит последовательное наращивание преимуществ предприятия над конкурентами и появляется возможность успешно продвигать свой бизнес на рынке, стабильно увеличивая прибыль. Недаром США, Япония, Германия, Англия и Франция вместе патентуют изобретений больше, чем весь остальной мир. В этих странах интеллектуальные ресурсы сориентированы на удовлетворение запросов мирового рынка и ускорение технологического процесса.

Наиболее ценные сведения об интеллектуальной собственности сегодня сформировались как особый специализированный институт знаний, активно и последовательно внедряющийся в хозяйственную деятельность. Судя по значительному числу публикаций на эту тему в Интернете, можно сказать, что интерес к ней растет. Однако их качество, как правило, не воодушевляет. Чаще они воспринимаются как творчество дилетантов. Должно быть поэтому действующие на российском рынке услуг, связанных с интеллектуальной собственностью, уже известные отечественные профессионалы, в отличие от некоторых зарубежных, не публикуют и не рекламируют своих работ в Интернете. И потому эта своеобразная толчея вокруг привлекательной темы происходит без их участия, хотя такой диалог многим представляется необходимым. Но, думается, пока вести его лучше, используя прессу.

Всестороннее понимание существа интеллектуальной собственности теми, кто работает с ней на предприятии, в итоге определяет успех всего бизнеса. И наоборот, односторонность, которая, к слову, свойственна юристам и некоторым многоопытным патентоведом, вредит делу.

Весьма интенсивные деловые контакты специалистов нашего института с руководителями предприятий Москвы, других регионов страны, а также стран СНГ, позволили сформировать концепцию основных функций интеллектуальной собственности, которая уже используется рядом компаний.

С нашей точки зрения, **интеллектуальная собственность обладает функциями — товарной, технологической, правовой, экономической, рекламной и культурообразующей (идеологической)**. Соответственно, ИС как объект комплексного управления на предприятии может рассматриваться как средство:

- насыщения товара особыми потребительскими свойствами;
- обеспечения технологического превосходства над конкурентами;
- обеспечения высокой и стабильной правовой защищенности бизнеса от конкурентов;
- экономического управления капиталом с целью устойчивого извлечения сверхприбылей и наращивания его стоимости;
- индивидуализации бизнеса на основе брэнд-стратегии;
- формирования новой корпоративной культуры с целью обеспечения быстрой обновляемости высококачественных товаров и услуг.

Несмотря на то, что эти функции в таком виде у нас сформулированы впервые и недавно, тем не менее можно говорить о том, что способность их правильно понять и умение их эффективно использовать, определенным образом будут характеризовать квалификацию менеджеров. Без этих функций управление интеллектуальной собственностью теряет целевую направленность и даже смысл.

НАСЫЩЕНИЕ ТОВАРА ОСОБЫМИ СВОЙСТВАМИ

Эта функция вытекает из содержания каждого конкретно рассматриваемого объекта интеллектуальной собственности. В первую очередь ее выполняют изобретения и промышленные образцы. Однако полезное содержание этих объектов доводится до потребителя, как правило, их обладателями, формирующими менеджмент и инвестиционную политику предприятия. При этом качество самого объекта формируется на основе определенных технических или технологических эффектов, а также спроса на рынке, который можно удовлетворять с помощью товара, воспроизводящего данный эффект. Процедура насыщения товара особыми потребительскими свойствами проводится с целью получения максимального эффекта, заложенного в изобретении при оптимальном учете требований потребителя.

Эта функция является определяющей. Без нее интеллектуальная собственность не имеет никакого физического, правового и экономического смысла. По сути, это функция технической и технологической идеи потребительского товара или вновь создаваемого средства производства. Предпринимателями и изобретателями она исполнялась задолго до появления понятия интеллектуальной соб-

ственности и ей ровно столько лет, сколько человеку как разумному социальному существу. Опыт обращения человечества с идеями, как способом преобразования жизни миллионы лет. А интеллектуальная собственность как средство, обеспечивающее формирование цивилизованных отношений, появилась лишь в развитом рынке, когда начала обостряться конкуренция качества товаров и услуг. Именно творческое начало выделило человека из царства животных и поставило его чуть выше над всем органическим миром. Именно творческое усовершенствование деревянных палок и камней, превратившее эти предметы в орудия труда, охоты и самозащиты, стали началом формирования функции насыщения первых орудий труда полезными потребительскими свойствами. Затем орудия труда стали превращаться с одной стороны в товары для обмена, с другой — в средства производства, более удобные и производительные, чем прежние орудия труда.

Насыщение товара особыми потребительскими свойствами в основном выполняется автором изобретения, но реализуется затем конструкторами, технологами и производственниками. Эта функция наиболее ярко и отчетливо проявляется в последние десятилетия при стратегическом планировании в высокотехнологичном бизнесе в связи с быстрым распространением идеологии маркетинга. Принципиально новые виды товаров появляются относительно редко, но вместе с тем однотипные их модификации зачастую весьма существенно отличаются друг от друга с точки зрения потребителей. Гарантии качества, надежность товара, его высокие потребительские свойства являются следствием умелого совершенствования этого товара. По мере насыщения рынка и ужесточения конкуренции качества права на высокоэффективные творческие решения, используемые при производстве изделия, зачастую для руководителей бизнеса отходят на второй план. Проблема «своего» изобретателя и внедрения «своих» идей последние годы в российском бизнесе теряет смысл, когда речь идет о стратегии самоутверждения или выживания бизнеса. Наблюдается движение от использования только своей интеллектуальной собственности к так называемой «чужой», но обязательно высокоэффективной. Это поднимает новую волну проблем, связанных с борьбой против подделок. Появляется масса примеров, когда незаконно используется чужая ИС. Данная функция проявляется в такой группе родственных понятий как **ассортимент, изделие, потребительские свойства, товар, спрос, маркетинг, брэнд**. В качестве примера можно отметить предприятие, производящее и продающее «люстры Чижевского». Здесь ценность товара в виде изделия доминирует как некая форма или конструкция, внешний вид которой запатентован производителем как промышленный образец, обладающая особыми потребительскими свойствами, которые в свою очередь вытекают из идеи этого изделия, высказанной гениальным русским ученым Александром Леонидовичем Чижевским.

СРЕДСТВО ТЕХНОЛОГИЧЕСКОГО ПРЕВОСХОДСТВА

Здесь интеллектуальная собственность выступает как система производства и продажи конкретного товара. Эта функция выражается в форме таких последовательных действий, как операция, процедура или технология, дозирующая употребление ресурсов, а также конкретизирующая место, время и условия исполнения обозначенной системы действий. При этом первостепенную роль играет содержание этих процессов, качество и своевременность их исполнения, что определяет ответственность исполнителей и организаторов этих процедур по всему комплексу уникальных работ. Нередко ценность интеллектуальной собственности, заложенная в конкретных технологических решениях, состоит в том, что без разрешения и помощи ее автора или владельца, обладающих ноу-хау, ее законное воспроизводство становится все более и более сложным и неблагодарным делом.

Как обеспечить качественное и стабильное воспроизводство уникальной технологии — в этом и состоит одна из наиболее острых проблем устойчивого бизнеса. **Функция интеллектуальной собственности как средства обеспечения технологического превосходства создает ритмичное воспроизводство уникальных потребительских свойств в товарной продукции.** Организация такой трудновоспроизводимой конкурентами технологии и составляет суть искусства мастеров и менеджеров, занятых данным бизнесом. Примерами могут служить ряд отечественных технологий производства уникальных материалов для авиации и космоса. Данная функция отражается через такую группу понятий как **технология, ноу-хау, качество, организация производства, менеджмент, персонал.** В основе этой функции лежат форма производства и содержание процессов, способов, процедур. Высококвалифицированный персонал превращается в главную движущую силу бизнеса.

ПРАВОВАЯ ЗАЩИЩЕННОСТЬ ОТ КОНКУРЕНТОВ

Данная функция получила историческое развитие по мере распространения рыночных отношений и развития товарного производства. Сначала, примерно 800 лет назад, возникли **избирательные привилегии**, которые в наиболее развитых странах суверенами (монархами) предоставлялись своим бенефициариям (выгодополучателям). Затем примерно 500 лет назад вошли в обиход патентные грамоты как особая специализированная форма избирательных привилегий. Потом появились системы **национального патентования**, которые четко и беспристрастно определили критерии, благодаря чему бене-

фициарием мог стать не только фаворит суверена, но и любой человек, способный к этой роли и выполнивший ряд условий. Наконец с 1883 года, с момента принятия рядом стран Парижской конвенции, начался период **интернациональной охраны прав** правообладателей интеллектуальной собственности. Современное состояние законодательства в этой области можно охарактеризовать как период формирования и совершенствования **единой международной системы охраны их прав**. России нужно включиться в процесс как можно быстрее. Ключевыми понятиями этой функции являются: **исключительное право, неисключительное право, ущерб от несанкционированных действий нарушителя прав, штраф за нанесение ущерба**. Первые два понятия определяют рамки правомерного и неправомерного использования прав на объекты интеллектуальной собственности. Вторые относятся к санкциям за неправомерное использование этих прав. Здесь уместно отметить что, в рамках данной функции интеллектуальная собственность также рассматривается и как **средство индивидуализации юридического лица** (имеются ввиду товарные знаки, фирменные наименования и другие объекты охраны торговых обозначений). Все более отчетливое проявление этой функции происходит по мере ужесточения требований к предпринимателям со стороны конкурентов и правоохранительных органов, а также по мере совершенствования законодательства в этой сфере.

Эта функция успешно может выполняться с одной стороны за счет активных и грамотных действий владельца исключительных прав, а с другой — слаженных и профессиональных действий ряда государственных органов (таких как Роспатент, Минюст, Министерство по антимонопольной политике, и другие).

ИНСТРУМЕНТ ЭКОНОМИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ

Основным условием законного получения сверхприбыли с помощью интеллектуальной собственности является обеспечение законопослушного поведения субъектов на рынке. В противном случае рынок насыщается подделками, лишаящими законного владельца прав не только планируемой сверхприбыли, но и достойной выручки. Выработанные более чем за пятьсот лет правила игры на цивилизованном рынке, зафиксированные в национальных и международных нормах частного права, стимулируют бизнес в основном на конечных этапах жизненного цикла продукции. При этом наиболее ответственными для предпринимателя и сложными для интеллектуалов, составляющих элиту персонала фирмы, по-прежнему остаются начальные этапы этого цикла. В большинстве ведущих стран мира, там, где научно-технический прогресс тесно сопряжен с бизнесом и их взаимодействие превращается в еди-

ную продуктивно функционирующую систему, там давно существуют льготы, стимулирующие бизнес уже на этапах изобретательства, научно-исследовательских, опытно-конструкторских и опытно-технологических разработок. Все эти экономические преимущества обязательно основываются на юридических и этических нормах поведения субъектов рынка, принятых на государственном и международном уровнях. Иначе возникает доминанта физической силы и устрашения интеллигентных и слабых бизнесменов со стороны сильных и наглых. В бизнесе физиология начинает давить и подчинять интеллект. Начинается регресс и деградация культурного общества, бизнеса и цивилизованного рынка.

Ключевыми словами в этом экономическом инструментарии являются **капитал, активы, стоимость, налоги, брэнд**. С ростом цивилизации ключевыми понятиями постепенно становятся **интеллектуальный капитал, нематериальный актив, стоимость, налоговая льгота**. Экономический инструмент имеет свою государственную, региональную и местную специфику ввиду того, что нормы регулирования льгот, оценки и учета стоимости этих активов на разных уровнях не одинаковы. К тому же каждый государственный аппарат управления формирует свой рынок госорганов.

ИНДИВИДУАЛИЗАЦИЯ ЮРИДИЧЕСКОГО ЛИЦА

Согласно статьи 138 Гражданского Кодекса РФ объекты интеллектуальной собственности в том числе определены и как «средства индивидуализации юридического лица», которые приравниваются к результатам интеллектуальной деятельности.

Эта функция осуществляется дизайнерами, патентоведомы или патентными поверенными, юристами и службой коммерческого продвижения товара на рынке. Все они ориентированы на то, чтобы создать и сделать узнаваемым благовидный образ своего предприятия на рынке через его товарный знак и фирменное наименование, превратить в конце концов свой товарный знак в дорогой брэнд.

Реализация этой функции изначально происходит за счет того, что дизайнерами разрабатывается символ данного предприятия, который отражает его лучшую суть изнутри как системы организации уникального производства в расчете на потребителя. Патентоведы регистрируют его в Патентном ведомстве, маркетологи и рекламисты используют в рекламных целях. И все они работают на завоевание доверия потребителя. Здесь товарный знак и фирменное наименование играют роль своеобразного флага, эмблемы всех, кто активно работает под ее изображением.

Чем проще и оригинальнее изображение и чем шире оно рекламировано, тем лучше оно известно потребителю. Однако бла-

говидность этого изображения всегда будет связана с качеством его товаров и услуг на рынке.

ФОРМИРОВАНИЕ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ

По мере роста конкуренции качества на рынке товаров и услуг нормы законодательства, работающие в области средств индивидуализации данного юридического лица, выступают как основа всей творческой деятельности и современного бизнеса. Они постепенно **превращаются во внутрикорпоративные нормы поведения** бизнесменов, ученых, инженеров, деятелей искусства. Средство индивидуализации юридического лица — **товарный знак**, а у известных фирм и у корпораций — **бренд**, с точки зрения менеджмента, интеллектуальная собственность превращается в символ, который ассоциируется с идеологией управления интеллектуальными активами всего предприятия или его административного органа, как самообновляющейся системы. Это самообновление, в первую очередь, касается изделий и технологий. Чтобы организовать на предприятии непрерывное обновление изделий и производственных технологий, необходимо подключить к этому сложнейшему процессу как можно больше творчески активных лиц. На японских предприятиях уже давно для этих целей организованы кружки качества, которые объединяют до 70-80 процентов всех работающих. Чтобы стабильно получать хорошие результаты в творчестве и инновациях, нужны каждодневные учет, контроль, агитация и эффективное стимулирование, которые являются неотъемлемыми элементами этой творческой и правовой идеологии. Только сегодня на российских предприятиях начинает **формироваться внутрикорпоративная национальная культура понимания интеллектуальной собственности как сложного современного феномена, выступающего в качестве основы норм регулирования цивилизованных отношений в бизнесе**. Анализ российского рынка услуг, связанных с использованием интеллектуальной собственности в этой новой области знаний, убеждает в том, что понимание проблемы со стороны предпринимателей здесь весьма быстро прогрессирует. Здесь задействованы социально-психологические установки, механизмы и другие факторы, вырабатывающие личностное отношение к интеллектуальной собственности и творчеству. При этом лидерами становятся те, кто это понимает быстрее и лучше других, берет новые принципы поведения на вооружение и эффективнее их использует.

Многие российские малые научно-технические предприятия быстро адаптируются к достоинствам и недостаткам норм патентного и других законов, к требованиям по бухгалтерскому учету нематериальных активов, к положениям международных конвенций.

| № | Подсистемы управления ИС на предприятии | Некоторые функции подсистем |
|----|--|--|
| 1. | Управление ассортиментом и качеством изделий и их спросом | 1.1. Анализ рынков данного изделия и конкурентов 1.2. Анализ производственных возможностей производителя 1.3. Разработка ассортиментной концепции предприятия 1.4. Брэнд-стратегия предприятия |
| 2. | Управление эффективностью технологий производства и реализации изделия | 2.1. Анализ и совершенствование маркетинговых технологий 2.2. Анализ эффективности основных и вспомогательных технологий, начиная с поставки сырья и комплектующих изделий и их совершенствование 2.3. Подготовка и аттестация персонала в основных и вспомогательных технологиях 2.4. Организация технического контроля изделий и совершенствование технологий производства |
| 3. | Управление стоимостью капитала | 3.1. Анализ бухгалтерской и финансовой отчетности, о стоимости и движении активов капитала предприятия 3.2. Анализ соотношения материальных, финансовых и нематериальных активов 3.3. Оценка интеллектуальной собственности и других нематериальных активов предприятия 3.4. Оценка интеллектуального потенциала конкурентов и выработка собственной стратегии наращивания стоимости интеллектуальной собственности |
| 4. | Управление имущественными и неимущественными правами | 4.1. Организация регистрации и учета творческих результатов 4.2. Регистрация, учет и анализ договорных отношений с партнерами и клиентами 4.3. Организация арбитражной защиты интересов предприятия 4.4. Организация работы с жалобами клиентов |

Новая этика высокотехнологичного бизнеса базируется на полном понимании и признании норм международного частного права, международных конвенций, национальных, нормативных и законодательных актов, касающихся интеллектуальной собственности, а также на внутрикорпоративных нормах. Эта новая этика делает интеллектуалов лидерами и в науке, и в бизнесе, и в политике. Только мудрость лидеров сможет обеспечить гармонизацию научно-технического и социально-экономического прогресса применительно к конкретным условиям.

Для эффективного использования менеджерами высказанных в статье положений мы предлагаем следующее:

Во-первых, на крупных и средних предприятиях, действующих в сфере высокотехнологичного бизнеса, организовать сроком на один-два года советы, содействующие коммерческому использованию интеллектуальной собственности, с функциями творческого коллектива, целью которых была бы организация управления этой собственностью. Ввиду того, что Россия готовится к вступлению во Всемирную торговую организацию, ИС станет краеугольным камнем большинства возможных споров с зарубежными конкурентами. Поэтому на всех крупных предприятиях следует в срочном порядке в рамках общего руководства начать формировать специализированную подсистему управления интеллектуальной собственностью, которая регулировала бы процессы творчества, обеспечивала бы юридическую защиту прав на ее объекты, разрешала бы проблемы стратегического планирования и непрерывного обновления выпускаемых изделий и технологий. После того, как такая подсистема будет сформирована и заработает на основе нового структурного подразделения, совет можно будет распустить.

Во-вторых, так как управление интеллектуальной собственностью носит многофункциональный характер, к организации такой специализированной подсистемы следует привлекать прежде всего людей, понимающих сложность этого дела, из числа юристов, маркетингов, технологов, научных работников, аудиторов, финансистов, патентоведов, конструкторов, менеджеров. В данном случае как нигде должен цениться универсализм работников, их способность комплексно решать задачи бизнеса.

В-третьих, как показывает многолетняя отечественная практика, для реализации подобной идеи надо, чтобы ее осуществление возглавил сам генеральный директор. Без этого такая акция может превратиться в очередную скоропалительную кампанию, которая не даст должного эффекта. Новой стратегии бизнеса потребуются свои идеологи, и гораздо лучше, если ими станут реальные лидеры, уже возглавляющие предприятия.

Все высокоэффективные системы управления, если исходить из мирового опыта, строятся применительно к конкретным условиям бизнеса и особенностям персонала предприятия. Наглядное представление об одном из вариантов такой подсистемы дает предлагаемая таблица. Для начала можно организовать управление хотя бы четырьмя начальными функциями. И это уже даст свои хорошие результаты.

ЗАЩИТА ТВОРЦОВ И ИХ СОБСТВЕННОСТИ

НОВЫЙ СТИЛЬ — НОВАЯ ИНДУСТРИЯ

ЧТО В БИЗНЕСЕ ГЛАВНЕЕ?

В нашем российском экономическом пространстве бытует ошибочное мнение, что бизнес строится на хорошем финансировании и что якобы все остальные проблемы второстепенны. Сторонники этого мнения считают, что стоит дать деловому человеку деньги и он «раскрутится». И все будет без проблем. В основном так считают многие чиновники, у которых не вполне преуспевающие или склонные к авантюрам бизнесмены просят деньги под якобы грандиозную перспективу их проектов.

Программисты считают иначе. По их мнению, бизнес строится в основном на компьютерной технике, высококвалифицированных специалистах и хорошем программном обеспечении. Рекламные агенты, имиджмейкеры и менеджеры во главу угла ставят продуктивную рекламу. По их мнению, потребитель и рынок — это относительно «серая масса», что раскрутишь на нем, то и продашь. Как обрабатываешь сознание потребителя, такой урожай и снимешь. Сломать и оболванить можно даже умного потребителя. Стоит лишь эффектно и безальтернативно подавать нужную информацию. И чтобы она распространялась из уст внешне респектабельных актеров и публиковалась на страницах респектабельных изданий.

И все они в чем-то правы, но ошибаются в главном. Потому что все вышеперечисленное — лишь средства поддержки, без которых нормальный современный бизнес развиваться не может. Еще Козьма Прутков говорил, что любой специалист подобен флюсу, его полнота — односторонняя. Это эффект проблемной гипертрофии большинства специалистов, склонных преувеличивать значение того, чем они занимаются. В действительности главное — это все-таки идея конкретного бизнеса. То есть то, на чем строится бизнес, на чем зиждется потребительская привлекательность производимых и продаваемых товаров, работ или услуг.

Идея высокодоходного бизнеса, как правило, всегда выражается в новой потребительной стоимости, приемлемой рынком. В идее новой потребительной стоимости, быстро прогрессирующей на рынке, и состоит суть перспективного бизнеса, а также постоянного обновления рынка, видоизменений его отношений, перетекание его из одного состояния в другое.

А способность бизнесмена лучше всего оценивается, во-первых, умением предвидеть и предсказывать новую нарождающуюся потребительную стоимость и, во-вторых, в умении сформировать ее на рынке через рекламу. В-третьих, умением материализовать эту стоимость в виде нового товара или услуги, вынести ее на рынок и довести ее смысл до сознания потребителя. И все это вытекает из идеи нового товара, технологии его производства.

ЭВОЛЮЦИЯ ИДЕЙ: ОТ ИЗОБРЕТЕНИЯ — К СТИЛЮ

Первоначально рынок строился на товарообмене дарами природы, которые с избытком запасали рачительные хозяева. Они-то и стали первыми рыночниками-продавцами и покупателями. Тогда рынок решал только одну, но важную проблему — взаимовыгодного перераспределения благ, причем доминирующее положение на нем имели товары, удовлетворяющие в основном физиологические потребности. Это продукты питания, одежда, обувь, лекарства. Первыми крупными коммерсантами стали вожди племен. Все избыточные накопления своего племени ими обменивались через рынок. Они-то, накопив больше всех богатства, чаще стали отдавать предпочтение художественным ценностям: серьгам, брошам, значкам, головным уборам, амулетам, накидкам, модным одеждам. Так появился спрос на дизайн, и в товарном воплощении начали формироваться художественный стиль, мода, вкусы и массовые художественные потребности. Наряду с техническими идеями, ориентированными лишь на какую-то механическую функцию, все больше стали цениться идеи художественные.

Почти во всех эволюционно развивающихся идеях, связанных, например, с транспортом, бытовой техникой, производством приборов различного назначения, все больше начинает цениться художественное оформление. Эпоха соревнования товаров по критерию надежности завершается. Начинается новая эпоха — художественного стиля. Постепенно дизайн становится первым и главным требованием большинства изделий. А роль дизайнера в производстве продукции или услуги становится ведущей.

Однако эта проблема сегодня на российских предприятиях остается нерешенной. Это связано с тем, что до сих пор повсеместно действует морально устаревшая система управления. Она основана на традиционной для того прошлого времени линейно-функциональной организационной структуре управления. В соответствии с прежними управленческими традициями дизайнер почти на любом производстве по иерархической вертикали находился в подчинении у руководителя группы, начальника цеха или отдела, заместителя директора и директора предприятия. В таком иерархически «утопленном» состоянии он не имел никакой власти, ни даже возможности

предлагать что-то современное и тем более перестраивать производство под эффективные дизайнерские решения. Поэтому энергичные и способные дизайнеры с таких производств уходили, а склонные к конформизму оставались. Примеров тому множество.

Когда два года назад перед нашим институтом была поставлена задача резко поднять размер уставного капитала за счет нематериальных активов Павловского завода, производящего известные многим «пазики», обследование предприятия мы начали с дизайнера. Картина была удручающей. Дизайнер был глубоко иерархически утоплен, у него было более десяти начальников, совершенно не разбирающихся в дизайне. Не удивительно, что тогда они разрабатывали «перспективные» модели своего автобуса на 2000—2005 годы, заведомо значительно уступающие почти всем производимым в Европе и США.

В СТИЛЕ ДАВИДОВСКОЙ ИГРУШКИ

Сегодня наиболее преуспевающие бизнесмены начинают понимать, что для бизнеса гораздо важнее найти свой стиль, чем запатентовать новое изделие. Изделия в конце концов стареют, а стиль лишь развивается, если не дискредитировать его плохим исполнением. Стиль — это целая индустрия, причем постоянно развивающаяся. Вот пример.

Долгое время интересуясь русской игрушкой, собирая и изучая ее, понимая, какое огромное влияние на развитие детей она оказывает с самого раннего возраста, московский дизайнер Александр Давыдов сконструировал свою игрушку. Набор модулей игрушки, представляющий собой элементы фигуры русского воина может прекрасно варьироваться. Игрушка состоит из нескольких деталей, выполненных из дерева, соединяя которые ребенок получает солдатика. Создавая свою игрушку, Александр Давыдов опирался на возможность изготовления ее в условиях производства, на деревообрабатывающих станках.

Простота и лаконичность форм деталей делает изготовление игрушки массовой и недорогой. Одним из важных факторов, придающих изделию Давыдова статус «развивающего», является то, что, собрав различные варианты игрушки, ребенок может их раскрасить по прилагаемой схеме. Это несомненно всесторонне развивает ребенка.

Посредством вращения «шарниров» и перестановки деталей, игрушка способна принимать различные позы, имитировать шаг, изменять положение рук и головы. Все это несет в себе интересный игровой момент. Благодаря простоте форм деталей игрушка также может быть выполнена при помощи литья или формовки — из пластмассы, гипса, металлического сплава, синтетических материалов и т.д. Изменяя масштаб деталей, можно производить игрушки больших размеров, которые могут использоваться в играх на детских площадках и в скверах. Пыта-

ясь продвинуть свою новинку на рынок, дизайнер принес изделие в наш институт и продемонстрировал его возможности. В процессе нашего общения мы пришли к выводу, что это не только игрушка, но и самостоятельный оригинальный стиль, который может иметь многоцелевое распространение в различных отраслях производства и бизнеса.

СТИЛИСТЫ ЗАЙЦЕВ И ЮДАШКИН

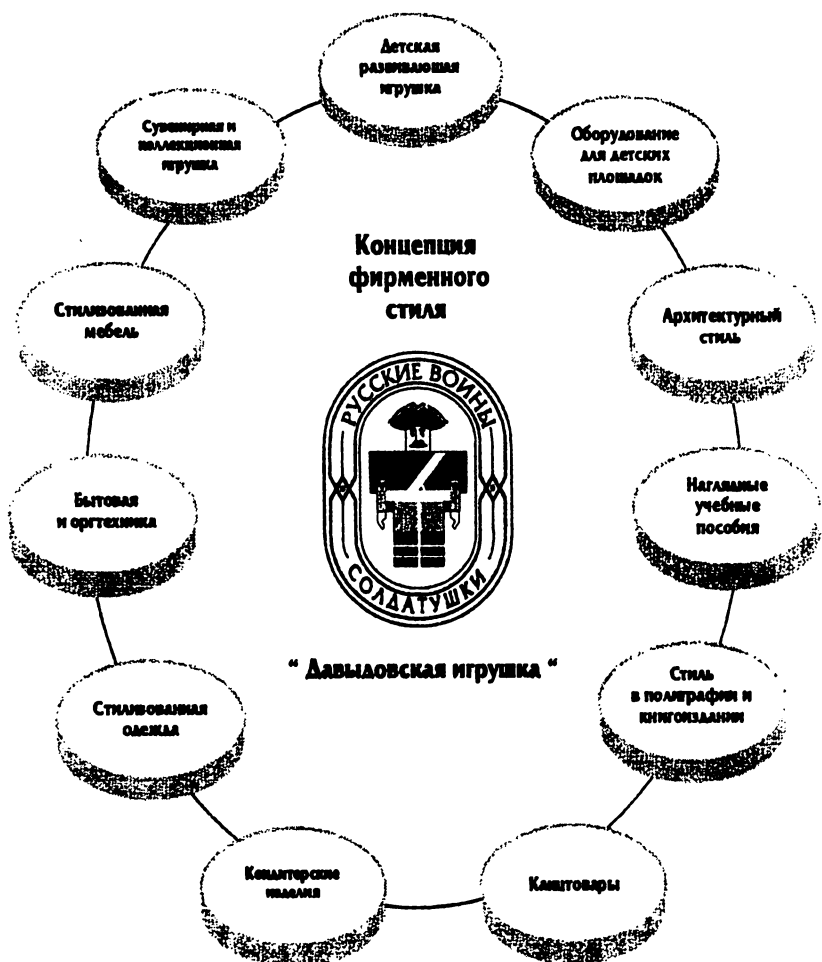
Современные мастерские модной одежды Валентина Юдашкина и Вячеслава Зайцева являются примерами того, как стиль должен определять все остальные технологии изготовления платья. Стиль — первичен. Производственные технологии — вторичны.

Зайцевы и Юдашкины стали появляться лишь после начала активного разрушения прежней иерархической пирамиды управления, где каждый был маленьким винтиком одной огромной машины. Вырваться из нее было почти невозможно. Можно было лишь относительно безболезненно поменять в ней свое место по горизонтали. При этом менять правила игры на новом месте было нельзя. Каждый вновь пришедший руководитель мог поменять требования к своим подчиненным и изменить некоторые технологии работы на этом месте. Но требования к должности в рамках общей системы не менялись. Дизайнер изначально ни на одном производстве не мог быть фигурой, определяющей судьбу остальных технологий.

Исключение составляла лишь аэрокосмическая отрасль. Внешний вид помимо художественных достоинств таил в себе куда более важные аэродинамические свойства. В этой отрасли, пожалуй, как ни в одной другой, воедино сплелись два важнейших требования природы и человека — к аэродинамике и эстетике внешнего вида летательного аппарата. За долгие годы испытаний разных конструкций аппаратов родился афористичный постулат: некрасивое — не летает. Удивительно, но этот афоризм все расставляет на свои места. Вывод из него — любым производством должен руководить стилист, художник, модельер. Некоторым образом это реализовано еще в одной отрасли — строительной. Там архитектор делает эскиз, а проектировщики и строители это решение реализуют. Однако архитекторы зачастую делают то, что им говорят строители. Поэтому архитектура у нас нередко оставляет желать много лучшего.

НОВЫЙ СТИЛЬ — ЭТО НОВАЯ ИНДУСТРИЯ

Удачная художественная находка может быть тем самым своеобразным «чипом», из которого Билл Гейтс создал свою компью-



терную индустрию. Крайне важно найти базовое художественное решение, из которого можно сформировать сначала стиль, а затем целый стилизованный мир.

Дизайнер А. Давыдов нашел такое решение и запатентовал его как промышленный образец, получив патент № 46770 под названием «Набор модулей игрушки — фигуры русского воина «Солдатушки» (три варианта). В процессе разработки патентоспособного решения совместно с сотрудниками нашего института мы пришли к выводу, что стиль, заложенный в этой игрушке, можно использовать не только по прямому игрушечному назначению. Так, помимо развивающей детской игрушки, состоящей из модулей, на

основе данного дизайнерского решения можно, к примеру, создавать оборудование для детских площадок, сувенирную и коллекционную игрушку, производить стилизованную мебель, бытовую утварь и оргтехнику, стилизованную одежду, кондитерские изделия, канцтовары и наглядные учебные пособия для школьников и даже использовать как своеобразный архитектурный стиль при строительстве некоторых зданий, а также и в садово-парковых ансамблях. В таком стиле, например, можно оформить целый детский городок по типу Дисней-ленда.

Все это наглядно показывает, как реально может развиваться бизнес на базе зарегистрированного в Патентном ведомстве и юридически защищенного фирменного стиля. Такая защита помогает, с одной стороны, отделить данный стиль от всех остальных и, во-вторых, организовать производство огромного разнообразия товаров и изделий, изготавливаемых на его основе, а в результате стабильно и законно получать сверхприбыль.

Сегодня все успешно работающие на международном рынке производители сложных наукоемких товаров и услуг стремятся защитить свои наиболее ценные и оригинальные идеи и решения, чтобы затем на законном основании запрещать всем своим конкурентам, и не только им, использовать те рыночные преимущества, которые используют собственники товарных знаков в своих интересах сами. В этом состоит важнейший принцип современной конкурентной борьбы. Кроме того, что не менее важно, наиболее рационально и эффективно ставится на службу бизнесу творческий потенциал научного, инженерно-технического персонала.

Акционерам следовало бы обращать внимание управляющих, менеджеров на то, что они должны серьезно работать с интеллектуальными активами, на то, какая интеллектуальная собственность фактически имеется на предприятии, как реально используется, какие задачи необходимо решать с ее помощью в производстве и коммерции, какие рынки или рыночные ниши можно занять, используя наукоемкие активы. От решения всех этих вопросов сейчас зависит успех деятельности акционерного общества, тем более среднего и крупного.

РЫНОК МОГУТ УКРАСТЬ

Мысль о том, что можно «украсть» рынок, нова для большинства российских предпринимателей. Традиционный бизнес всегда строится на вытеснении с рынка конкурентов. Подобно борцам японского сумо, они пытаются выбросить соперника из зоны схватки или хотя бы «оттереть» его в угол. Но как при этом можно украсть сам рынок?

Сразу оговоримся, такое воровство возможно лишь на рынках высоких технологий, где есть дорогостоящая интеллектуальная собственность (ИС). Используя чужие права на изобретение или на промышленный образец, защищающий дизайн, предположим, супермодной модели обуви, нарушитель по сути удовлетворяет спрос на эту модель якобы от имени ее истинного владельца, подменяет его на рынке. И вместо него незаконно получает сверхприбыль. Хорошо, если эта контрафактная продукция высокого качества не дискредитирует известную фирму. Хуже, когда такая продукция, незаконно произведенная с использованием чужой интеллектуальной собственности, к тому же окажется некачественной и на рынке ее реализация нанесет ущерб доброму имени подлинного владельца.

Его исключительные права на интеллектуальную собственность состоят: во-первых, в том, что на ее основе можно производить и продавать товары, услуги, законно получая доходы и прибыль, а во-вторых, на законном основании запрещать всем остальным участникам рынка ее использование. Из этого следует, что главным разоблачителем и преследователем нарушителей столь дорогостоящих прав является сам их владелец. Поэтому, чтобы быть твердо уверенным в том, что его «не разденут» и «не разуют», свою интеллектуальную собственность следует страховать.

Для того чтобы было яснее, как происходит «кража рынка», приведем такой пример. Предприятие без лицензии на использование изобретения и дизайна производит и продает весьма качественные и относительно дешевые ингаляторы. Но это контрафактная продукция, и для законного владельца исключительных прав на ее дизайн, конструкцию или электрическую схему спрос на рынке существенно сокращается. Иначе говоря, в соответствующей нише появляется еще один продавец и занимает часть ее пространства. Способ защиты от подобной агрессии, повторимся, один — страхование интеллектуальной собственности.

Но тут тоже есть свои трудности. Главная из них в том, что сложно точно подсчитать, какой убыток нанесен законному владель-

цу нарушителем его прав из расчета упущенной выгоды или недополученной прибыли. Поэтому отечественные суды сейчас, как правило, не учитывают оценку убытков по такой схеме. Хотя за рубежом она широко используется и наш институт имеет в этом отношении некоторый опыт. Делается это с учетом того, что под убытками, причиненными правообладателю, юристы понимают «неполученные доходы, которые это лицо получило бы при обычных условиях гражданского оборота, если бы его право не было нарушено (упущенная выгода)» (п. 2 ст. 15 ГК РФ, часть 1).

Нашим институтом разработана также новая схема страхования всех убытков, понесенных правообладателем ИС в результате судебной тяжбы. Суть методики в том, что она позволяет владельцам интеллектуальной собственности смелее обращаться в суды с исками на нарушителей их прав. Но для этого обязательно надо иметь страховое свидетельство и тем самым обеспечить возмещение всех издержек, связанных с судебными тяжбами при любом их исходе. Страхование дает реальные надежды на возмещение всех остальных потерь от нанесенного нарушителями ущерба.

НАДЕЖНОСТЬ КОМПЕНСАЦИИ

Страхование в первую очередь выгодно правообладателям дорогостоящей ИС. Критерий дороговизны здесь ясен: получает или не получает владелец прибыль, используя их. Если патенты пылятся на полках, не применяются по назначению, они стоят недорого. И наоборот, при использовании в хозяйственном обороте их стоимость возрастает. Именно в связи с этим страхование выгодно обладателям дорогих прав на изобретения, промышленные образцы, полезные модели, товарные знаки и так далее. Кстати сказать, в России наиболее распространенным видом интеллектуального воровства является незаконное использование товарных знаков.

Каждый случай подобных нарушений уменьшает стоимость ИС, а если они постоянны, бизнес несет непоправимый ущерб. Стремление же компании защитить свою интеллектуальную собственность без страхования может в свою очередь оказаться для нее разорительным. Само наличие патента или свидетельства у владельца ИС конечно является первостепенным. Тем не менее реальная защита своих интересов, максимальное снижение риска непредвиденных расходов, связанных с этим, возможны только тогда, когда есть надежный механизм их компенсации. В этом можно убедиться на следующем примере.

Фирма «Эргоэст» разрабатывает и по собственному патенту производит электроловушки против кровососущих насекомых. За-

вод «Уникал», не приобретя лицензии на данное изобретение, незаконно начал выпускать эти приборы и поставлять их на рынок. Но фирма «Эргоэст» своевременно застраховала патент на собственное изобретение и, собрав достаточное количество фактов их нарушения, обратилась с иском в суд. Однако завод в доказательство правомерности своих действий представил суду конструкторскую документацию разработки того же прибора, которая была начата до даты приоритета патента фирмы. Дело оказалось непростым. Возможность его выигрыша казалась сомнительной. Тем не менее фирма для защиты своих интересов, не стесняя себя в расходах, привлекла лучших экспертов и адвокатов, что, естественно, увеличило ее шансы на выигрыш дела. Причем она знала: при любом исходе тяжбы расходы, понесенные ею в судах, будут оплачены страховой компанией.

Рассмотрим с помощью графика, каковы в данном случае выгоды страхователя. Первым делом он вложил деньги в разработку прибора и оформление патента на изобретение. В течение того же года началась его коммерческая реализация. В результате фирма понесла нескомпенсированные затраты ($Z_{по}$). В начале второго года производство нового изделия вышло на точку окупаемости (T_o). И с этого времени оно стало приносить прибыль ($\Pi_{по}$). Именно в этот момент фирма обнаружила, что нарушитель ее прав, завод «Уникал», незаконно используя принадлежащее ей изобретение, выпускает контрафактную продукцию, отнимая таким образом у нее часть прибыли ($\Pi_{нп}$). Если бы фирма не приняла мер для защиты своих прав, учитывая сложность этой процедуры, ее прибыль (доход правообладателя $D_{по}$) составила бы:

$$D_{по} = \Pi_{по} - Z_{по} - \Pi_{нп}.$$

А в последующие годы у фирмы могло совсем не быть дохода, потому что производственные мощности завода-нарушителя позволили бы полностью вытеснить ее продукцию с рынка. Такая ситуация для законного владельца прав на изобретение была бы неутешительной. Она усугублялась бы боязнью: а вдруг в результате тяжбы дело будет проиграно, а вдруг оно затянется надолго и тогда придется нести большие затраты на судопроизводство ($Z_{сн}$)?

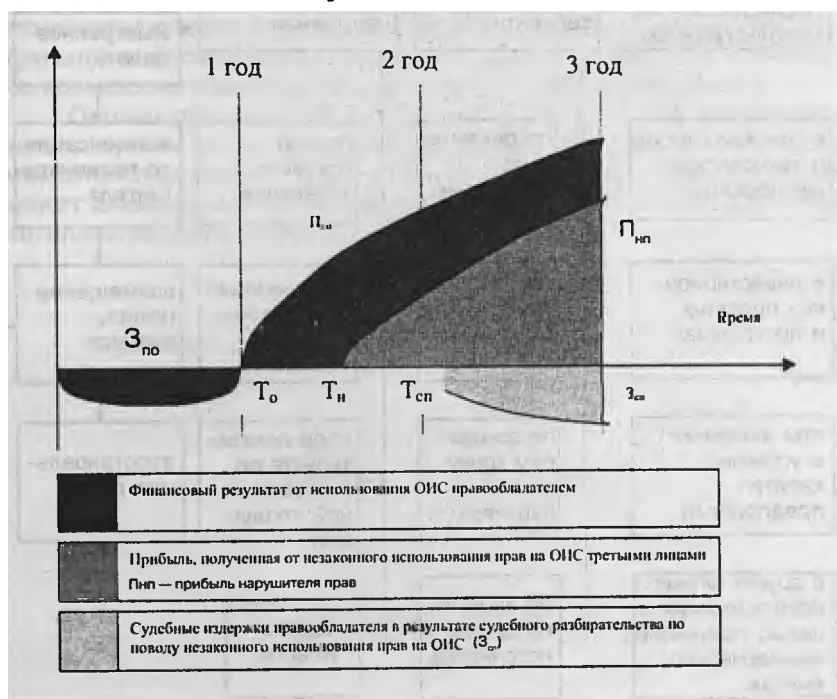
В предвидении подобных случаев фирма застраховала себя от возникающих при этом рисков. И теперь, как уже упоминалось, все затраты, связанные с тяжбой, ей обязательно будут возмещены. К тому же у нее есть надежда, что по суду она вернет и всю ту прибыль, которую нарушитель ее прав незаконно присвоил ($\Pi_{нп}$).

Все это убедительно свидетельствует о том, что страхование прав в корне меняет отношения их владельцев с реальными и потенциальными правонарушителями. Кроме того, такая возможность дает собственникам этих прав ряд следующих преимуществ:

- предотвращение потери своей доли рынка за счет своевременной и действенной ответной реакции на нарушения;
- предупреждение неожиданного отвлечения средств из производственной сферы;
- заблаговременное обеспечение средствами соответствующих фондов для ведения возможной тяжбы;
- предупреждение неправомерных действий потенциальных нарушителей с помощью демонстрации своей способности обеспечить защиту ИС;
- уменьшение рисков, связанных с давлением на владельцев ИС с целью заставить их отказаться от судебного разбирательства из-за больших издержек, которыми оно чревато;
- повышение инвестиционной привлекательности застрахованных патентов, свидетельств на объекты интеллектуальной собственности.

Если же рассматривать страхование наиболее ценного объекта интеллектуальной собственности отдельного предприятия как самостоятельную процедуру в общей системе управления, то ее можно представить в виде предлагаемой блок-схемы.

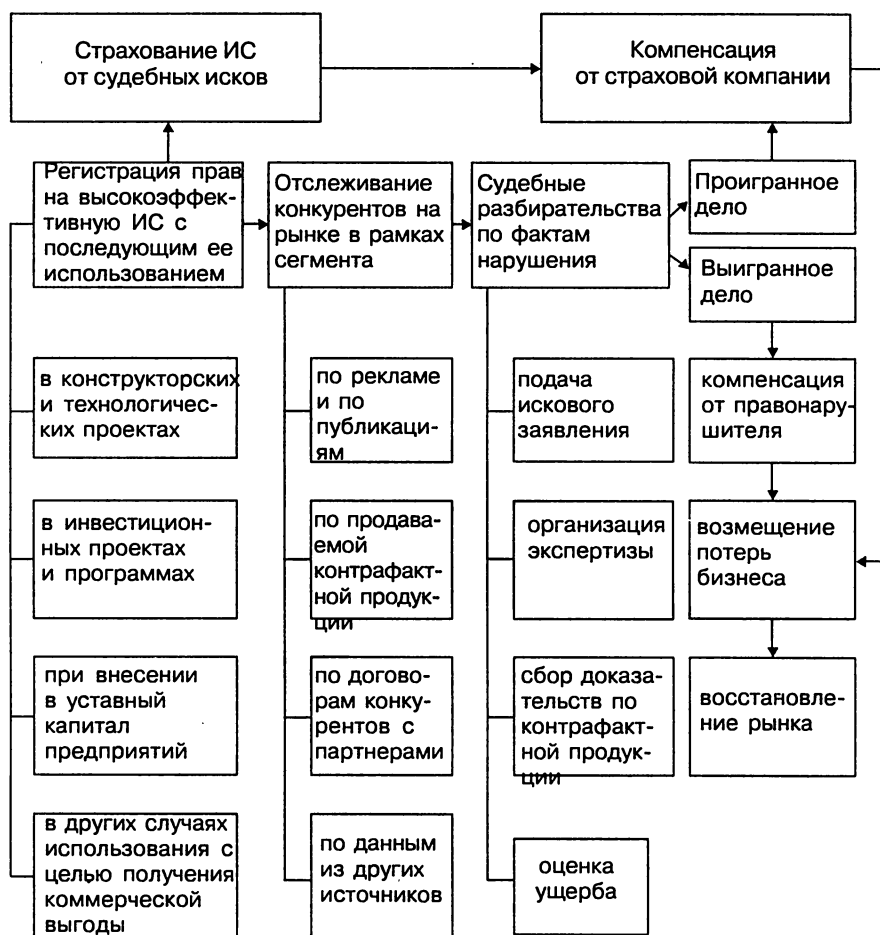
Финансовые результаты использования объекта интеллектуальной собственности



ОБОСНОВАНИЕ ПРАВ

В Законе РФ от 27 ноября 1992 г. № 4015 — 1 (в редакции от 20 ноября 1999 г.) «Об организации страхового дела в Российской Федерации», в ст. 4 «Объекты страхования» сказано, что таковыми могут быть не противоречащие законодательству имущественные интересы, связанные с владением, пользованием, распоряжением имуществом (имущественное страхование), а также с возмещени-

Защита прав на объекты высокoeffективной интеллектуальной собственности



ем страхователем причиненного им вреда личности или имуществу физического или юридического лица (страхование ответственности).

Как объект страхования интеллектуальная собственность обладает и имущественными и неимущественными правами. В данном случае речь идет о страховании имущественных прав, обеспеченных доходами от предпринимательской деятельности.

В сделке, совершаемой при этом, должен участвовать оценщик прав, который тоже обязан быть застрахованным на основании договора о страховании ответственности. Эта норма, в частности, прописана как непереносимая в Законе «Об оценочной деятельности в Российской Федерации» от 29 июля 1998 г. № 135-ФЗ (Госдумой принят 16 июля 1998 г.) в ст. 17. Из нее следует, что при отсутствии страхового полиса оценщик или оценочная фирма не имеют права оказывать свои услуги.

Для обеспечения финансовой надежности и стабильности страховки используется система перестраховочной защиты. Причем наиболее крупные риски (договоры с большим лимитом ответственности) перестраховываются у зарубежных партнеров компании.

При заключении страхового договора определяется денежная сумма, исходя из которой устанавливаются размеры страховой премии и страхового возмещения. Эта сумма устанавливается соглашением сторон с учетом специфики и особенностей интеллектуальной собственности. Она также зависит от размера максимально возможных убытков, которые может понести страхователь.

Однако при этом общая сумма выплат по всем упомянутым выше случаям не может превышать страховую сумму (общий лимит ответственности). Опыт показал, что этот вид страхования поможет акционерным обществам эффективнее использовать свою интеллектуальную собственность.

ТОЛЬКО ЛИ ПАТЕНТЫ...

Сегодня, когда становится реальностью вступление России во Всемирную торговую организацию, корректное использование интеллектуальной собственности приобретает особое значение. Колоссальная ответственность в связи с этим ложится на разработчиков нормативных актов. Наши законы не должны работать против наших бизнесменов. К сожалению, это правило не всегда соблюдается.

АБСУРДНЫЕ СИТУАЦИИ

В январе 2001 г. было введено в действие положение по бухгалтерскому учету (ПБУ) 14/2000, что существенно обновило условия формирования информации о нематериальных активах (НМА) предприятий. Новый порядок работы с этими активами, во-первых, устанавливает более жесткие правила их учета, во-вторых, одновременно сокращает постепенно сформировавшуюся за последние пять-шесть лет и потому уже устоявшуюся структуру объектов, относящихся к нематериальным активам, в пользу лишь тех из них, которые регистрируются Роспатентом, и соответственно изменяет технологию работы с ними, в-третьих, более четко определяет систему оценки, амортизации и списания нематериальных активов, в-четвертых, впервые относительно подробно рассматривает такой актив, как деловая репутация организации.

Если три позиции Положения, с нашей точки зрения, помогают предприятиям улучшать использование своей интеллектуальной собственности, которая, как известно, входит в состав нематериальных активов, то ограничение числа их объектов создает трудноразрешимые казусные ситуации, доходящие до абсурда. Сведение этого перечня только к тем из них, которые регистрируются Роспатентом, оставляет львиную долю объектов вне учета, что затрудняет деятельность многих предпринимателей, владельцев интеллектуальной собственности, разработчиков проектно-конструкторской и технологической документации.

Несколько лет назад между российским предприятием в Белгороде и турецкой фирмой состоялась сделка, связанная с передачей прав на конструкторско-технологическую документацию, идентифицируемых в качестве объектов авторского права и комплекса ноу-хау по производству оборудования для мини-хлебопекарен. Эти права были переданы турецкой фирмой российскому предприятию по лицензионному договору на условиях оплаты в виде роялти по определенной ставке. Руководствуясь соглашением, российское

предприятие начиная с 1999 г. производило и продавало это оборудование для хлебопекарен и аккуратно выплачивало роялти. До начала нынешнего года все шло нормально и отношения между партнерами ничем не омрачались. Но затем российское предприятие, по утверждению налоговых органов, стало нарушителем Положения по бухгалтерскому учету 14/2000. Приведем его статью 4 полностью.

Положение по бухгалтерскому учету «Учет нематериальных активов» ПБУ 14/2000.

4. К нематериальным активам могут быть отнесены следующие объекты, отвечающие всем условиям, приведенным в пункте 3 настоящего Положения, — объекты интеллектуальной собственности (исключительное право на результаты интеллектуальной деятельности):

- исключительное право патентообладателя на изобретение, промышленный образец, полезную модель;

- исключительное авторское право на программы для ЭВМ, базы данных;

- имущественное право автора или иного правообладателя на топологии интегральных микросхем;

- исключительное право владельца на товарный знак и знак обслуживания, наименование места происхождения товаров;

- исключительное право патентообладателя на селекционные достижения.

В составе нематериальных активов учитываются также деловая репутация организации и организационные расходы (расходы, связанные с образованием юридического лица, признанные в соответствии с учредительными документами частью вклада участников (учредителей) в уставный (складочный) капитал организации).

В состав нематериальных активов не включаются интеллектуальные и деловые качества персонала организации, их квалификация и способность к труду, поскольку они неотделимы от своих носителей и не могут быть использованы без них.

Налоговые органы инкриминировали предприятию незаконное оформление и постановку на бухгалтерский учет документации, которая не предусматривается в перечне Положения о бухгалтерском учете.

Некоторым доказательством того, что российское предприятие законно владеет интеллектуальной собственностью, приобретенной за рубежом, по мнению налоговых органов, могли бы быть документы, подтверждающие прохождение этой собственности через таможню. Но процедура и регистрация перевозки интеллектуальной собственности через границу еще четко не определены. «Правила проведения государственной экспертизы внешнеэкономических сделок с товарами, информацией, работами, услугами, результатами интеллектуальной деятельности, в отношении которых установлен экспертный контроль», утвержденные 16 апреля 2001 г., не отвечают требованиям налоговых органов. Поэтому таможня необходимых документов предприятию не выдает.

Другой случай. Научно-исследовательская, конструкторско-технологическая и проектная московская организация в течение десяти лет создавала и в конце концов спроектировала новейший современный технологический комплекс. Поскольку она работала в той сфере, в которой почти нет ни патентов, ни конкурентов, было решено временно не патентовать изобретение, чтобы не раскрывать ноу-хау комплекса. Ведь патентование — это некоторым образом обнародование ряда существенных секретов с целью защиты приоритета, связанного с их использованием. Поэтому оно не всегда коммерчески выгодно.

Например, патентовать новый объект интеллектуальной собственности бывает нецелесообразно при отсутствии явных конкурентов, либо при хроническом недостатке инвестиций, либо при стечении других существенных обстоятельств. Знаменитая фирма «Кока-кола», в частности, до сих пор рецептуру своего напитка держит в режиме ноу-хау и беднее от этого не стала. Семнадцатилетний срок действия патента, установленный в США, не столько помог бы стратегии бизнеса фирмы, сколько навредил бы ей. Спустя столетие с момента создания напитка это особенно очевидно.

Так вот, московская научная организация, о которой идет речь, получая финансовую поддержку от зарубежного коммерческого банка, решила на паях с ним организовать новое совместное предприятие. А в качестве своего пая она вложила в уставный капитал все свои разработки за последние десять лет, связанные с созданием комплекса. Ее доля составила более 50%, банк при этом сделал свой взнос в денежной форме.

После этого научная организация оценивает стоимость прав на свою технологию, которые делятся на авторские права и на ноу-хау, и оформляет ее как интеллектуальную собственность. Регистрационная палата утверждает эту сделку, поскольку она соответствует требованиям закона. Но дальше дело заходит в тупик: оказывается, бухгалтерия нового совместного предприятия не может эти активы поставить по акту передачи на баланс, потому что согласно Положению по бухучету 14/2000 признается существующей только та интеллектуальная собственность, которая регистрируется Роспатентом. А это только лишь права на изобретения, промобразцы, полезные модели и товарные знаки, правда, и некоторые объекты авторского права. Сюда же относятся программы для ЭВМ, базы данных и топологии интегральных микросхем. Не принимается к учету конструкторская, технологическая, научная и проектная документация.

Представители института попытались обосновать его права, сославшись на п. 2 Положения, в котором говорится, что положения, связанные с учетом нематериальных активов, не применяются в отношении научно-исследовательских, опытно-конструкторских и технологических работ, не давших положительных результатов. Представители банка, разобравшись в сложившейся в их пользу ситуации, в ответ на демарш оппонентов провели собрание учредителей

| В соответствии с формулировкой Стокгольмской Конвенции 14. 07. 1967 г. интеллектуальная собственность включает права, касающиеся: | В соответствии с п. 4 ПБУ 14/2000 в состав нематериальных активов входят: | Условный вес не учтенной на предприятиях интеллек- туальной собственности в соответствии с ПБУ 14/ 2000 |
|--|---|---|
| 1) научных, литературных и художественных произведе- ний (сюда входят все научно-исследовательские отчеты, проектно-конструкторские и технологические разработки НИИ, КБ и предприятий) | права на программы для ЭВМ, базы данных, на топологии интегральных микросхем | примерно 95% |
| 2) выступлений исполнителей, фонограмм и программ эфирного вещания | — | более 90% |
| 3) изобретений во всех областях человеческой дея- тельности | права на изобретения, полезные модели, селекционные достиже- ния | — |
| 4) научных открытий | — | 100% |
| 5) промышленных образцов | права на промышленные образ- цы | — |
| 6) товарных знаков, знаков обслуживания и торговых названий и обозначений | права на товарный знак, знак обслуживания, наименование места происхождения товаров | 20% |
| 7) пресечения недобросовестной конкуренции (вклю- чая незаконное использование ноу-хау) | — | 100% |
| | деловая репутация организации, организационные расходы | — |

вновь созданного предприятия и заявили, что доли института юридически в уставном капитале вообще не существует, а потому банк, по сути, монопольно владеет всеми акциями. Правда, банк согласился при этом оставить на долю предприятия в уставном капитале десять процентов. Тем самым не только были обесценены научные результаты десятилетней работы института, и фактическим хозяином этих достижений стал иностранный банк.

Третья, весьма типичная ситуация. Подставная, якобы российская, фирма, фактически действующая от лица и в интересах иностранных партнеров, на торгах приобрела контрольный пакет акций высокотехнологичного научно-производственного объединения вместе с его огромным и ценным архивом, в котором насчитывалось более миллиона единиц уникальных документов. На балансе объединения архив, представляющий собой огромный комплекс интеллектуальной собственности или совокупный нематериальный актив, не числился, поскольку в бухгалтерских нормативных актах такие объекты пока во внимание не принимаются.

Пользуясь этим, новые хозяева объединения, быстренько «заглушили» высокотехнологичное производство, юридически грамотно рассчитали почти весь бесценный состав специалистов, полностью сменили менеджмент, а затем вывезли весь архив якобы в пункт макулатуры. При этом инвентаризационная комиссия, ссылаясь на то же Положение по бухгалтерскому учету, разъяснила авторам изобретений и разработчикам технологий, что в рамках новых указаний все разработки, хранившиеся в архиве, к объектам нематериальных активов и тем более к объектам интеллектуальной собственности не относятся, соответственно оценке не подлежат и потому особой ценности не представляют. Так что все совершается по закону.

ПЛОДЫ НЕСОГЛАСОВАННОСТИ

Во всех трех случаях Положение по бухгалтерскому учету сработало как средство обесценивания многих результатов творческой деятельности ученых и разработчиков и образовало новые бреши в слабых правовых заслонах, препятствующих утечке за рубеж ценных разработок и ноу-хау.

Причиной бед, которые подчас сваливаются на ведущие отечественные высокотехнологичные фирмы и организации, нередко также является неуклюжая и однобокая политика государства по отношению к учету и использованию нематериальных активов и интеллектуальной собственности. Вся политика, к примеру, Минфина РФ фактически направлена на уничтожение льгот, связанных с использованием интеллектуальной собственности, что систематично подрывает наш высокотехнологичный бизнес.

Главный недостаток такой политики состоит в том, что, во-первых, она не опирается на единую государственную концепцию нормативного подхода к использованию такого огромного богатства, каким является интеллектуальная собственность. Такую концепцию должна содержать четвертая часть Гражданского кодекса РФ, посвященная этому виду собственности. Но ее принятие недопустимо затянулось. Очевидно, отечественные парламентарии не совсем ясно представляют последствия подобной проволочки. Во-вторых, нужен и государственный орган, который в целом формировал бы такую политику, отвечал бы за ее реализацию, принимал бы от имени государства наиболее важные решения, касающиеся приумножения и использования интеллектуальной собственности.

В-третьих, не используется конкурсный подход при распределении заказов, связанных с подготовкой проектов нормативных актов по этой проблематике.

Принимая во внимание не все объекты интеллектуальной собственности, используемые в промышленности, а только ту их часть, которая регистрируется Роспатентом, авторы и разработчики Положения по бухгалтерскому учету 14/2000 упустили то, что они весьма различны по сути.

Дело в том, что Роспатент регистрирует не только основные объекты промышленной собственности, но и некоторые объекты авторского права. По Закону «Об авторском праве и смежных правах», в соответствии с п. 1 ст. 9, для возникновения и осуществления авторского права не требуется регистрация произведения, иного его специального оформления или соблюдения каких-либо других формальностей. Авторское право на произведения науки, литературы и искусства возникает в силу факта их создания. Поэтому оно защищается лишь по форме, в первую очередь от незаконного копирования произведения. И этого вполне достаточно, чтобы уберечь интересы автора от возможного ущерба. Но такая мера, как защита по форме, недостаточна, когда, к примеру, речь идет о программном продукте. Если его назвать по-другому и слегка изменить внутреннюю структуру, это будет уже иное авторское произведение. Хотя по сути оно мало чем будет отличаться от первого — защита по форме здесь уже будет неэффективна.

Только учтя все это и можно сформировать систему правовых, экономических отношений в данной области. Если такой системы не будет или, как происходит сейчас, будет наблюдаться тенденция, направленная на последовательную ликвидацию ее уже действующих элементов, это только усилит отток интеллектуальной собственности за рубеж вместе с ее носителями, высококвалифицированными специалистами. Именно такую органическую связь одного с другим имели в виду в США, когда, в отличие от России, ввели в деловой обиход оценку не интеллектуальной собственности как таковой, а интеллектуального капитала.

Если же вернуться к Положению по бухгалтерскому учету, то его нужно доработать, расширив список объектов, учитываемых в качестве нематериальных активов. В США, например, к ним относятся и контракты с сотрудниками, библиотеки и архивы, и списки клиентов, и воздушные права, о которых отечественные юристы и бухгалтеры ничего не знают, и многие другие права, способные приносить доходы. Там их более пятидесяти видов в отличие от наших пяти, прописанных в п. 4 Положения. В Торгово-промышленной палате РФ год назад создан комитет по оценке собственности, в котором есть подкомитет по оценке интеллектуальной собственности. Есть общественная организация ее оценщиков, объединяющая специалистов-практиков, которые готовы сотрудничать и с Минюстом РФ и с Минфином РФ, разрабатывающими такие документы.

МАСШТАБ ОПЛОШНОСТИ

Если бы такое сотрудничество уже было налажено, уверен, в Положении по бухгалтерскому учету 14/2000 наверняка не было бы серьезной несостыковки в тексте, которую можно назвать недоразумением. В п. 2 говорится, что настоящее Положение не применяется в отношении научно-исследовательских, опытно-конструкторских и технологических работ, не давших положительных результатов, а также тех работ, которые не закончены и не оформлены в установленном порядке.

Из этой формулировки совершенно однозначно следует, что в отношении законченных и оформленных надлежащим образом разработок Положение действует. Но в п. 4 этого же документа, определяющем состав нематериальных активов, о таких разработках ничего не сказано. Возникает неясность, из-за которой бухгалтеры и разработчики на предприятиях находятся в состоянии растерянности: как быть, каким из параграфов Положения руководствоваться?

Если буквально следовать сомнительному содержанию противоречащих один другому пунктов Положения, то придется признать, что архивы отраслевых и академических институтов, и особенно Академии наук России, которыми очень интересуются иностранцы, на 99% не являются интеллектуальной собственностью, следовательно, ничего не стоят.

Если попытаться отобразить условный вес неучтенной интеллектуальной собственности на таких предприятиях, как АО «Рыбинские моторы», ОКБ Сухого, АО «Норильский никель», Московский вертолетный завод имени М.Л. Миля, АО «Роснефть», АО «Славнефть», которым наш институт в разное время оказывал услуги, количественно она будет выглядеть следующим образом (см. таблицу): в левой колонке даны формулировки прав интеллектуальной

собственности Стокгольмской Конвенции от 14 июля 1967 г. для сравнения с предусмотренными Положением по бухгалтерскому учету 14/2000.

Как видим, согласно п. 4 Положения в разделе 1 сейчас учитываются только программные продукты, базы данных и топологии интегральных микросхем, которые составляют примерно 5% от общей стоимости научных и других разработок, предусмотренных Стокгольмской Конвенцией.

В разделе 2 отражены объекты интеллектуальной собственности, относящиеся к сфере искусства и СМИ, из них мало что фиксируется в Роспатенте.

В разделе 3 отмечены объекты, регистрируемые в Роспатенте.

В разделе 4 названы произведения, не регистрируемые в патентном ведомстве, но, по сути, составляющие произведения высшей пробы.

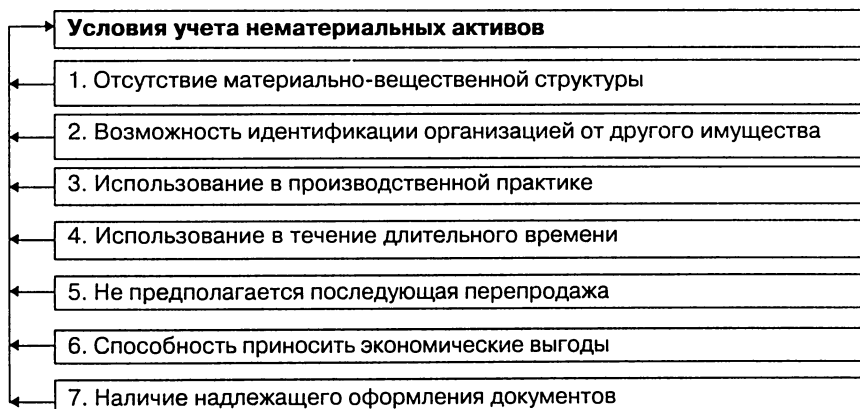
В разделе 5 — объекты регистрируемые в Роспатенте.

В разделе 6, касающемся товарных знаков, 20% неучтенной интеллектуальной собственности относится к правам на фирменные наименования, которые не фиксируются из-за того, что нет специального закона. Фирменные наименования нередко регистрируются как товарные знаки, но далеко не всегда, если наименование организации длинное, то, как правило, оно не проходит регистрацию как промышленная собственность.

В разделе 7 к объектам, учитываемым на балансе предприятия, в основном могут относиться ноу-хау, которые игнорирует Положение по бухгалтерскому учету 14/2000.

При оформлении интеллектуальной собственности в качестве нематериального актива, с нашей точки зрения, должно учитываться множество факторов, которые можно разделить на три принципиально отличающиеся друг от друга специфические группы. Это технико-

Схема 1



технологические, юридические и экономические факторы. Если под нематериальными активами, как принято, например, в США, понимать права и привилегии, то мы согласны с тем, что далеко не все из них следует ставить на баланс. В нем должны быть весьма перспективные в стратегическом смысле и реально используемые в бизнесе активы.

Обычно мы советуем нашим клиентам вести отдельный реестр нематериальных активов, в котором следует учитывать и регистрировать все их объекты, включая любые полезные для предприятия результаты творческой деятельности. Каждый творческий продукт и каждое юридически оформленное право на эффективные решения, которые могут быть использованы в бизнесе, должны подлежать обязательному учету. И его не следует путать с бухгалтерским учетом, в котором все подчинено пресловутому Положению, уже нанесшему немало ущерба.

Судя по имеющемуся опыту, можно и нужно отдельно вести учет интеллектуальной собственности и других нематериальных активов (см. схему 1). Если же в учетной политике коммерчески полезного творчества руководствоваться только Положением, то результаты будут оцениваться по четырем вариантам, представленным на схеме (см. схему 2). И какой из четырех результатов будет доминирующим на данном предприятии, покажет только время или экспертиза эффективности использования нематериальных активов.

На схеме наглядно показано, что результаты интеллектуальной деятельности зависят от качества правового и экономического управления в этой сфере.

Правовое управление интеллектуальной собственностью на предприятии в основном сводится: во-первых, к нормативному регулированию отношений в сфере интеллектуальной собственности. Речь идет о наличии и мобильном использовании баз правовых норм и отслеживании всех изменений в законодательстве, своевременной подготовке рекомендаций для коррекции внутренней политики предприятия; во-вторых, к своевременной регистрации результатов творческой деятельности, устанавливающей авторство и имущественные права на ее результаты; в-третьих, к наведению порядка в договорных отношениях с внешними и внутренними инвесторами, фиксируемых в лицензионных контрактах и договорах об уступке прав коммерческой концессии, в контрактах с высококвалифицированными и информированными работниками, способными повышать эффективность работы предприятия; в-четвертых, к подготовке к реальным, потенциальным судебным разбирательствам, а также к использованию заранее продуманных мер в их процессе; в-пятых, к соблюдению антимонопольного законодательства, предупреждению нарушений применительно к деятельности предприятия.

Все эти требования вполне выполнимы, так как экономическое управление нематериальными активами достаточно подробно прописано в бухгалтерском учете, системе налогообложения, инве-

**Влияние оформления ИС в качестве нематериальных
активов на результаты реализации в бизнесе**



стиционной, кредитно-финансовой и таможенной политике предприятия.

Тем не менее, на наш взгляд, следовало бы: во-первых, быстрее доработать Четвертую часть Гражданского Кодекса РФ с позиции корректности формулировок всех объектов интеллектуальной собственности, обозначенных в Стокгольмской конвенции 1967 г., и присовокупить сюда же статьи о коммерческой концессии; во-вторых, ввести в ГК РФ нормы экономического льготирования и поощрения правообладателей высокоэффективной интеллектуальной собственности. В-третьих, определить в ГК РФ юридический статус НИОКР как объектов исключительных прав; в-четвертых, отметить необходимость обязательного авторского сопровождения всех нововведений по всему инновационному циклу, что позволит резко повысить качество реализуемых изобретений; в-пятых, установить право ставить на баланс нематериальные активы по условной стоимости (хотя бы по минимальной). Это необходимо, чтобы обеспечить полноту их учета.

И все это нужно бы делать достаточно быстро, качественно и организованно, имея в виду, что Россия готовится вступить в ВТО, которая строит свою деятельность на основе международных договоров, содержащих нормы, регулирующие отношения в сфере интеллектуальной собственности.

ЛУЧШЕЕ В МИРЕ РУЖЬЁ

Мы часто сталкиваемся с некорректными оценками, продиктованными с одной стороны волей заказчика, с другой – некомпетентностью оценщика.

Но то с чем мы столкнулись в Туле было примерно как все наоборот. Слово в сказке Бажова, мы проникли в сокровищницу хозяйки медной горы и увидели тысячи уникальных творческих решений, словно тысячи самоцветов, сверкавших каждый по своему, но вместе составляющих одну большую сокровищницу в виде производства тульского охотничьего ружья под товарным знаком МЦ. Оно-то и напоминало нам сокровищницу хозяйки медной горы.

Спустя три месяца мы оценили права на товарный знак МЦ лишь в 21 миллион долларов. И увидели, что против более высокой заслуженной оценки здесь работает целый ряд неудобно выстроившихся негативных факторов. Причем большинство из них выстраивают конкуренты в борьбе за рынок. С позволения наших заказчиков мы некоторые из них здесь приведем. Поскольку это может стать уроком для многих наших хорошо обучаемых менеджеров и народных избранников, способных изменить ситуацию к лучшему.

МЦ — РОССИЙСКИЙ БРЭНД

Комплекс тульского стрелкового оружия, выпускаемого под товарным знаком МЦ, известен во всем мире, поскольку отдельные модели реально являются лучшими в мире и до сих пор по ряду основных показателей явно превосходят все современные аналоги. Так далеко не все знают, что дождь золотых, серебряных и бронзовых медалей олимпийских игр и мировых первенств, регулярно уже не один десяток лет как с неба сваливается на нашу олимпийскую сборную и во многом он связан с качественным превосходством ружей, изготовленных под знаком МЦ. Так на олимпийских играх, чемпионатах и кубках мира и Европы спортсмены, стрелявшие из этого оружия, на сегодняшний день уже завоевали 133 золотых, 110 серебряных и 86 бронзовых медалей. Высокий технический уровень охотничьего и спортивного оружия МЦ неоднократно отмечался на международных выставках и ярмарках. В 1972 г. в Париже была получена высшая награда – Grand Prix. Затем золотые медали и дипломы наши ружья получили в В Лейпциге, Брно, Загребе, Брюсселе и Монреале.

Оружие такого уровня, существующее вне времени, создается лишь несколькими всемирно известными фирмами, такими, как «Гол-

ланд-Голланд», «Пердей», «Франкотт», «Беретта», «Лебо», «Хейм». Эти фирмы как и компания Кока-кола обладают ноу-хау не стареющими во времени. Однако по результатам олимпийских игр, мировых и европейских первенств тульское ружье опережает всех. Следовательно ноу-хау тульских оружейников тем более ценны и не подвержены моральному износу. Но между производителями этого оружия также существует конкуренция, где основным критерием является показатель цена/качество. Критерий цены, можно сказать, почти всегда очевиден, он заявляется продавцом и отмечен в рекламных проспектах и прайс-листах. А вот критерий качества не всегда очевиден даже для изделий, продаваемых под одним и тем же товарным знаком. Именно это особенно характерно для ружей МЦ.

Начало славы тульского оружия исходит от Петра Первого. Поначалу как лучших товаропроизводителей он поддержал своей привилегией искусных тульских оружейников. Благодаря этой привилегии туляки гарантировали высокое качество своих изделий, а царь гарантировал им государственные заказы и льготы по налогам. Затем в 1712 году Петр I основал в Туле первый в России казенный оружейный завод для вооружения российской армии. Здесь в последствии также были созданы знаменитая трехлинейка образца 1891г. системы С.И.Мосина и русский вариант пулемета «Максим».

Позднее, в советское время на базе этого производства и на многолетних традициях школы оружейников возникло конструкторская группа, а затем и Центральное конструкторское исследовательское бюро спортивно-охотничьего оружия (ЦКИБ СОО). Этой организацией была разработана ныне известная всему миру современная модель марки МЦ. Всего за годы существования этой уникальной и единственной в мире школы ЦКИБ СОО было создано более 100 моделей спортивного и охотничьего оружия марки МЦ.

Однако еще в советское время, чертежи на изготовление отдельных моделей МЦ были переданы в промышленность. Так Тульский оружейный завод (ТОЗ) стал производить охотничьи ружья марки МЦ не как единичные уникальные изделия, а как массовые изделия - до 10000 штук в год. Производство ружей было поставлено на поток. Соответственно качество и цена при этом стали намного ниже, чем в ЦКИБ СОО.

Поскольку оба производителя этих ружей и ТОЗ, и ЦКИБ СОО свою продукцию продают за рубежом, то ружья ТОЗ как продавца более массового и низкокачественного изделия определенным образом дискредитируют этот товарный знак и сбивают цену и спрос на уникальные изделия ЦКИБ СОО. К сожалению, наше законодательство пока не способно однозначно решить эту проблему в пользу ЦКИБ СОО - владельца прав на товарный знак, возникший еще в советское время. Спор между ЦКИБ СОО и ТОЗом сегодня не закончен. Такая несогласованность между отечественными про-

изготовителями, использующими на внешнем рынке один и тот же товарный знак на руку только конкурентам, использующим любую возможность чтобы вытолкнуть с рынка опасного соперника.

В результате цены на мировом рынке на престижные марки МЦ остановились на уровне 4,5 тысяч долларов США, а зарубежные аналоги такие как Merkel 303E (Германия), Berretta S06 (Италия), Pirugini-Visini Classic (Италия) и Piotti Boss (Италия) стоят от 21 до 31 тысячи долларов США. При этом они не превосходят по качеству тульские ружья.

В оружии, как и в любом виде техники, существует общепринятая градация, оценивающая его функциональные достоинства и технический уровень, которые определяют конкуренцией, технологией изготовления, качеством применяемых материалов, уровнем квалификации исполнителей, традициями и именем школы и ее мастеров. Тульское оружие зарекомендовало себя с самой лучшей стороны и в любых боевых условиях и в спорте.

Таким образом, в условиях перестройки и ломки сложившихся отношений, обнищания госбюджета и зарплаты бюджетников, иностранные конкуренты быстро поняли уязвимость такого положения и активизировали свои действия против «ЦКИБ СОО».

В частности известная итальянская Berretta решила материально поддерживать лучших российских стрелков-чемпионов олимпийских игр, мира и Европы, выплачивая каждому из них своеобразную стипендию в несколько сотен долларов в месяц, но при условии, что стрелять на мировых и европейских первенствах, а тем более на олимпийских играх стипендиаты будут только из их оружия. Расчет был на то, что массовый переход ведущих российских спортсменов с тульских ружей на ружья фирмы Berretta и, разумеется, завоеванные золотые, серебряные медали на итальянском оружии всему миру продемонстрирует явное превосходство продукции фирмы Berretta над тульским ружьем. В конце концов тульский конкурент будет подавлен и лишится своей ниши на рынке. К сожалению, в этой непатриотичной для нас сделке между нашими стрелками и итальянской фирмой «черным» посредником оказались некоторые чиновники из Госкомспорта РФ.

Однако дальнейшие события разворачивались совсем не в пользу фирмы Berretta. Получив новые итальянские ружья, многие стипендиаты так и не смогли стать медалистами самых престижных мировых первенств. Твердая рука и меткий глаз не могут заменить качество оружия. В результате некоторые из них вынуждены были отказаться от стипендий итальянской фирмы и вернуться к тульскому оружию. И сегодня идет обратный процесс возврата к отечественному ружью.

Сегодня эти проблемы решаются на уровне отношений между ТОЗ и ЦКИБ СОО за право более правильного маркирования своего товара на мировом рынке. Однако это не только межкорпо-

ративная проблема. Она к тому же и государственная, поскольку подобных случаев производства товаров разного качества под одним и тем же товарным знаком множество.

Подобный натиск зарубежных конкурентов на немногочисленных российских товаропроизводителей, сумевших вопреки нашей неудачной многолетней государственной экономической политике выйти-таки на международный рынок, не является чем-то необычным. Российский товаропроизводитель западных промышленников и продавцов интересует только на самом дешевом сырьевом рынке.

За любой высокотехнологичный рынок нужно буквально сражаться и отвоевывать его. А эту политику следует выстраивать не один год. Но на государственном уровне наши чиновники, к сожалению, почему-то не спешат с обновлением устаревших норм обращения с интеллектуальной собственностью. Много лет ведутся разговоры о доработке Патентного закона и закона о товарных знаках. Нет нормальных норм по ноу-хау. Регистрация фирменного наименования входит в противоречие с зарегистрированным товарным знаком. Принятие части Гражданского кодекса, посвященной интеллектуальной собственности затянулась до неприличия. Более пяти лет Госдума и Президент и Правительство не могут решить эту задачу. А рынок, как известно, ждать не умеет и никаких объяснений не слушает. Деньги и время на рынке настолько взаимозависимы, что богатым становится только тот, кто это понимает и не ленится.

АНАЛОГИЧНАЯ ПРОБЛЕМА

Количество судебных споров по этой проблеме уже зашкаливает за разумные пределы. Роспатент подготовил, проект ее решения, одна из его идей например, состоит в национализации известных советских брэндов. Пока же предприятиям-родителям известных товаров приходится судиться. Так, в июне прошлого года на заседании Апелляционной палаты Роспатента свои права на «Мишку на севере». ЗАО «Кондитерская фабрика имени Крупской» отстояла. Успешно отбил попытки отобрать брэнды «Белочка» и «Рачки» АЗОТ «Первый кондитерский комбинат «Азарт». Название конфет «Снежок» отстояла московская фабрика «Красный Октябрь».

И как ни странно, права кондитеров на их брэнды оспаривал самарский завод «Жигулевское пиво». А причина вот в чем. Более двух лет назад этот завод, зарегистрировавший одноименный товарный знак в 1992 году, предъявил иск ряду российских пивоваренных предприятий. также выпускающих пиво «Жигулевское», потребовав от коллег либо платежей, либо отказа от этого знака. После долгих разбирательств Роспатент принял неожиданное ре-

шение — признать название «Жигулевское» видовым понятием и регистрацию данного знака аннулировать.

Лишенный брэнда завод не остался в долгу и подал новый иск против нескольких десятков известных советских брэндов, которые хотел зачислить в категорию «общепринятых», следуя логике решения Роспатента. В «черный список», кроме уже упомянутых конфет, попали водки «Столичная», «Московская», «Охотничья», «Зубровка», табачные изделия «Прима» (московская ассоциация «Табакпром»), «Беломорканал» («Р. Дж. Р. — Петро») и еще около 40 брэндов конфет, печенья, сигарет и спиртных напитков.

В российском патентном ведомстве сегодня запросто регистрируются товарные знаки, широко используемые на рынке, но не прошедшие регистрацию. Возможность этого имеет правовую основу. В статье 8 Закона «О товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товаров» говорится, что заявка на регистрацию товарного знака должна включать следующие документы:

- заявление о регистрации обозначения в качестве товарного знака с указанием заявителя, а также его местонахождения или местожительства;
- заявляемое обозначение и его описание;
- перечень товаров, для которых испрашивается регистрация знака, сгруппированных по Международной классификации товаров и услуг для регистрации знаков.

Здесь ни слова не сказано о том, кто, когда и по чьему заданию разработал этот знак и кто его уже открыто использовал и сегодня использует в своей коммерческой деятельности. Думается, однако, что заявитель не должен все же регистрировать чужие торговые обозначения, заведомо зная, что это не его авторское произведение, не им созданное, не им заказанное и оплаченное.

Упрощенная форма регистрации облегчает присвоение чужих товарных знаков, породила по крайней мере два негативных явления.

Во-первых, сформировался целый сектор полукриминального бизнеса вымогателей, которые регистрируют на себя права на чужие товарные знаки. Затем они продают их по сути их же реальным хозяевам, по тем или иным причинам не успевшим зарегистрировать эти знаки в патентном ведомстве. Отметим также, что эти знаки могут рассматриваться и как объекты авторского права, которые не требуют обязательной регистрации и потому не могут присваиваться и регистрироваться кем попало. Однако до сих пор все это происходит.

Во-вторых, торговые обозначения в виде наименований каких-то известных изделий, созданные еще в советское время и потому по праву принадлежащие государству, могут запросто быть зарегистрированными любым заявителем. А если еще заявитель

как-то причастен к появлению на свет, таких изделий, то ни у кого не возникает сомнений законности его притязаний. Права на эти бренды принадлежали государству, были оформлены как наименования рецептуры продуктов или конструкции уникальных изделий, разработанных научно-исследовательскими институтами. После появления у нас в стране законодательных основ интеллектуальной собственности, объекты которой названы в принятом 24.02.1990 года Законе «О собственности в РФ», и выхода 23.09. 1992 года ряда законов — патентного, по товарным знакам, авторским и смежным правам и других, началась тихая приватизация интеллектуальной собственности. Кто не успел, тот опоздал. А самые сообразительные предприниматели успели зарегистрировать на себя известные бренды, поскольку законодательство позволяет это сделать любому, кто первый пришлет свою заявку в патентное ведомство.

В подготовленных Роспатентом поправках к закону о товарных знаках, не предусматривается, однако, запрет на регистрацию уже используемых на рынке известных знаков. В форме заявления на регистрацию торговых обозначений не предусмотрен ответ на вопрос об использовании этого знака заявителем или другими лицами, хотя в зарубежных странах патентные ведомства этот вопрос ставят. Также там есть вопросы об авторах — разработчиках товарного знака. Поэтому, если примут новые поправки к закону в том виде, как это есть сегодня, то конфликты не исчезнут.

ОСТОРОЖНО: СПЕЦИАЛИСТ!

Традиционно на наших предприятиях сложилось так, что, принимая на работу высококвалифицированного специалиста для решения какой-то творческой задачи, мы оформляем с ним трудовые отношения точно так же, как и с любым другим работником. И при этом делаем ряд грубых ошибок, которые в будущем могут стоить нам бизнеса в целом. Вот несколько историй, в которых в разное время разбирались юристы нашего института.

ИСТОРИЯ ТОРФЯНОГО КИРПИЧА

Несколько лет назад одно из предприятий небольшого подмосковного городка освоило производство нового строительного материала — кирпичей из торфа. Торф в этой местности находится в избытке. Осушая болота, производители торфяного кирпича выпускали легкий с высоким тепловым сопротивлением и достаточной прочностью строительный материал, из которого можно строить одно- и двухэтажные дома.

Секрет прочности торфяного кирпича был скрыт в химической формуле связующего материала, полученного опытным путем. Для того чтобы лучше понять химические свойства этого вещества и затем запатентовать новый материал и технологию его получения, потребовался специалист высокой квалификации. И такой вскоре нашелся. Он был рекомендован директору как известный в своей области исследователь, работающий в отраслевом НИИ.

Вскоре встреча со специалистом состоялась, и ему было предложено выполнить работу по исследованию свойств связующего материала. Трудовые отношения с ним были заключены на основании лишь заявления с просьбой назначить на должность и трудового договора. Других документов оформлено не было.

После того как ученый изучил механизм получения эффекта упрочнения стенок торфяного кирпича, он понял, что может без предприятия запатентовать это вещество и стать обладателем весьма дорогостоящего изобретения. Превратить затем патент в приличный капитал было для него не очень сложно.

Руководители предприятия, почувствовав опасность от возможных непредвиденных действий этого специалиста, стали спешно при-

нимать меры по правовой защите своих интеллектуальных наработок. Чем закончится это дело, пока не известно.

ИСТОРИЯ ТЕСТИРОВАНИЯ И НАЛАДКИ

В одну из крупнейших телефонных компаний России несколько лет назад был принят специалист для решения задачи по тестированию и наладке телекоммутационного оборудования. За два года он провел исследования, разработал техническую документацию и изготовил устройство для тестирования, диагностирования и наладки этого оборудования. И после того, как получил одобрение и признание тестов, проводимых с помощью этого оборудования, создал собственное малое предприятие и, не подготовив себе смену, уволился. А все, что разработал, забрал с собой. После его ухода обеспечить нормальную работу оставшегося бесхозного оборудования и полноценное применение разработанных им тестов эта телефонная компания так и не смогла. Ноу-хау, без которых вся его система не работает, он так сказать, «приватизировал». Через некоторое время заключил долгосрочный договор со своей прежней компанией и стал оказывать ей и другим подобным же предприятиям платные услуги.

Таких случаев немало. Эта проблема в большей степени характерна для крупных российских компаний и организаций. В меньшей степени она типична для средних и малых предприятий.

ИСТОРИЯ ОДНОЙ ЭКСПЕРТИЗЫ

Пять лет назад в Москве была организована новая фирма по экспертизе ценных активов, проводимой для предприятий и физических лиц. И поскольку подобная процедура для России до последнего времени была делом новым и неосвоенным, то решено было тщательно изучить зарубежный опыт. Фирма провела маркетинг, выявила мировых лидеров в теории и практике этого вида экспертизы, выписала и оплатила специальную литературу из-за рубежа. А спустя время организовала стажировку своих работников за границей, соответственно оплатив ее. Год спустя руководство фирмы предложило этим специалистам подготовить новые методики проведения экспертизы для того, чтобы расширить поле деятельности фирмы, обучать на их основе новых экспертов.

И вот тут-то упомянутые специалисты заявили, что возьмутся за дело только в том случае, если созданные ими методики изначально будут принадлежать им, а не фирме, в которой они тру-

дятся, и должны распространяться по стране как их авторские работы. Свое требование специалисты обосновывали тем, что это они, а никто иной, перевели с английского использовавшиеся за рубежом методики, творчески их переработали и адаптировали к российским условиям. И теперь руководство фирмы вынуждено заключать с ними договор на разработку этих методик как со специалистами экстра-класса, то есть по самой дорогой цене. А ведь этого руководство фирмы могло избежать, заключи оно соответствующий договор со своими сотрудниками, давая им свое задание, — тогда новые методики бесспорно принадлежали бы фирме, а не им.

СИНДРОМ ДОВЕРЧИВОСТИ

За последние годы случаи присвоения сотрудниками компаний их интеллектуальной собственности приобрели угрожающие размеры. Руководители предприятий ищут подходящих работников, вкладывают свой капитал в их обучение, а затем они начинают диктовать свои условия и ломать весь бизнес.

Ахиллесова пята многих российских предпринимателей состоит в том, что, принимая на работу высококвалифицированных специалистов, свои отношения с ними они стараются строить на добрых пожеланиях и взаимном доверии. Особенно это касается весьма интеллигентных руководителей, придерживающихся демократичного стиля управления. Трудовые отношения при этом обычно фиксируются чисто формально: заявление, анкета и приказ с указанием должности, размера зарплаты и кратко изложенными служебными обязанностями. Все остальные вопросы работодатель предполагает впоследствии решить вместе с трудоустроенным сотрудником, в рабочем порядке. Но со временем, при создании коммерчески ценной информации, выясняется, что работник, завладев этой информацией, не собирается с ней расставаться, стремится ее присвоить. Он считает, что она создана им, и поэтому должна принадлежать полностью или хотя бы частично ему. Нередко от таких самозванных претендентов на интеллектуальную собственность можно услышать, что, мол, кончился социализм и прошло время, когда они горбатились на своих руководителей, включая их в соавторы и подтверждая это в научно-исследовательских отчетах. После таких заявлений и соответствующих им действий заинтересованные стороны вступают в противоречие друг с другом, и с этого иногда начинаются конфликты.

Заемствования, присвоение интеллектуальных продуктов наемным работником обусловлены тем, в первую очередь, что за долгие годы административной экономики игнорировались права соб-

ственности вообще. Права на все интеллектуальные продукты, кроме авторских, принадлежали государству. Потому и отношение к таким продуктам и к правам на них было как к ничейным. Достаточно строго к хищению ценной информации относились только там, где был режим секретности. Специалист переходил на новую работу в другое предприятие и уносил с собой все накопленные на предыдущей работе сведения вплоть до научных отчетов и чертежей. Государственные органы при отсутствии режима секретности обычно к этому относились безразлично. Один научно-исследовательский институт переманивал у другого хорошо подготовленного и методически оснащенного высококвалифицированного специалиста вместе со всем его интеллектуальным багажом и инструментарием — и это никаких конфликтов, как правило, не вызывало. Ну а во времена перестройки, снижения уровня бюджетного финансирования стихийная приватизация началась прежде всего в сфере интеллектуальной собственности.

Все это стало обычным и массовым явлением. Но и сегодня продолжается все то же самое. Более половины научно-технических фирм в России, по нашим оценкам, создано за последние десять лет на основе разработок, принадлежащих госучреждениям, невольно превратившимся в бесплатных доноров и в бизнес-инкубаторы. И эта проблема характерна не только для НИИ, КБ и проектных организаций. Она присуща всем государственным учреждениям, имевшим коммерчески ценную информацию. В частном бизнесе продолжают вести себя так же, как и в госучреждениях.

Как свидетельствует отечественная практика, подобное происходит в основном там, где предприниматель доверился своим знакомым или родственникам. Строить отношения на доверии можно с проверенными партнерами и там, где в основном все просто и ясно. Но в сфере интеллектуальной собственности, там, где трудно очертить границы своего и чужого, где ценные сведения улавливаются на слух, а затем оформляются как свои собственные результаты, доверие должно быть поддержано детальными взаимными обязательствами.

УЧИТЫВАТЬ В КОНТРАКТАХ

Ни один лидер на мировом рынке высоких технологий не был бы таковым, если бы со стороны своего персонала допускал подобную «приватизацию» интеллектуальной собственности у себя. Эффективное средство против «интеллектуальных клопов» за рубежом — надежные законы и контрактные обязательства. Принимая на работу высококвалифицированного специалиста, зарубежная фирма четко фиксирует все, что им создано на сегодняшний

день. Этот работник предъявляет руководству фирмы все свои научные труды и наработанные им лично методики. Фирма эти труды не присваивает, но фиксирует все, что им уже создано. На все дальнейшие разработки с работником заключается контракт, в котором оговаривается, что все созданное по данной теме в будущем заведомо принадлежит фирме. И все новые публикации им должны готовиться и передаваться в издательства только с ее разрешения. И это не все. Если работник увольняется и переходит в другую фирму, то в соответствии с принятыми на себя контрактными обязательствами он не может там работать по этой теме. Или же его новые работодатели выкупают то право у предшественника. И более того, все, что будет создано этим работником в течение трех, пяти или десяти лет после увольнения, будет принадлежать этой фирме. Иначе теряется смысл вкладывать в этого работника значительные средства и обеспечивать его уникальной информацией.

В этом же контракте оговаривается, что если напрямую на него выходят с переговорами по этой теме, то он тут же обязан об этом информировать своих работодателей. В противном случае он нарушает их права и должен нести ответственность в виде больших штрафов или лишения свободы.

На основе положений нашего трудового законодательства и статей Гражданского кодекса работодатель может подписать с нанимаемым работником подобный договор, но ответственность нарушителя в этом случае, если она заранее не оговорена, по нашему законодательству будет незначительной, ввиду сложности оценки нанесенного ущерба. Поэтому ответственность также должна предусматриваться в трудовом договоре. Работник вправе отказаться от таких условий и искать более выгодные. Наступают времена, когда желающий стать уникальным и известным специалистом должен учиться, приобретать ценную информацию и вести разработки за свой счет. А обогащаться за счет своего работодателя скоро станет очень невыгодно, как это уже принято во всем цивилизованном мире.

ЛЕГАЛЬНЫЕ КАНАЛЫ УТЕЧКИ НАУЧНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ ИНФОРМАЦИИ

- сотрудники своей организации, в случае отсутствия режима охраны служебной и коммерческой тайны
- передача документации на экспертизу или депонирование
- передача опытного образца, изделия на испытание потенциальным покупателям или партнерам
- ответы на вопросы при выступлении на семинарах или симпозиумах

- получение консультаций по смежной или подобной тематике у обладателей ноу-хау
- описание секретов в инвестиционном проекте при оформлении кредитов
- подготовка пояснительной записки к НИР при получении грантов и финансовой помощи от зарубежных спонсоров
- участие в совместных разработках с равными правами на использование результатов
- разработка целевых НИР по выделенным грантам
- обращение за консультацией к зарубежным консалтинговым фирмам
- приглашение специалистов по срочным контрактам
- публикация научных статей с изложением сути разработок
- приглашение для оппонирования диссертаций или других научных работ
- обсуждение научных проблем и диссертационной тематики на кафедре
- получение целевых отзывов у ведущих специалистов
- публикация в патентном бюллетене при регистрации объекта интеллектуальной собственности
- публикация рекламных проспектов с описанием технических преимуществ.

СЛОВАРЬ ОСНОВНЫХ ТЕРМИНОВ

Терминология в международной научно-технической и коммерческой практике, адаптированная к условиям российского бизнеса и разработанная СОИС

Активы — конкретные единицы бухгалтерского и статистического учета юридического лица.

Брэнд — заявленный и широко и неоднократно разрекламированный на рынке товарный знак, известный потребителю и конкурентам. Знак, вызывающий определенные устойчивые ассоциации у значительной части потребителей (клиентов), конкурентов, партнеров по бизнесу.

Брэнд-менеджмент — управление персоналом на основе конкретных брэнд-стратегии и брэнд-технологий.

Брэнд-оценка — стоимостная и нестоимостная оценка брэнда.

Брэнд-стратегия — стратегия по продвижению на рынке и удорожанию брэнда.

Брэнд-технология — технологии по удорожанию брэнда на основе конкретных процедур и операций, обеспечивающих продвижение его на рынок и формирование доверия потребителей и их предпочтений в конкурентной среде.

Высокие технологии — технологии, использующие новые высокоэффективные знания и опыт интеллектуалов. Быстро обновляющиеся сложные технологии производства и реализации наукоемких продукции и услуг.

Высокотехнологичный бизнес — бизнес, основу которого составляют высокие технологии.

Высококачественная идея — это идея, обладающая свойствами компактности, полезности, оригинальности, и воспроизводимости (технологичности).

Высокотехнологичное производство — производство, в структуре которого активно действуют научно-исследовательские, опытно-конструкторские и опытно-технологические подразделения, затраты на которые, по мнению специалистов нашего института, составляют не менее 10 процентов в себестоимости основной продукции, а основные технические, технологические и дизайнерские решения защищены патентами и свидетельствами.

Знания — это проблемно-ориентированная, индивидуально сформированная в каждом сознании, а также на различных матери-

альных носителях; система нестареющей или медленно стареющей информации, способная, сжимаясь и расширяясь до нужного интеллектуалам размера, максимально объективно оценивать сложные процессы, явления и результаты, обеспечивая данному интеллектуалу оптимальную безопасность и душевный комфорт.

Идеосфера — сфера идей, знаний, способностей, навыков, опыта и результатов творчества субъекта и его инфраструктуры, обеспечивающей их практическое использование. Субъектами в данном случае могут быть абстрактные и конкретные личности, семья, предприятие (организация), мегаполис, регион, государство, содружество государств, человечество.

Инженерная модель организации предприятия — это модель, отражающая материальные потоки как базовую ценность в управлении. Менеджеры инженерной модели соревнуются меж собой на основе количественных признаков преимущественно в ресурсной сфере (количество площадей, объемов переработки, единиц оборудования, изготовленных изделий, числа подчиненных и т.д.). Это модель была доминирующей в советский период.

Инновационный капитал — интеллектуальный капитал, участвующий в обновлении основных и вспомогательных технологий производственной и коммерческой деятельности данного юридического лица.

Инновационная модель организации предприятия — базируется на создании и использовании юридически защищенных инноваций, как на базовой стратегии развития бизнеса и признании монопольного рынка, как наиболее цивилизованного. Юридической основой этого типа модели и любого высокотехнологичного бизнеса является международное законодательство по интеллектуальной собственности.

Инновационная способность — способность создавать новое качество в рамках заданной технологии, повышая общую эффективность системы. Творческая способность — одна из составляющих инновационной способности.

Интеллектуал — конкретное физическое лицо, обладающее уникальными способностями, знаниями и опытом и зарабатывающее основную свою зарплату за счет них.

Интеллектуальные активы — интеллектуальная собственность, знания, опыт и навыки персонала, другие результаты творческой деятельности, используемые в хозяйственной деятельности, способные приносить доходы в бизнесе.

Интеллектуальные вложения — инвестиции в виде прав и результатов творческой деятельности.

Интеллектуальный капитал — стоимость совокупности отчуждаемых и неотчуждаемых интеллектуальных активов, участвую-

щих в хозяйственной деятельности юридического лица, включая интеллектуальную собственность.

Интеллектуальные продукты — продукты творческой деятельности или, более широко, результаты интеллектуальной деятельности, создаваемые для нужд обновления любых общественных ценностей.

Интеллектуальная собственность — исключительные права на результаты творческой (интеллектуальной) деятельности и приравненные к ним средства индивидуализации юридического лица (в соотв. со ст. 138 ГК РФ). Однако следует отметить, что речь идет только об отчуждаемых от физического лица результатах творческой деятельности и соответственно о правах субъекта.

Интеллектуальные технологии — технологии по производству и использованию знаний, развитию навыков и способностей.

Капитал — экономический потенциал в виде накапливаемой и/или расходуемой стоимости совокупности всех активов, участвующих в экономической деятельности данного юридического лица. Это фактический потенциал стоимости всех активов у конкретного лица или лиц, действующих в конкретном бизнесе. Капитал может быть материальным (физическим), финансовым и интеллектуальным. Капитал — это потенциал, выраженный стоимостью.

Клиентский капитал — отношение рынка к данному юридическому лицу, выраженное стабильной стоимостью покупок и других взаимно выгодных вкладов со стороны клиентов в адрес данного юридического лица.

Маркетинговая модель организации предприятия — основана на экономических механизмах извлечения прибыли на свободном рынке. Организаторы бизнеса соревнуются меж собой в объемах и скорости накопления капитала. Идеология этой модели допускает любые доступные средства для обогащения, включая подделку товаров.

Мыслительные или аналитические способности — способность анализировать и делать правильные выводы, состоятельность которых можно оценить лишь со временем.

Наукоемкая продукция — продукция, большую часть стоимости которой составляют интеллектуальные вложения. Продукция, в себестоимости которой значительна доля затрат на научно-исследовательские и опытно-конструкторские и технологические работы.

Наукоемкая продукция отрасли — продукция, характеризующаяся показателем наукоемкости, превышающим среднеотраслевой уровень примерно более чем на 20—30 процентов.

Наукоемкость — это показатель отражающий пропорцию затрат между научно-технической деятельностью и производством,

приходящихся на единицу продукции. Иногда наукоемкость рассчитывают как соотношение между числом занятых в научной деятельности, и числом занятых в производстве, на предприятии или в отрасли.

Неадекватность научно-рыночных отношений — несоответствие складывающихся тенденций развития рыночных направлений сложившимся научным традициям.

Опыт — способность быстро адаптироваться в новой или быстро обновляющейся сложной производственной, коммерческой и другой деловой обстановке, основанная на знании технологий и некоторого разнообразия сложных производственных отношений.

Оценка потенциальная, прогнозная — оценка возможной стоимости объекта оценки в будущем при активной целенаправленной деятельности и стечении ряда благоприятных обстоятельств. Здесь принимается прогнозный период свыше 2—3 лет.

Оценка реальная — определение стоимости объекта оценки, исходя из реально сложившегося на настоящий момент состояния бизнеса, или другой хозяйственной деятельности.

Продукция наукоемких отраслей — продукция отраслей, где наукоемкость превышает народнохозяйственный уровень не менее, чем на 30 процентов.

Самостоятельность субъекта — умение находить и эффективно решать актуальные проблемы в рамках конкретной организации на рынке товаров и услуг, становясь при этом финансово самостоятельным и независимым от складывающейся в ближайшем окружении конъюнктуры мнений и отношений.

Система знаний — это организованная для определенных целей система экспертной информации с рекомендациями, полезными для решения проблемы.

Состоятельность субъекта — соответствие или идентичность того, что заявляет субъект, официально декларируя по поводу назначения и качества собственной продукции, и тем, что есть на самом деле, тем как это оценивает рынок и независимые эксперты.

Структурный (организационный) капитал — интеллектуальный капитал, кроме человеческого и клиентского, работающий на получение текущих доходов и прибыли в рамках организационной структуры управления и на территории данного юридического лица.

Типы организации предприятия (организационные типы) — Базовые классификационные разновидности организации хозяйствующих субъектов на основе выделения доминирующих ценностей, продиктованных внешними условиями. В этой классифика-

ции базовыми являются три типовые модели организации предприятий: инженерная, маркетинговая и инновационная.

Творческая способность — способность генерировать новые высококачественные идеи, пригодные для полезного практического использования.

Человеческий капитал — стоимость совокупности знаний, опыта, навыков и способностей физических лиц, участвующих в хозяйственной деятельности юридического лица. Это неотчуждаемый от физических лиц капитал.

Экзокапитал — капитал субъекта, работающий во внешней по отношению к нему сфере субъекта.

Эксоправа — права субъекта, используемые во внешней по отношению к нему сфере, включая имущественные и неимущественные права.

Эндокапитал — капитал субъекта, работающий внутри субъекта.

Эндоправа — права субъекта, используемые во внутренней сфере субъекта, включая имущественные и неимущественные права.

ЗАО «ИНСТИТУТ СЕРТИФИКАЦИИ И ОЦЕНКИ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ И БИЗНЕСА»

Институт был создан 10 августа 1995 года на базе «Системы сертификации и оценки интеллектуальной собственности и Знака соответствия», зарегистрированных в Госстандарте РФ 19 июля 1995 года. Владелец данной системы, используемой в режиме ноу-хау, является Фонд интеллектуальной собственности, созданный в 1993 году в рамках Академии Естественных наук и Института экономики и организации предпринимательства академиком А.С. Сидоровым. С ее основными положениями ознакомлены специалисты стран СНГ и НАТО (в г. Ташкенте, май 2001 года) на международных семинарах. Исполнительным органом данной системы добровольной сертификации в Госстандарте РФ заявлен Институт. Аналогов этой системы в России и за рубежом нет.

Руководством Всемирной организации интеллектуальной собственности (ВОИС), штаб-квартира которой расположена в Женеве, Институт признан в качестве ведущей российской организации по оценке и управлению интеллектуальной собственностью. Большинство лекций на международных семинарах, проведенных ВОИС для ведущих специалистов стран СНГ в Кишиневе (1997 г.), Минске и Киеве (1998 г.), Баку и Ашхабаде (1999 г.), Ташкенте (2000 г.) были прочитаны специалистами Института.

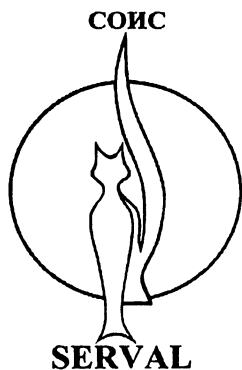
Методология Института по оценке и управлению интеллектуальной собственностью рядом крупных вузов страны признана в качестве ведущей в России, на ее основе читаются лекции в Академии народного хозяйства, в Государственном университете управления, в Финансовой Академии, организована школа РГИИС-СОИС, которая уже обучила около 60 процентов всех специалистов в России по данной специальности.

В последние годы несколько сотрудников Института участвовало в разработке «Концепции управления интеллектуальной собственностью г. Москвы», организованной мэрией и Правительством Москвы. Концепция утверждена и сегодня идет ее реализация.

Институтом организованы международные встречи российских специалистов с ведущими специалистами мира в области охраны, оценки и управления интеллектуальной собственностью (в США — февраль 1997 г., в Швейцарии — 1998 г., в Англии — 1998 г., в Китае — 1999 г., в Германии — 2000 г., в Израиле — 1999 г., в Швейцарии — 2000 г., в Гонконге — 2000 г., в Австралии — 2000 г., в Сингапуре — 2000 г., в Италии — 2001 г.). В настоящее время Институтом готовятся поездки в ЮАР, Грецию, Португалию, Испанию.

В октябре 2001 г. Институт организовал и провел первый международный семинар по экономике интеллектуальной собственности на Кипре. В семинаре участвовали представители Белоруси, Болгарии, Казахстана, Кипра, России и США. Тема и содержание семинара вызвали значительный интерес у слушателей. Намечено продолжить подобные акции.

По итогам 1998 года Институт стал победителем общегородского конкурса среди малых предприятий г. Москвы в номинации консалтинговых, аудиторских и оценочных фирм, проведенном Московской Торгово-промышленной палатой и Правительством столицы.



**ЗАО «ИНСТИТУТ СЕРТИФИКАЦИИ
И ОЦЕНКИ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ
СОБСТВЕННОСТИ»**

Выполняет работы по:

- **оценке**
- **инвентаризации**
- **сертификации**
- **патентованию**
- **управленческому консалтингу
в сфере
интеллектуальной собственности**

Тел.: (095) **976-83-03**, факс **976-71-93**.
E-mail: **soismail@elnet.ru**

Леонтьев Борис Борисович

**ЦЕНА ИНТЕЛЛЕКТА
Интеллектуальный капитал
в Российской бизнесе**

Редактор И.Х. Шахиморданов
Корректор О.Е. Косова
Компьютерная верстка Л.В. Аникановой
Подписано к печати
Формат 60х90/16. Гарнитура Прагматика.
Ус. печ. л. 12,5 Уч.-изд. л. 12,8
Тираж 1000 экз. Заказ 3900
Издательский Центр «Акционер»
103031, Москва, а/я 10
тел./факс 925-94-22
E-mail: akcioner@mtu-net. ru

Отпечатано с оригинал-макета заказчика
в 12 ЦТ МО РФ
119019, Москва, Староваганьковский пер., д.17

