

Методические рекомендации по оценке ставок роялти для товарных знаков с использованием нечеткой логики

Введение

Настоящие методические рекомендации (далее — «Рекомендации») разработаны коллективом авторов, имеющих теоретические знания и практический опыт в области оценки стоимости нематериальных активов, а также в применении нечеткой логики для решения научных и практических задач (далее — «Авторы»)¹.

Рекомендации предназначены для оценщиков интеллектуальной собственности, осуществляющих оценивание стоимости исключительных прав на товарные знаки доходным подходом (метод освобождения от роялти), оценку ставки роялти и определение размера платежа за использование товарного знака, указываемого в лицензионном договоре и/или договоре коммерческой концессии, а также оценку убытков правообладателей товарного знака (размера возмещения).

Основное практическое назначение Рекомендаций заключается в методическом обеспечении работ, связанных с определением и анализом условий лицензионного договора на использование товарных знаков, включая работы по оценке стоимости прав на товарные знаки, в тех случаях, когда они являются предметом лицензионного договора.

Рекомендации применимы также для проведения экспертизы оценки товарных знаков в соответствии с требованиями Федеральных стандартов оценки (далее — ФСО) ФСО №1, 2, 3, 11.

Рекомендации соответствуют Федеральному закону № 135-ФЗ от 29.07.1998 «Об оценочной деятельности в Российской Федерации».

1. Термины и понятия

В Рекомендациях применяются термины и понятия, определенные в Гражданском кодексе РФ, федеральных законах, федеральных стандартах оценки, в стандартах и правилах саморегулируемых организаций оценщиков, в иных нормативных правовых актах РФ, регулирующих отношения в сфере лицензионной торговли, судебной экспертизы и оценочной деятельности в РФ.

Для целей Рекомендаций ниже приведены дополнительные термины и их определения, которые рекомендуется использовать в процессе оценки ставок роялти.

Назначение оценки — в рамках Рекомендаций этот термин означает результат, получаемый оценщиком при оказании услуг заказчику оценки, который заказчик хочет учесть в лицензионном договоре.

База роялти — экономический показатель результата (эффекта), полученного лицензиатом по лицензионному договору (или пользователем по договору коммерческой концессии) в денежном выражении. Для целей Рекомендаций в качестве результата используется валовой доход (объем продаж, net sales) от реализации (продажи) продукции, маркированной товарным знаком. Если эффект выражен в фиксированной сумме (в форме паушального платежа - fr) или в другой базе роялти, например: прибыль до налогообложения и вычет процентов по долгам (ЕВИТ); дополнительная прибыль ($\Pi_{доп}$); цена единицы продукции с учетом НДС ($\Pi_{сн}$), - то абсолютный размер роялти за период пересчитывается по формуле (1):

¹ Рекомендации разработаны коллективом авторов в составе: А.В. Костин, В.В. Смирнов, Г.Г. Азгальдов, Д.В.Подшиваленко, Л.А.Микузева, Ю.Б.Леонтьев, О.Б.Кухарская, Е.А.Булгакова, А.В.Чиркин, Н.В.Костина, Р.А.Бабенко, Е.Е.Кияшко, А.П.Ласточкин, Н.Ю.Пузыня, Мартинсито Замбрано, И.Е.Аршинов

$$r_t = fr / v_t * 100\% \quad (1)$$

где

r_t - ставка роялти в процентах от объема продаж (v) за период (t);

v_t - объем продаж продукции, маркированной товарным знаком, за период (t)

fr - фиксированный размер платежа по лицензионному договору или по договору коммерческой концессии за период (t). Если эффект выражен в другой базе роялти, например, (ЕВИТ), а роялти составляют - 20% от ЕВИТ, то $fr = \text{ЕВИТ} * 20\%$.

Нечеткая логика (в широком смысле) — система формальных средств обработки естественного языка, включающая лингвистические переменные, нечеткие правила и ограничения, композиционное правило вывода, гранулирование информации, нечеткую семантику, вычисления со словами.

Нечеткое множество F в X — совокупность пар вида $(x, \mu_F(x))$, где $x \in X$, а $\mu_F : X \rightarrow [0; 1]$ — функция принадлежности нечеткого множества F . Значения $\mu_F(x)$ этой функции для конкретного x называются *степенью принадлежности* этого элемента нечеткому множеству F . А множество $M = [0; 1]$, будем называть *множеством принадлежностей*.

Нечеткое ограничение в X — нечеткое подмножество C , соответствующее ограничению, которое описывается функцией принадлежности: $\mu_C : X \rightarrow [0; 1]$.

Роялти — периодические отчисления вознаграждения обладателю исключительного права на товарный знак за его использование. В основе исчисления размера роялти лежит *база роялти*.

Ставка роялти — размер периодических платежей по лицензионному договору и/или договору коммерческой концессии, устанавливаемый в процентах от объема продаж (*базы роялти*) продукции, маркированной товарным знаком.

Товарный знак — это обозначение, служащее для индивидуализации товаров юридических лиц или индивидуальных предпринимателей.

Универсальное множество альтернатив X — универсальная совокупность всевозможных выборов лица принимающего решение.

Функция принадлежности — функция, которая позволяет вычислить степень принадлежности произвольного элемента x множества X к нечеткому множеству F .

Кусочно-линейная функция принадлежности — функция, линейная на каждом из интервалов, составляющих область определения. Примерами кусочно-линейных функций принадлежности являются *треугольная (два интервала)* и *трапецевидная (три интервала, один из которых является линией, где все значения функции больше нуля и совпадают)*.

Алгоритм Мамдани — алгоритм нечеткого вывода, предложенный в 1975 г. английским математиком Е. Мамдани [1].

2. Идентификация: определение товарного знака как объекта оценки

На товарный знак, то есть на обозначение, служащее для индивидуализации товаров юридических лиц или индивидуальных предпринимателей, признается исключительное право, удостоверяемое свидетельством на товарный знак (ст.1481 ГК РФ).

В соответствии со ст.1225 ГК РФ товарные знаки относятся к охраняемым законом средствам индивидуализации юридических лиц, товаров, работ, услуг и предприятий.

Согласно ст.1226 ГК РФ на средства индивидуализации признаются интеллектуальные права, которые включают исключительное право, являющееся имущественным правом, а в случаях, предусмотренных Гражданским Кодексом, также личные неимущественные права и иные права (право следования, право доступа и другие).

Идентификация товарного знака как объекта оценки осуществляется в четыре этапа:

1. проверка наличия индивидуализирующих функций объекта оценки (ст.1477 ГК РФ, ст.1481 ГК РФ), выявление обладателя исключительного права на товарный знак (ст.1478 ГК РФ), территории действия (ст.1479 ГК РФ), вида товарного знака (ст.1482 ГК РФ), способа использования (ст.1484 ГК РФ).

2. определение категорий стейкхолдеров оценки товарного знака (лиц, заинтересованных в результатах оценки стоимости прав на товарный знак, включая лицензиара и лицензиата будущего или анализируемого лицензионного договора);

3. определение назначения оценки и целей стейкхолдеров лицензионного договора;

4. проверка наличия источников и определение содержащихся в них данных для извлечения значений специфических характеристик товарного знака, позволяющих выполнить условия применимости методов, которые предполагается использовать для достижения целей оценки.

На первом этапе проводится проверка наличия индивидуализирующих функций объекта оценки (ст.1477 ГК РФ, ст.1481 ГК РФ), выявление обладателя исключительного права на товарный знак (ст.1478 ГК РФ), территории действия (ст.1479 ГК РФ), вида товарного знака (ст.1482 ГК РФ) и способа использования (ст.1484 ГК РФ).

Сведения о государственной регистрации товарного знака проверяются в базе данных Федерального государственного бюджетного учреждения «Федеральный институт промышленной собственности» (<http://www1.fips.ru/>) по признакам, сообщенным заказчиком оценки (например, по номеру свидетельства о государственной регистрации).

Для определения способа использования необходимо руководствоваться п.2 ст.1484 ГК РФ. Для определения отраслей, к которым относится продукция (товары и услуги), маркируемая товарным знаком, используется "Международная классификация товаров и услуг" (МКТУ) и сведения о классах МКТУ из свидетельства о государственной регистрации товарного знака. Информация об этих отраслях может оказаться полезной при применении следующих методов оценки ставки роялти: рейтингового метода, метода "отраслевых стандартов" и рыночного метода.

На втором этапе выполняется определение категорий стейкхолдеров оценки товарного знака на основе анализа текста заявки на проведение оценки, составляемой заказчиком по заранее подготовленной оценщиком форме, или путем анализа результатов переговоров между заказчиком и оценщиком. Образец возможной формы заявки на проведение оценки представлен в приложении 1.

Третьим этапом идентификации является определение целей оценки прав на товарный знак и целей основных стейкхолдеров оценки товарного знака. В таблице 1 представлены типовые цели основных стейкхолдеров оценки - правообладателя товарного знака (лицензиара) и лицензиата и соответствующие им цели оценки, в зависимости от категории стейкхолдера.

Таблица 1. Классы контрагентов, их цели и назначение оценки.

Категория стейкхолдера	Ожидания стейкхолдера по отношению к величине получаемого результата (ставки роялти)	Назначение оценки
-------------------------------	---	--------------------------

Правообладатель товарного знака	Заинтересованность в верхней границе диапазона	Определение размера платежа за использование товарного знака по лицензионному договору или договору коммерческой концессии;
	Заинтересованность в нижней границе диапазона	Определение рыночной стоимости исключительных прав на товарный знак (при отчуждении исключительных прав взаимозависимым лицам, например, внутри холдинга);
	Заинтересованность в верхней границе диапазона	Определение размера убытков для принятия дальнейших решений, связанных с: - разработкой мер по защите товарного знака и недопущения нарушения прав на товарный знак в будущем; - избрание метода и вида защиты; - обоснования предъявляемых к нарушителю материальных требований о возмещении компенсации или убытков.
Лицензиат / пользователь	Заинтересованность в нижней границе диапазона	Определение размера платежа за использование товарного знака по лицензионному договору или договору коммерческой концессии

Четвертым этапом является определение специфических характеристик товарного знака и всех стейкхолдеров его оценивания кроме основных (цели основных стейкхолдеров должны быть определены на предыдущем этапе), позволяющим выполнить условия применимости методов, которые предполагается использовать для достижения целей оценки прав на товарный знак. Например, для использования метода "отраслевых стандартов" желательно определить отраслевую принадлежность продукции, в которой используется оцениваемый товарный знак.

Для определение целей стейкхолдеров, отличных от контрагентов лицензионного договора (или договора коммерческой концессии), предлагаем использовать таблицу типовых целей таких стейкхолдеров, представленную ниже.

Таблица 2. Классы стейкхолдеров и их цели.

Класс стейкхолдера	Ожидания стейкхолдера по отношению к величине получаемого результата (ставки роялти)
Должностное лицо органа дознания или следствия	Нейтральная позиция. Объективная и справедливая оценка
Представитель правообладателя товарного знака	Заинтересованность в верхней границе диапазона
Представитель лицензиата / пользователя	Заинтересованность в нижней границе диапазона
Нарушитель прав на товарный знак	Заинтересованность в нижней границе диапазона
Суд и лица, участвующие в деле	Разнонаправленные интересы

Результаты идентификации объекта оценки предлагаем представить в виде следующей таблицы.

Таблица 3. Представление результатов идентификации объекта оценки.

Номер	Класс	Классы	Цель стейкхолдера по	Назначение	Территория
-------	-------	--------	----------------------	------------	------------

свидетельства о государственной регистрации товарного знака, внешний вид товарного знака	стейкхолдера	МКТУ	отношению к величине получаемого результата (ставки роялти)	оценки	действия прав, вид товарного знака и способ его использования

3. Описание методов оценки ставок роялти

При определении значения ставки роялти мы рекомендуем использовать три метода:

Рейтинговый метод - предполагает построение системы рейтингов по характеристикам товарных знаков, лицензионные соглашения которых известны, а затем соотнесение характеристик оцениваемого товарного знака с этой системой рейтингов. Может использоваться в тех случаях, когда из-за каких-либо особенностей товарного знака использовать один единственный, например, рыночный метод, невозможно, либо когда необходимо оценить значимость (рейтинг) результатов, полученных различными методами.

Метод "отраслевых стандартов" - условное название методов поиска опубликованных диапазонов значений ставок роялти, полученных статистическими методами анализа данных по отраслям, группам отраслей, отдельным видам продукции (товаров или услуг). В качестве источников информации используются публикации, признаваемые профессиональными сообществами как наиболее соответствующие сложившейся практике оплаты за использование товарных знаков.

Рыночный метод (сравнительный) - базируется на поиске и анализе сделок по лицензированию аналогичной продукции (товаров и услуг), информация по которой доступна для выполнения оценки.

Метод Новосельцева - устанавливает функциональную зависимость между отдельными экономическими показателями производства и реализации продукции по лицензии (цена, прибыль, дополнительная прибыль, себестоимость, рентабельность, доля прибыли лицензиара в прибыли лицензиата) и представляет эти зависимости в виде аналитических выражений, позволяющих произвести расчет неизвестных экономических показателей по совокупности других (известных) показателей, а также расчет денежных потоков, размера лицензионных платежей, ставки роялти, доли прибыли лицензиара в прибыли лицензиата, рентабельности и цены лицензии.

3.1. Рейтинговые методы определения роялти

Рейтинговый метод - это систематическое сопоставление оцениваемого объекта (актива, лицензионного договора, результата метода оценки и др.) с другими с использованием определенных формализованных критериев. Для формирования рейтинга привлекаются эксперты в предметной области, к которой относится оцениваемый объект.

Одним из подходов по выбору и использования рейтинговых методов в оценивании является подход, предложенный в квалиметрии [2].

3.2. Метод "отраслевых стандартов"

Наиболее простым способом определения ставки роялти для товарных знаков является метод "отраслевых стандартов". Считается, что со временем в отраслях складывается общее понимание того, сколько необходимо платить за использование тех или иных товарных знаков. Бытовым аналогом этого являются, например, стандартные нормы чаевых, принятые в тех или иных странах.

3.2.1. Условия применимости метода

Наиболее широко метод "отраслевых стандартов" используется при определении размера платежа за использование товарных знаков и изобретений.

Одним из условий применения данного метода является отсутствие необходимости применения других методов, например, таких как рыночный метод и метод Новосельцева. Это может быть вызвано тем, что заказчику оценки достаточно предоставить "прикидочные" граничные значения диапазона значений ставок роялти.

Другим условием применения является невозможность применения других методов, например, таких как рыночный метод и метод Новосельцева, что может быть вызвано, в частности, отсутствием необходимых исходных данных или недостаточностью бюджета на полную оценку.

Одним из условий применимости этого метода является доступность оценщику информации, позволяющей оценить ставку роялти в соответствии с принадлежностью продукции, маркированной исследуемым товарным знаком, к некоторому классу по классификатору отраслей или продукции, используемой авторами конкретной публикации, к которому выполнена привязка диапазонов значений ставок роялти.

3.2.2. Возможные источники исходных данных для применения метода

Источниками информации для данного метода являются:

- в международной практике:
 - статистические издания², такие как сборник Licensing Royalty Rates (Aspen Publishers, 2009), где представлены средние ставки роялти для различных отраслей;
 - Рейли Р., Швайс Р. Оценка нематериальных активов / Пер. с англ. Бюро переводов Ройд. – М: ИД «Квинто-Консалтинг», 2005. – 761 с.;
- в отечественной практике:
 - Козырев А.Н., Макаров В.Л. Оценка стоимости нематериальных активов и интеллектуальной собственности. - М.: РИЦ ГШ ВС РФ, 2003.- 368 с.
 - Леонтьев Ю.Б. Техника профессиональной оценки интеллектуальной собственности и нематериальных активов. - М.: "Октопус", 2005.- 272с.
 - Азгальдов Г.Г., Карпова Н.Н. Оценка стоимости интеллектуальной собственности и нематериальных активов. – М.: Международная академия оценки и консалтинга, 2006. – 400 с.

3.2.3. Рекомендуемые способы извлечения и представления данных для расчетов

Каждый источник данных о ставках роялти отрасли должен быть проверен оценщиком на достоверность. Публикации, представленные в разделе 3.1.2. используются специалистами в области оценки в качестве подходящих источников информации о ставках роялти.

Для поиска данных о ставках роялти в публикациях рекомендуется использовать ключевые слова, в качестве которых можно использовать классы МКТУ из свидетельства государственной регистрации товарного знака.

В публикациях ставки роялти обычно представлены в виде диапазонов значений, заданных в процентах (%).

² <http://www.crai.com/sites/default/files/publications/Determination-of-Royalty-Rates-for-Trademarks-and-Brands.pdf>

Найденные в публикациях данные о ставках роялти предлагаем представить в виде следующей таблицы.

Таблица 4. Представление данных о ставках роялти.

Наименование отрасли	Минимальная по отрасли ставка роялти	Среднее по отрасли ставка роялти	Максимальная по отрасли ставка роялти	Источник данных

3.2.4. Порядок расчетов

Источники информации о ставках роялти, как правило, содержат диапазон значений ставки роялти для конкретного вида продукции или для целой отрасли, с которой связана продукция, маркированная товарным знаком. Этот диапазон значений ставки роялти и является искомым результатом.

Продукция, маркированная товарным знаком, может использоваться в нескольких отраслях, группах отраслей и при производстве или продаже нескольких видов продукции, для которых определены диапазоны значений ставок роялти. Полученные в каждой отрасли (группе отраслей, виде продукции - в зависимости от используемого классификатора) диапазоны должны быть согласованы друг с другом. Для этого мы предлагаем рассматривать их как нечеткие ограничения и выполнить их согласование с помощью действий, описанных в разделе 3.5. Каждому нечеткому ограничению должна быть поставлена в соответствие функция принадлежности. В рамках Рекомендаций для максимальной простоты предлагается использовать треугольные функции принадлежности, представленные в виде формулы (3), в которой V_{pa} присваивается минимальное значение диапазона значений ставки роялти, V_{pb} присваивается среднее диапазона значений ставки роялти, а V_{pb} , присваивается минимальное значение из диапазона значений ставки роялти, но оценщик может использовать и более сложные функции принадлежности (трапециевидные, кусочно-линейные, гауссовские и др.), если у него есть для этого основания.

3.3. Рыночный метод

Рыночный (или сравнительный) метод оценки ставки роялти основан на том, что во многих случаях можно подобрать ранее проведенную на рыночных условиях сделку (лицензионный договор или договор коммерческой концессии), которую можно использовать для прямого прогнозирования параметров текущей сделки.

3.3.1. Условия применимости метода

При применении рыночного метода для определения ставок роялти необходимо учитывать все особенности и ограничения, связанные с аналогичными лицензионными договорами. В т.ч. необходимо проверить, отражают ли условия найденного соглашения текущую ценовую ситуацию на рынке. Может оказаться, что в найденном примере продавец, в силу каких-либо причин, продал лицензию по слишком низкой цене, или, как вариант, покупатель заплатил слишком дорого, что часто бывало во времена бума интернет-компаний.

Метод не применим, если нет возможности получить следующие данные, являющиеся исходными для этого метода:

- представительная выборка примеров лицензионных соглашений за временной период, адекватный ситуации оценивания;

- цена сделки в условиях каждого отобранного соглашения отражает текущую ценовую ситуацию на рынке на дату соглашения.

3.3.2. Возможные источники исходных данных для применения метода

Источниками информации для данного метода являются в том числе следующие базы данных:

- Royalty Source Intellectual Property Database (www.royaltysource.com) — база данных компании AUS Consultants, содержащая ставки роялти по интеллектуальной собственности с возможностью поиска информации по отрасли, технологии и / или ключевому слову. Результаты высылаются по факсу или по электронной почте.

- RoyaltyStat (www.royaltystat.com) является подписной базой данных ставок роялти и лицензионных соглашений, составляемой на основе данных архива Комиссии по ценным бумагам и биржам США. В RoyaltyStat можно найти сопоставимые ставки роялти для оценки (или определения параметров лицензионных платежей) нематериальных активов. Каждое лицензионное соглашение в RoyaltyStat содержит по меньшей мере одну цифровую (не обработанную) ставку роялти.

- ktMINE (www.ktmine.com) — база данных о сделках с интеллектуальной собственностью, которая предоставляет информацию о размерах роялти.

- Продукция фирмы информационных услуг IntangibleSpring, которая разрабатывает инструменты для оценки интеллектуальной собственности, а также поисковый механизм поисковых машин для корпоративных соглашений:

- Benchmark - углубленное решение для бенчмаркинга интеллектуальной собственности. База данных Benchmark о ставках роялти поддерживается тысячами лицензионных соглашений, поданных в Комиссию по ценным бумагам и биржам США (SEC).
- Context Matters - объединение нескольких источников данных для обеспечения понимания текста лицензионных соглашений по нематериальным активам.

Указанные базы данных являются источником информации для профессионалов в области оценки интеллектуальной собственности, переговоров и лицензирования. Они являются действенным инструментом для анализа различных аспектов оценки интеллектуальной собственности и проведения переговоров с целью заключения сделок в области интеллектуальной собственности (установления разумных ставок роялти, оценки ущерба от нарушений исключительных прав, оценки рыночной стоимости исключительных прав и др.) на основе исторических данных и обобщенного опыта.

3.3.3. Рекомендуемые способы извлечения и представления данных для расчетов

Применительно к оценке ставки роялти за использование товарного знака рыночный метод предполагает учет условий одного или нескольких лицензионных соглашений на использование какого-либо товарного знака. В большинстве случаев можно найти одно или несколько соглашений, сходных (по предмету и структуре) с рассматриваемой сделкой. Когда в базе данных найден аналог(и), необходимо проверить, отражает ли цена (и условия) найденного соглашения текущую ценовую ситуацию на рынке. Может оказаться, что в найденном примере правообладатель, в силу каких-либо причин, передал лицензию на нетипичных условиях.

Во многих случаях применение рыночного подхода влечет за собой изучение большого количества лицензионных соглашений, предметом которых были аналогичные товарные знаки,

но при этом ни один из них, в силу разных причин, не подходит для точного или даже приблизительного сравнения. В таком случае остается возможность определить диапазон значений роялти исходя из проанализированной совокупности соглашений (лицензионных договоров и/или договоров коммерческой концессии).

В начале поиска мы предлагаем определить временной интервал в прошлом до даты лицензионного соглашения, в условиях которого оценивается ставка роялти. Временной период должен быть достаточным для получения представительной выборки примеров лицензионных соглашений.

В процессе поиска лицензионных соглашений также могут быть использованы ключевые слова, в качестве которых можно использовать классы МКТУ из свидетельства государственной регистрации товарного знака.

Для более точного отбора лицензионных соглашений полезно использовать данные из анкеты, заполняемой заказчиком оценки, представленной в приложении 1, такие как значения показателей из составляемого заказчиком или изначально предлагаемого в анкете списка показателей деятельности правообладателя, связанных с использованием объекта оценивания (товарного знака). Среди них наиболее часто используемым являются показатели доходов и расходов по продукции, маркируемой оцениваемым товарным знаком.

Затем мы рекомендуем использовать группировку найденных в базах данных (RoyaltySource, RoyaltyStat, ktMINE и др.) соглашений в соответствии с периодами времени, к которым они относятся, затем отобрать из них группы, наиболее близкие к дате оценки. В случае оценки ставки роялти, выполняемой для определения условий лицензионного договора, мы предлагаем в качестве наиболее простого критерия использовать ставку роялти из ближайшего по времени соглашения. Близкой датой можно считать любую дату, отдаленную от даты оценки не более чем на три года. Следует учитывать, что временной критерий следует считать основным, только при условии максимально релевантной выборки. В случае существенных различий аналогов между собой и/или с объектом оценки, следует обращать внимание на отраслевую принадлежность, принадлежность к тем или иным товарным группам, на сопоставимость по объемам реализации, степени известности СИ, права на которые переданы по лицензионным договорам, рассматриваемым в качестве аналогов. Более сложные критерии планируется представить в следующих версиях Рекомендаций.

3.3.4. Порядок расчетов

Предлагается в качестве нижней границы диапазона значений ставки роялти использовать минимальное значение по всей совокупности собранных данных из БД по роялти (RoyaltySource, RoyaltyStat, ktMINE и др.), соответствующим отраслям, к которым относится продукция, маркируемая оцениваемым товарным знаком, а в качестве верхней границы - максимальное значение по всей совокупности собранных данных из БД по роялти (RoyaltySource, RoyaltyStat, ktMINE и др.). Эта информация может потребоваться для согласования полученных данных с результатами оценки ставок роялти, полученных другими методами.

В тех случаях, когда база роялти из БД аналогов отличается от "объема продаж" ("net sales", "net invoiced price", "net wholesale sales", "net revenues", "чистые продажи"), может использоваться корректирующий коэффициент.

Пример: Пусть получен запрос из БД RoyaltySource согласно табл.5:

Таблица 5. Пример данных из БД RoyaltySource с разной "базой роялти".

№ п/п (i)	Лицензиар	Лицензиат	ТМ	Дата сделки	Ставка роялти		База роялти	Обозначение роялти
					Min	Max		
1	X-TREEM PRODUCTS CORP	PERRYS MAJESTIC BEER INC	McCoy's	1998	3.00%	5.00%	Net sales	R_N^i

№ п/п (i)	Лицензиар	Лицензиат	ТМ	Дата сделки	Ставка роялти		База роялти	Обозначение роялти
					Min	Max		
2	LAND O LAKES INC	MORNINGSTAR FOODS INC	Land O'Lakes	2002	1,50%	3,00%	Gross sales	R_G^i
3	KHASID ICT	AQUASIL INC.	Formula ROSS TJ 72	2010	3,00%	5,00%	Gross revenues	R_G^i

Расчет должен быть проведен в одной "базе роялти", соответствующей "Net sales" (или "объем продаж" ("net invoiced price", "net wholesale sales", "net revenues", "чистые продажи"). Поскольку базы роялти в табл.5 отличаются, для приведения к единой базе ("Net sales") введем следующие допущения:

$$[Gross\ sales] = [Gross\ revenues],$$

$$R_N = L_P / [Net\ sales],$$

$$R_G = L_P / [Gross\ sales],$$

$$[Gross\ sales] = [Net\ sales] + Vat\ (НДС),$$

$$Vat = 10\% * [Net\ sales],$$

где

R_N - ставка роялти, соответствующая базе "Net sales";

R_G - ставка роялти, соответствующая базе "Gross sales";

Vat - налог на добавленную стоимость (НДС). Для молочной промышленности РФ на дату оценки Vat = 10%.

L_P - размер периодического лицензионного платежа, соответствующий понятию "роялти";

Поскольку Vat (НДС) в молочной промышленности на дату оценки составляет 10%, то согласно допущению, что $Vat = 10\% * [Net\ sales]$, получаем $[Gross\ sales] = [Net\ sales] + Vat = 1,1 * [Net\ sales]$.

Таким образом, размер корректировки (множитель) для ставки роялти составит $K^i=0,91$, а формула перевода ставки роялти из базы "Gross sales" в базу "Net sales" будет: $R_G^i = R_N^i * 0,91$.

Итоговый результат расчета (округленно) представим в табличной форме:

Таблица 6. Пример пересчета ставки роялти из базы "Gross sales" в базу "Net sales".

№ п/п (i)	Лицензиар	Лицензиат	ТМ	Дата сделки	Ставка роялти		База роялти	K^i	Итоговое значение роялти	
					Min	Max			Min	Max
1	X-TREEM PRODUCTS CORP	PERRYS MAJESTIC BEER INC	McCoy's	1998	3,00%	5,00%	Net sales	1,0	3,0%	5,0%
2	LAND O LAKES INC	MORNINGSTAR FOODS INC	Land O'Lakes	2002	1,50%	3,00%	Gross sales	0,91	1,36%	2,73%
3	KHASID ICT	AQUASIL INC.	Formula ROSS TJ 72	2010	3,00%	5,00%	Gross revenues	0,91	2,73%	4,55%

3.4. Метод Новосельцева

Метод Новосельцева устанавливает функциональную зависимость между отдельными экономическими показателями производства и реализации продукции по лицензии (цена, прибыль, дополнительная прибыль, себестоимость, рентабельность, доля прибыли лицензиара в прибыли лицензиата) и представляет эти зависимости в виде аналитических выражений,

позволяющих произвести расчет неизвестных экономических показателей по совокупности других (известных) показателей, а также расчет денежных потоков, размера лицензионных платежей, ставки роялти, доли прибыли лицензиара в прибыли лицензиата, рентабельности и цены лицензии.

3.4.1. Условия применимости метода

При использовании Метода Новосельцева для определения ставок роялти необходимо учитывать функциональную зависимость между экономическими показателями производства и реализации продукции по лицензии (цена, прибыль, дополнительная прибыль, себестоимость, рентабельность реализации (продаж), доля прибыли лицензиара в прибыли лицензиата, ставка роялти). Поэтому условием применимости метода является возможность извлечения следующей информации из доступных источников:

- либо о нижней и верхней по отрасли (или группе отраслей, или виду продукции в заданной классификации отраслей или продукции) границах рентабельности реализации (продаж) продукции, либо о себестоимости и цене реализации продукции, выпускаемой с использованием товарного знака;
- о прибыли (базовой, т.е. не требующей использования лицензиатом товарного знака);
- о доле прибыли лицензиара в прибыли лицензиата от реализации продукции, выпускаемой с использованием товарного знака.

Примечание: Выявленные в 2011-2015 г.г. в судебных решениях³ противоречия и особенности использования результатов, полученные по Методу Новосельцева связаны, с нашей точки зрения, с несовершенством налогового законодательства РФ при определении "рыночных цен" до 01.01.2012 (см. положения недействующей в настоящее время статьи 40 НК РФ), с несовершенством нормативно-методической базы определения "рыночных цен", а также с ошибками, допускаемыми экспертами при проведении судебных финансово-экономических экспертиз, связанных с определением размера лицензионных платежей за использование товарных знаков в форме роялти.

В специальной редакции Рекомендаций будет подробно рассмотрено применение трех методов оценки ставок роялти для налогообложения. В настоящее время методы определения цен для целей налогообложения, включающие в себя пять методов ценообразования, определены в гл. 14.3 Налогового кодекса Российской Федерации (НК РФ): метод сопоставимых рыночных цен (ст. 105.9 НК РФ); метод цены последующей реализации (ст. 105.10 НК РФ); затратный метод (ст. 105.11 НК РФ); метод сопоставимой рентабельности (ст. 105.12 НК РФ); метод распределения прибыли (ст. 105.13 НК РФ). Из пяти российских методов определения рыночных цен для лицензионных соглашений в отношении товарных знаков в международной практике применяются два общепринятых: CUP – метод сопоставимых рыночных цен и аналогичные ему методы (см. ст. 105.9 НК РФ); TNMM - метод сопоставимой рентабельности и аналогичные ему методы (см. ст. 105.12 НК РФ). Метод Новосельцева может быть использован как в методе CUP, так и в методе TNMM.

3.4.2. Возможные источники исходных данных для применения метода

³ Постановление Тринадцатого арбитражного апелляционного суда от 06.02.2012 по делу N А56-26997/2011; Постановление ФАС Северо-Западного округа от 12.12.2012 по делу N А56-23663/2011; Постановление Тринадцатого арбитражного апелляционного суда от 12.12.2013 по делу N А56-30538/2013; Постановление Тринадцатого арбитражного апелляционного суда от 30.09.2014 по делу N А56-12412/2014; Постановление Арбитражного суда Северо-Западного округа от 28.01.2015 по делу N А56-12412/2014.

В качестве источников данных о себестоимости продукции, маркируемой оцениваемым товарным знаком, о прибыли и о дополнительной прибыли лицензиата, о доле прибыли лицензиара в прибыли лицензиата, о нижней и верхней по отрасли границах рентабельности производства и продажи продукции, выпускаемой с использованием товарного знака используются данные лицензиара и/или лицензиата, скрепленные печатью и подписью уполномоченных лиц.

3.4.3. Рекомендуемый способ представления данных для расчетов

Рекомендуемое представление исходных данных при определении ставки роялти по методу Новосельцева отражено в таблице 7.

Таблица 7. Рекомендуемое представление исходных данных.

Параметры, используемые в методе Новосельцева	Минимальное значение параметра	Среднее значение параметра	Максимальное значение параметра
Доля прибыли лицензиара в прибыли лицензиата, Д			
Рентабельность производства и продажи продукции, Рент _{общ}			

3.4.4. Порядок расчетов

Расчет ставки роялти R предлагаем выполнить по формуле (2):

$$R = \text{Рент}_{\text{общ}} * Д / (1 + \text{Рент}_{\text{общ}}), \tag{2}$$

где Рент_{общ} - минимальное и максимальное значения рентабельности;

Д - доля прибыли лицензиара в прибыли лицензиата;

В приложении 2 представлен вывод формулы (2).

3.5. Метод согласования результатов расчетов ставок роялти, полученных разными методами, с использованием нечеткой логики

Данный метод позволяет выполнять согласование ставок роялти, полученных разными методами, за счет учета скрытых связей между множествами допустимых значений ставок роялти, рассматривая их как нечеткие множества. В методе использованы элементы нечеткого вывода по алгоритму Мамдани.

Основными шагам согласования ставок роялти с помощью данного метода являются:

- **приведение к нечеткости (фаззификация)** – известной информации о ставах роялти, полученной различными методами, в виде функций принадлежности; в рамках Рекомендаций для максимальной простоты применяются треугольные функции принадлежности, но оценщик может использовать и более сложные функции принадлежности (трапециевидные, кусочно-линейные, гауссовские и др.), если у него есть для этого основания;
- **"отсечение"** для учета значимости согласуемых результатов (важность задается в диапазоне [0;1]), в результате которого в случае получения после фаззификации треугольных или трапециевидных функций принадлежности получают "усеченные" трапециевидные функции принадлежности, используемые на следующем шаге; если важность равна 1, то функция принадлежности передается на следующий шаг в неизменном

виде; если важность равна 0, то функция принадлежности исключается из дальнейшей обработки;

- **нечеткое согласование**, для которого в рамках Рекомендаций используется согласующее нечеткое множество, которое, в частности, может формироваться за счет объединения или пересечения нечетких множеств допустимых значений ставок роялти;
- **приведение к четкости (дефаззификация)** - шаге, на котором получают значение ставки роялти в виде четкого числа на основе согласующего нечеткого множества.

3.5.1. Условия применимости метода

Метод применим при условии возможности построения функций принадлежности на основе данных, полученных другими методами, например, методом "отраслевых стандартов", рыночным методом и методом Новосельцева. В рамках Рекомендаций для максимальной простоты предлагается использовать треугольные функции принадлежности, задаваемые тройками чисел (V_{pa} , V_{pb} , V_{pc}) и представленные в виде формулы (3), в которой V_{pa} присваивается минимальное значение диапазона значений ставки роялти, V_{pb} присваивается среднее диапазона значений ставки роялти, а V_{pc} , присваивается максимальное значение из диапазона значений ставки роялти, но оценщик может использовать и более сложные функции принадлежности (трапециевидные, кусочно-линейные, гауссовские и др.), если у него есть для этого основания.

3.5.2. Подготовка данных для выполнения расчетов

Метод ориентирован на такие случаи неоднозначности при определении ставок роялти, при которых не удается отдать предпочтение одной из ставок роялти, каждая из которых относится к одному и тому же типу *базы роялти*, например, к объему реализации.

3.5.3. Порядок расчетов

При согласовании ставок роялти, полученных разными методами, использованы нечеткие числа с треугольной функцией принадлежности. При этом нечеткое число определяется как выпуклое, нормализованное нечеткое множество $A \subseteq R$, чья функция принадлежности по крайней мере кусочно-непрерывна и имеет значение $\mu_A(x) = 1$ на точно одном элементе. Для представления ставок роялти в виде усеченных функций принадлежности они определяются тройками чисел (V_{pa} , V_{pb} , V_{pc}) со значением в точке x , вычисляющимся согласно выражению (3):

$$\mu_A(x) = \begin{cases} (V_{pa} - x)/(V_{pb} - V_{pa}), & V_{pa} \leq x \leq V_{pb} \\ (V_{pc} - x)/(V_{pc} - V_{pb}), & V_{pb} \leq x \leq V_{pc} \\ 0, & \text{в остальных случаях} \end{cases} ; \quad (3)$$

где V_{pa} , V_{pb} , V_{pc} – минимальное, наиболее вероятное и максимальное значение ставки роялти, полученные при использовании одного из следующих методов оценки ставки роялти:

- Метод "отраслевых стандартов";
- Рыночный метод;
- Метод Новосельцева.

На рис. 1. представлен пример функции принадлежности (окрашена зеленым цветом), построенной на основе данных из таблицы 8.

В тех случаях, когда метод отраслевых стандартов или рыночный метод используются в сочетании с рейтинговым методом может использоваться трапециевидная функция

принадлежности, образуемая из треугольной функции принадлежности и задающая нечеткое ограничение путем ее усечения в соответствии с оценкой значимости, полученной рейтинговым методом.

Трапецевидная функция принадлежности определяется четверкой чисел (V_{pa}, b, c, V_{pc}) , где b и c - граничные значения ставки роялти, которые вычисляются при проведении операции "отсечение" для учета значимости результата, представленного исходной треугольной функцией принадлежности, а значение трапецевидной функции, полученной после "отсечения", в точке x вычисляется согласно выражению:

$$\mu_A(x) = \begin{cases} (x - V_{pc}) / (b - V_{pc}), & V_{pc} \leq x \leq b \\ 1, & b \leq x \leq c \\ (V_{pc} - x) / (V_{pc} - c), & c \leq x \leq V_{pc} \\ 0, & \text{в остальных случаях} \end{cases}$$

На рис. 1. представлен пример линии "отсечения" (окрашена синим цветом), построенной на оценки значимости из таблицы 8, а на рис. 2 представлена трапецевидная функция принадлежности полученная путем "отсечения" треугольной функции принадлежности, показанной на рис. 1.

Полученные оценки ставки роялти могут быть согласованы путем построения пересечения или объединения нечетких множеств.

Итоговая ставка роялти получается путем применения в процессе дефаззификации согласующих функций принадлежности $M_{\cap}(x)$ и $M_{\cup}(x)$ для пересечения или объединения нечетких множеств, соответственно, образующих многоугольники из "усеченных" функций принадлежности, соответствующих исходным диапазонам ставок роялти и их значимости, и метода «центра тяжести» многоугольников по формуле (4):

$$P_s(x) = \frac{\int x M_s(x) dx}{\int M_s(x) dx}. \quad (4)$$

Для оценки ставка роялти используется пересечение нечетких множеств $M_{\cap}(x)$, когда набор отдельных результатов оценки ставка роялти рассматривается как набор альтернатив, среди которых трудно выбрать одну предпочтительную альтернативу.

Для оценки ставка роялти используется объединение нечетких множеств $M_{\cup}(x)$, когда набор отдельных результатов оценки ставка роялти рассматривается как совокупность результатов, каждый из которых вносит вклад в итоговую оценку ставка роялти.

Пример исходных данных, для построения функции принадлежности для одного из значений ставки роялти представлен в табл.8.

Таблица 8. Пример исходных данных, для построения функции принадлежности.

Обозначение функции принадлежности	Значимость результата, представленного функцией принадлежности	V_{pa}	V_{pb}	V_{pc}
ESKIMO PIE CORP+DELICIOUS FROOKIE CO INC /DE/	0.6	0.003	0.035	0.050

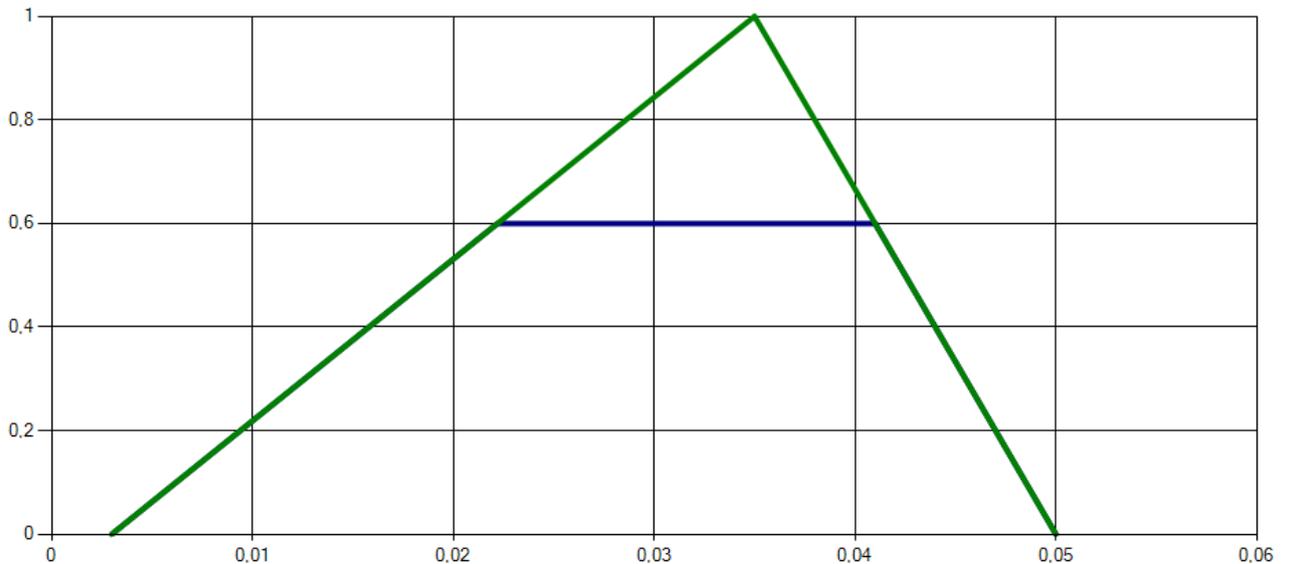


Рис. 1. Треугольная функция принадлежности и ее усечение по значению 0.6, являющемуся оценкой ее значимости.

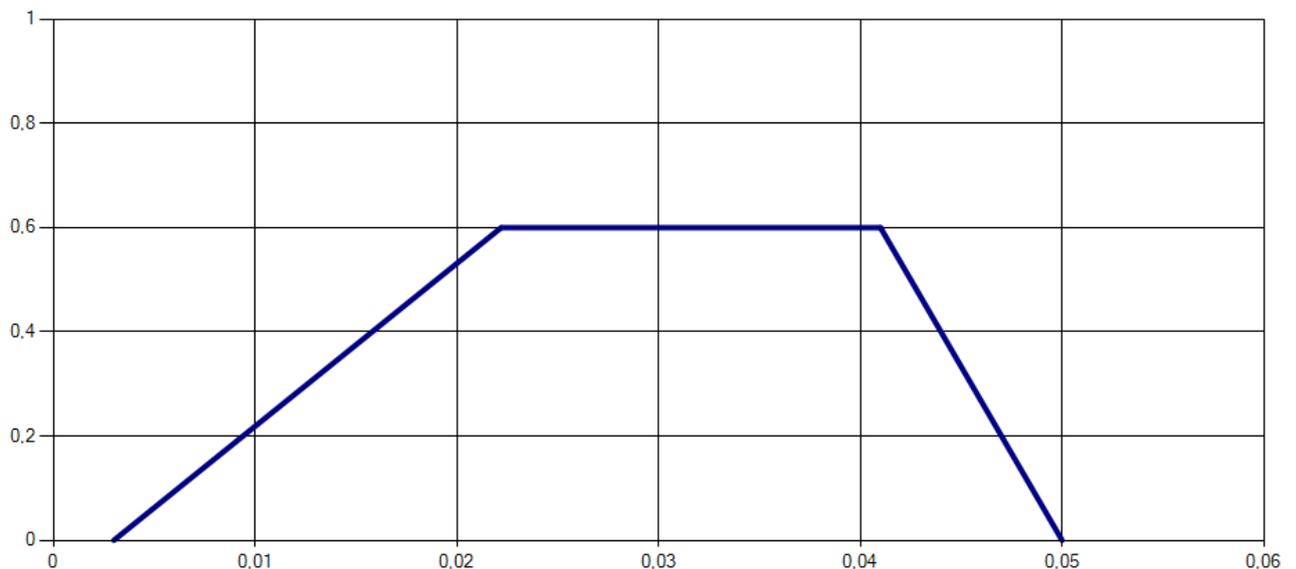


Рис. 2. Трапецевидная функция принадлежности, полученная из треугольной функции принадлежности путем ее усечения по значению 0.6, являющемуся оценкой ее значимости.

4. Описание примера объекта из сферы торговли молочной продукцией для последующего показа на нем процесса оценки ставок роялти

Обстоятельства, предшествующие оценке

25.02.2013 подана заявка № 2013705814 на регистрацию комбинированного товарного знака "На лугу" (свид.№ 513661, МКТУ 29, 30 и 32).



классы

05.06.2014 заключен лицензионный договор, согласно лицензиар предоставляет Лицензиату за вознаграждение (роялти) в размере 10% от произведенной и реализованной продукции не исключительную лицензию (без права выдачи сублицензий третьим лицам) на использование на территории РФ двух товарных знаков по свидетельствам № 513653 ("За плетнем") и № 513661 ("На лугу") в отношении всех товаров 29, 30 и 32 класса МКТУ. Данный лицензионный договор зарегистрирован в Роспатенте 08.08.2014 за № РД0154267.

которому
размере

В сентябре 2017 года потенциальный лицензиат (не зная об условиях заключения лицензионного договора, зарегистрированного в Роспатенте от 08.08.2014 за № РД0154267) обратился к независимому оценщику с просьбой рассчитать ставку роялти для будущего лицензионного договора за использование товарного знака по свидетельству Роспатента № 513661 ("На лугу") по трем классам МКТУ: 29, 30 и 32 на пять лет на территории Российской Федерации для молочной продукции (йогурты), цена за единицу (Ц) которой составляет 22 у.е., общая прибыль на единицу продукции (Пр_{общ}) составляет 5 у.е., прибыль базовая (Пр_{баз}) - 0 у.е.. При этом в анкете (приложение 3), заполненной потенциальным лицензиатом при обращении к независимому оценщику, указано, что граничные значения рентабельности реализации (продаж) в отрасли на дату оценки находятся в диапазоне от 7% до 41%" (в таком случае, в анкете нужно тоже поменять некоторые позиции, чтобы вводились диапазоны).

4.1. Определение ситуации оценивания

В приложении 3 представлена заявка, заполненная потенциальным лицензиатом при обращении к независимому оценщику

Этап 1. Проверка наличия индивидуализирующих функций объекта оценки выполнена путем поиска свидетельства о регистрации на товарный знак в базе данных Федерального государственного бюджетного учреждения «Федеральный институт промышленной собственности» (<http://www1.fips.ru/>) по номеру регистрации (513661), сообщенному заказчиком. Данные о территории действия прав, виде товарного знака и способе его использования на основе полученной информации внесены в таблицу 9.

Этап 2. Заказчиком является третье лицо - потенциальный лицензиат товарного знака по свидетельству Роспатента №513661.

4.2. Определение назначения оценки

Этап 3. Назначение оценки и цель заказчика определены с использованием таблицы 1 путем опроса представителя заинтересованного лица в признании сделки и действий должника (ООО "Молочный завод "На лугу") недействительными. Результаты опроса внесены в таблицу 9.

4.3. Представление данных об объекте оценки

Таблица 9. Данные об объекте оценки.

Номер свидетельства о государственной регистрации товарного знака, внешний вид товарного знака, классы МКТУ	Класс стейкхолдера	Ожидания стейкхолдера по отношению к величине получаемого результата (ставки роялти)	Назначение оценки	Доступные на момент обращения заказчика оценки исходные данные: показатели ФХД, классы МКТУ, территория действия прав, вид товарного знака и способ его использования
<p>513661</p>  <p>МКТУ (29, 30,32)</p>	Потенциальный лицензиат	Заинтересованность в результате по нижней границе диапазона ставок роялти	Для целей заключения лицензионного договора по использованию ТЗ 513661 по трем классам МКТУ (29,30,32)	<p>Исключительные права на товарный знак действуют на территории Российской Федерации.</p> <p>Вид товарного знака: комбинированный</p> <p>Способ использования товарного знака: размещение товарного знака на товарах, в том числе на этикетках, упаковках товаров, которые производятся, предлагаются к продаже, продаются, демонстрируются на выставках и ярмарках или иным образом вводятся в гражданский оборот на территории Российской Федерации, либо хранятся или перевозятся с этой целью. Предполагается использование товарного</p>

				знака по 29 классу МКТУ, продукция, в которой предполагается использование ТЗ по свидетельству 513661 - "йогурты", цена за единицу (Ц) которой составляет 22 у.е., общая прибыль на единицу продукции ($P_{\text{общ}}$) составляет 5 у.е., прибыль базовая ($P_{\text{баз}}$) - 0 у.е. При этом известно, что в данной отрасли наблюдаемые (граничные) значения рентабельности реализации (продаж) на дату оценки находятся в диапазоне от 7% до 41%.
--	--	--	--	--

Этап 4. Выполнена проверка наличия источников, представленных в разделах 3.2.2. и 3.3.2., и возможности доступа к их содержимому для выполнения назначения оценки из таблицы 9, используя методы, описанные в Рекомендациях.

5. Порядок оценивания ставок роялти на примере объекта оценки из сферы торговли молочной продукцией

5.1. Извлечение исходных данных из баз данных

5.1.1. Извлечение исходных данных рыночным методом для оценки ставки роялти рыночным методом

Извлечение данных выполнено по состоянию на дату 05.06.2014, являющуюся датой оценки с целью определения условий лицензионного договора. Исходные данные для расчета и анализа были получены из базы данных Royalty Source Intellectual Property Database на основании запроса ("Food Brand Related (milk), Trademark: Food Brand Related (beverage), Trademark: Food Brand Related (dairy), Trademark за период с 1987 по 2014: Food Brand Related, Trademark: Food Brand Extension Related."). Результаты представлены в приложении 4.

В тех случаях, когда базой роялти являются валовые продажи (gross sales) в приложении 4 использован корректирующий коэффициент 1.1, на который умножается ставка роялти, чтобы она была сопоставима со ставками роялти, соответствующими объему продаж (net sales, чистым продажам).

5.2. Извлечение исходных данных из печатных изданий в области оценочной деятельности

5.2.1. Извлечение исходных данных из печатных изданий для применения метода "отраслевых стандартов" для оценки ставки роялти

В отечественных печатных изданиях, перечисленных в разделе 3.1.2., по ключевым словам, взятых из описания классов МКТУ, которые перечислены в таблице 9, выполнен поиск данных о ставках роялти по отраслям экономики, наиболее близким к тем, которые соответствуют использованным ключевым словам. Полученные результаты представлены в таблице 10.

В таблице 10 указаны исходные значения значимости использованных источников данных в шкале [0;3], полученные рейтинговым методом, и вычисленные на их основе данные о значимости в шкале [0;1].

Таблица 10. Стандартные ставки роялти, соответствующие отраслям использования оцениваемого товарного знака.

Наименование отрасли	Значимость источника данных в шкале [0;3]	Значимость источника данных в шкале [0;1]	Минимальная по отрасли ставка роялти	Среднее по отрасли ставка роялти	Максимальная по отрасли ставка роялти	Источник данных
----------------------	---	---	--------------------------------------	----------------------------------	---------------------------------------	-----------------

Наименование отрасли	Значимость источника данных в шкале [0;3]	Значимость источника данных в шкале [0;1]	Минимальная ставка роялти	Среднее по отрасли ставка роялти	Максимальная ставка роялти	Источник данных
Производство и продажа продуктов питания и напитков	3	1.00	0.01	0.03	0.05	стр.194 (Леонтьев Ю.Б. Техника профессиональной оценки интеллектуальной собственности и нематериальных активов. - М.: Октопус, 2005.- 272с.)
Пищевая промышленность	1	0.333	0.01	0.015	0.02	стр.302. Азгальдов Г.Г., Карпова Н.Н. Оценка стоимости интеллектуальной собственности и нематериальных активов. – М.: Международная академия оценки и консалтинга, 2006. – 400 с.
Производство и продажа продуктов питания	2	0.667	0.02	0.035	0.05	стр.302. Азгальдов Г.Г., Карпова Н.Н. Оценка стоимости интеллектуальной собственности и нематериальных активов. – М.: Международная академия оценки и консалтинга, 2006. – 400 с.

5.3. Представление данных для применения метода Новосельцева

Информация для применения метода Новосельцева, полученная от заказчика, представлена в таблице 11.

Таблица 11. Представление исходных данных для метода Новосельцева.

Параметры, используемые в методе Новосельцева	Минимальное значение параметра	Среднее значение параметра	Максимальное значение параметра
Доля прибыли лицензиара в прибыли лицензиата, Д	10% ⁴	12.5%	15% ⁵
Рентабельность производства и продажи продукции, Рент _{общ}	7%	24%	41%

5.4. Представление ставок роялти, полученных методом "отраслевых стандартов"

Полученным из каждой использованной публикации диапазоном (таблица 11) поставлена в соответствие функция принадлежности, представленная в виде формулы (3), в которой V_{pa} присваивается минимальное значение диапазона значений ставки роялти, V_{pb} - среднее диапазона значений ставки роялти, а V_p - минимальное значение диапазона значений ставки роялти (таблица 12).

Значимость из таблицы 12 используется для формирования усеченных функций принадлежности, которые используются для согласования значений ставки роялти,

⁴ Азгальдов Г.Г., Карпова Н.Н. Оценка стоимости интеллектуальной собственности и нематериальных активов. – М.: Международная академия оценки и консалтинга, 2006. – 400 с

⁵ там же

представленных на рис. 3. Результат согласования в виде объединения усеченных функций принадлежности представлен на рис 4.

Таблица 12. Значения ставки роялти, определяющие треугольным функциям принадлежности.

Обозначение функции принадлежности, соответствующее отрасли	Значимость	Значения ставки роялти, определяющие треугольные функции принадлежности		
		Vpa	Vpb	Vpc
Производство и продажа продуктов питания и напитков	1.00	0.01	0.03	0.05
Пищевая промышленность	0.333	0.01	0.015	0.02
Производство и продажа продуктов питания	0.667	0.02	0.035	0.05

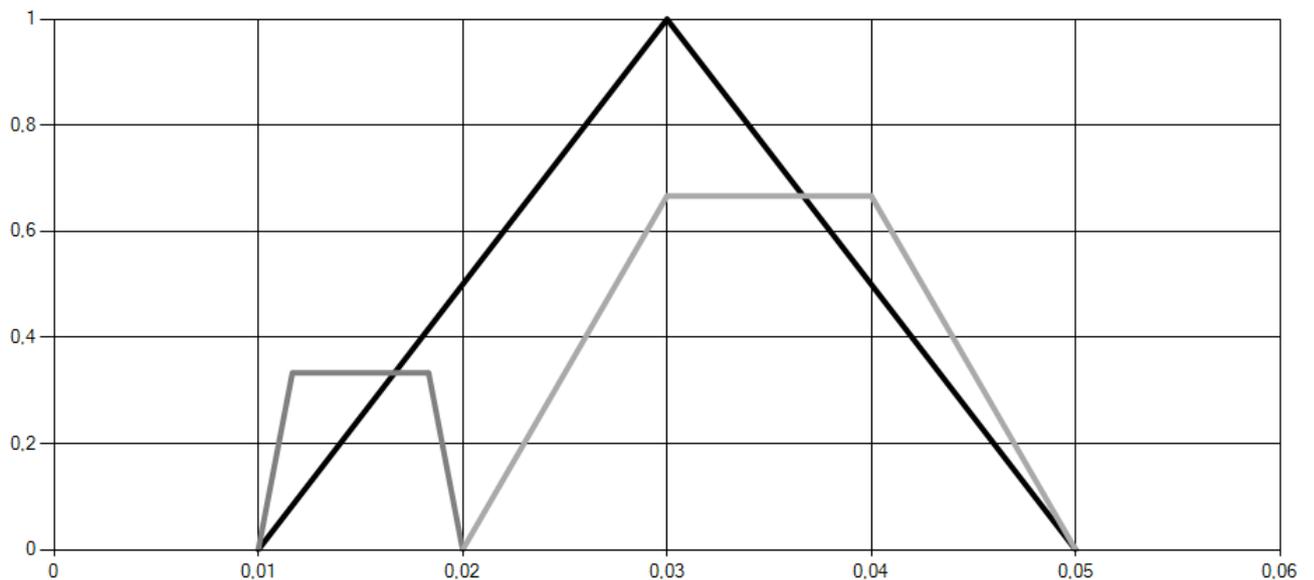


Рис. 3. Усеченные функции принадлежности для стандартных ставок роялти, представленных в таблице 12 (в случае усечения по значению 1 результирующая функция принадлежности совпадает с исходной треугольной функцией принадлежности).

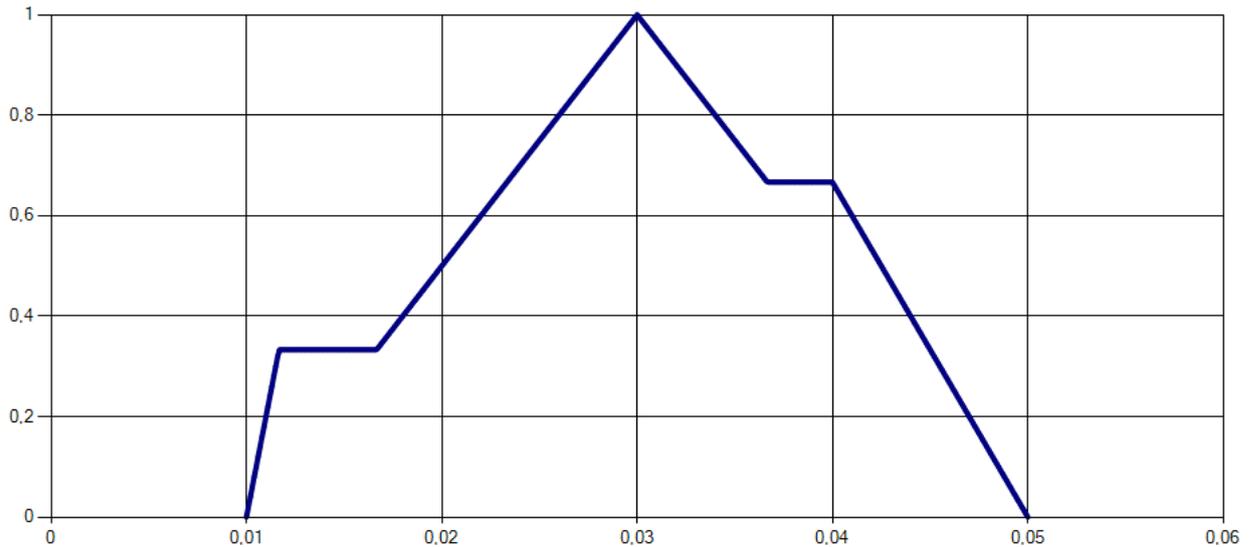


Рис. 4. Объединение результатов, полученных методом "отраслевых стандартов".

Согласованные оценки ставки роялти, полученные методом "отраслевых стандартов" и согласованные по формуле (4): $P_{\cup}(x) = 0.031$

5.5. Представление ставок роялти, полученных рыночным методом

Полученным по лицензионным соглашениям данным поставлены в соответствие функции принадлежности, представленные в виде формулы (3), в которой V_{pa} присваивается минимальное значение ставки роялти по всем отобранным лицензионным договорам, V_{pb} - среднее для выбранного лицензионного договора значение ставки роялти, а V_{pc} - максимальное значение ставки роялти по всем отобранным лицензионным договорам. Результаты представлены в таблице 12 для тех лицензионных договоров, значимость которых больше 0, а остальные исключены как несущественные для оценивания и соответствующие строки обозначены розовым цветом в приложении 4.

Обозначение функций принадлежности в таблице 12 составлены из названий лицензиата и лицензиар (см. приложение 4).

В таблице 13 представлены значения ставок роялти, определяющие усеченные (трапециевидные) функции принадлежности. Усечение выполнено в соответствии с оценкой значимости (в поле Значимость), полученной рейтинговым методом.

Таблица 12. Значения ставок роялти, определяющие треугольные функции принадлежности.

№	Обозначение функции принадлежности	Значения ставки роялти, определяющие треугольные функции принадлежности		
		V_{pa}	V_{pb}	V_{pc}
1	BENJAMIN FRANK AND MICHAEL DORFMAN+BEN & JERRY'S HOMEMADE INC	0.3%	2.3%	5.0%
2	ESKIMO PIE CORP+DELICIOUS FROOKIE CO INC /DE/	0.3%	3.5	5.0%
3	SMITHKLINE BEECHAM PLC+SMITHKLINE BEECHAM CONSUMER HEALTHCARE	0.3%	5.0%	5.0%
4	X-TREEM PRODUCTS CORP+PERRY'S MAJESTIC BEER INC	0.3%	5.0%	5.0%
5	THE DANNON COMPANY INC+YOCREAM INTERNATIONAL INC	0.3%	4.0%	5.0%
6	LAND O LAKES INC+MORNINGSTAR FOODS INC	0.3%	2.5%	5.0%
7	SODIAAL+FRASER & NEAVE LTD	0.3%	3.0%	5.0%
8	MD ENTERPRISES INC.+BRAVO! FOODS INTERNATIONAL CORP	0.3%	2.5%	5.0%

№	Обозначение функции принадлежности	Значения ставки роялти, определяющие треугольные функции принадлежности		
		Vpa	Vpb	Vpc
9	DIABETES RESEARCH INSTITUTE+BRAVO FOODS INTERNATIONAL CORP	0.3%	0.3%	5.0%
10	MARVEL ENTERPRISES INC+BRAVO FOODS INTERNATIONAL CORP	0.3%	4.0%	5.0%
11	GROCERYCO IPCO+SNACKCO IPCO	0.3%	1.8%	5.0%

Таблица 13. Значения ставок роялти, определяющие усеченные (трапециевидные) функции принадлежности, для ставок роялти из таблицы 12.

№	Обозначение функции принадлежности	Значимость	Значения ставки роялти, определяющие треугольные функции принадлежности		
			Vpa	Vpb	Vpc
1	BENJAMIN FRANK AND MICHAEL DORFMAN+BEN & JERRY'S HOMEMADE INC	0.2	0.003	0.023	0.05
2	ESKIMO PIE CORP+DELICIOUS FROOKIE CO INC /DE/	0.6	0.003	0.035	0.05
3	SMITHKLINE BEECHAM PLC+SMITHKLINE BEECHAM CONSUMER HEALTHCARE	0.4	0.003	0.05	0.05
4	X-TREEM PRODUCTS CORP+PERRYS MAJESTIC BEER INC	0.2	0.003	0.05	0.05
5	THE DANNON COMPANY INC+YOCREAM INTERNATIONAL INC	1.00	0.003	0.04	0.05
6	LAND O LAKES INC+MORNINGSTAR FOODS INC	0.6	0.003	0.025	0.05
7	SODIAAL+FRASER & NEAVE LTD	0.4	0.003	0.03	0.05
8	MD ENTERPRISES INC.+BRAVO! FOODS INTERNATIONAL CORP	0.6	0.003	0.025	0.05
9	DIABETES RESEARCH INSTITUTE+BRAVO FOODS INTERNATIONAL CORP	0.2	0.003	0.003	0.05
10	MARVEL ENTERPRISES INC+BRAVO FOODS INTERNATIONAL CORP	0.4	0.003	0.04	0.05
11	GROCERYCO IPCO+SNACKCO IPCO	0.2	0.003	0.018	0.05

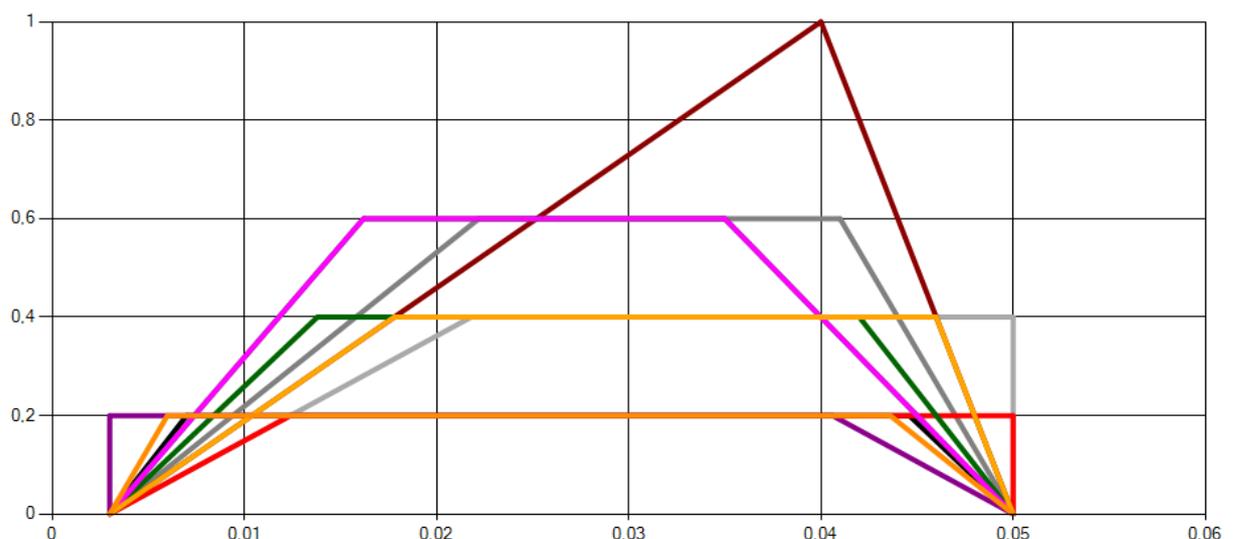


Рис. 5. Усеченные функции принадлежности для ставок роялти, представленных в таблице 13 (в случае усечения по значению 1 результирующая функция принадлежности совпадает с исходной треугольной функцией принадлежности).

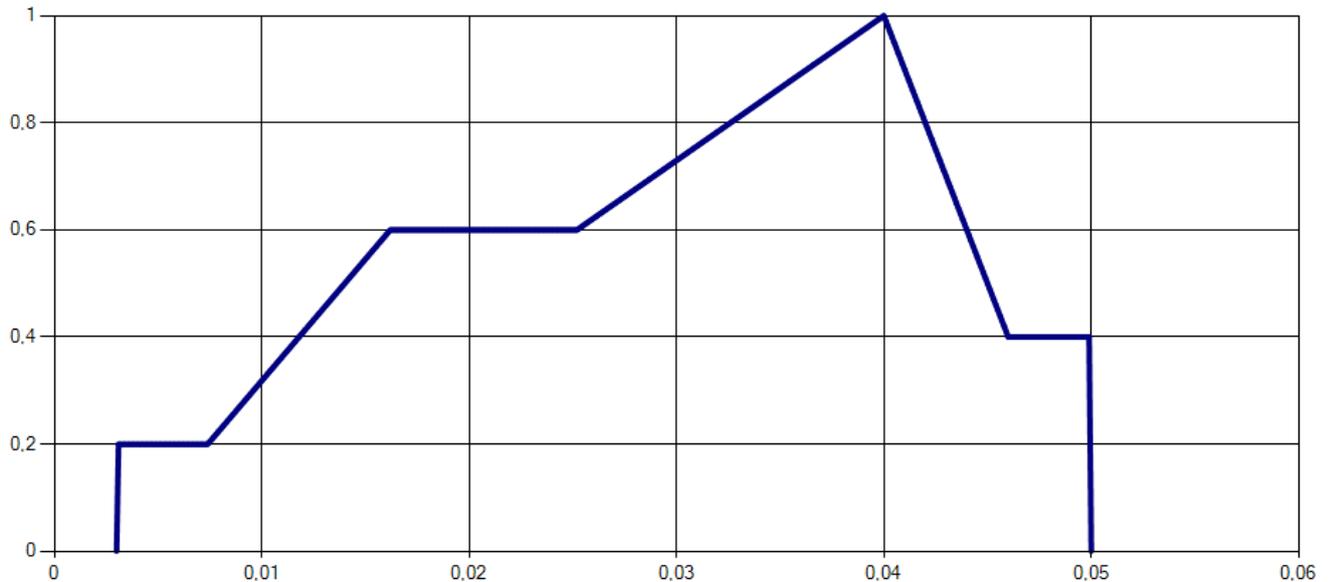


Рис. 6. Объединение результатов, полученных рыночным методом.

Согласованные оценки ставки роялти, полученные рыночным методом и согласованные по формуле (4):

$$P_{\text{с}}(x) = 3.0\%$$

5.5. Расчет ставки роялти методом Новосельцева

Результаты расчета минимального (V_{pa}), среднего (V_{pb}) и максимального (V_{pc}) значений ставки роялти по формуле (2), определяющие треугольную функцию принадлежности:

$$V_{pa} = \text{Рент}_{\text{общ}}^{\text{мин}} * D^{\text{мин}} / (1 + \text{Рент}_{\text{общ}}^{\text{мин}}) = 0.7\%$$

$$V_{pb} = \text{Рент}_{\text{общ}}^{\text{средн}} * D^{\text{средн}} / (1 + \text{Рент}_{\text{общ}}^{\text{средн}}) = 2.4\%$$

$$V_{pc} = \text{Рент}_{\text{общ}}^{\text{макс}} * D^{\text{макс}} / (1 + \text{Рент}_{\text{общ}}^{\text{макс}}) = 4.4\%$$

5.6. Согласование результатов, полученных разными методами, с использованием нечеткой логики

Согласуемые результаты оценки ставок роялти, полученные рыночным методом и методом Новосельцева и определяющие усеченные функций принадлежности, представлены в таблице 14, которая содержит данные таблицы 13 и данные расчетов из раздела 5.5. На рис. 7 представлен внешний вид функций принадлежности, используемых для согласования оценок ставок роялти.

Таблица 14. Данные для определения согласуемых функций принадлежности.

№	Обозначение функции принадлежности	Значимость	V_{pa}	V_{pb}	V_{pc}
1	BENJAMIN FRANK AND MICHAEL DORFMAN+BEN & JERRY'S HOMEMADE INC	0.2	0.003	0.023	0.05
2	ESKIMO PIE CORP+DELICIOUS FROOKIE CO INC /DE/	0.6	0.003	0.035	0.05
3	SMITHKLINE BEECHAM PLC+SMITHKLINE BEECHAM CONSUMER HEALTHCARE	0.4	0.003	0.05	0.05
4	X-TREEM PRODUCTS CORP+PERRYS MAJESTIC BEER INC	0.2	0.003	0.05	0.05
5	THE DANNON COMPANY INC+YOOREAM INTERNATIONAL INC	1.0	0.003	0.04	0.05
6	LAND O LAKES INC+MORNINGSTAR FOODS INC	0.6	0.003	0.025	0.05
7	SODIAAL+FRASER & NEAVE LTD	0.4	0.003	0.03	0.05
8	MD ENTERPRISES INC.+BRAVO! FOODS INTERNATIONAL CORP	0.6	0.003	0.025	0.05

№	Обозначение функции принадлежности	Значимость	Vpa	Vpb	Vpc
9	DIABETES RESEARCH INSTITUTE+BRAVO FOODS INTERNATIONAL CORP	0.2	0.003	0.003	0.05
10	MARVEL ENTERPRISES INC+BRAVO FOODS INTERNATIONAL CORP	0.4	0.003	0.04	0.05
11	GROCERYCO IPCO+SNACKCO IPCO	0.2	0.003	0.018	0.05
12	Метод Новосельцева	1.0	0.007	0.024	0.044

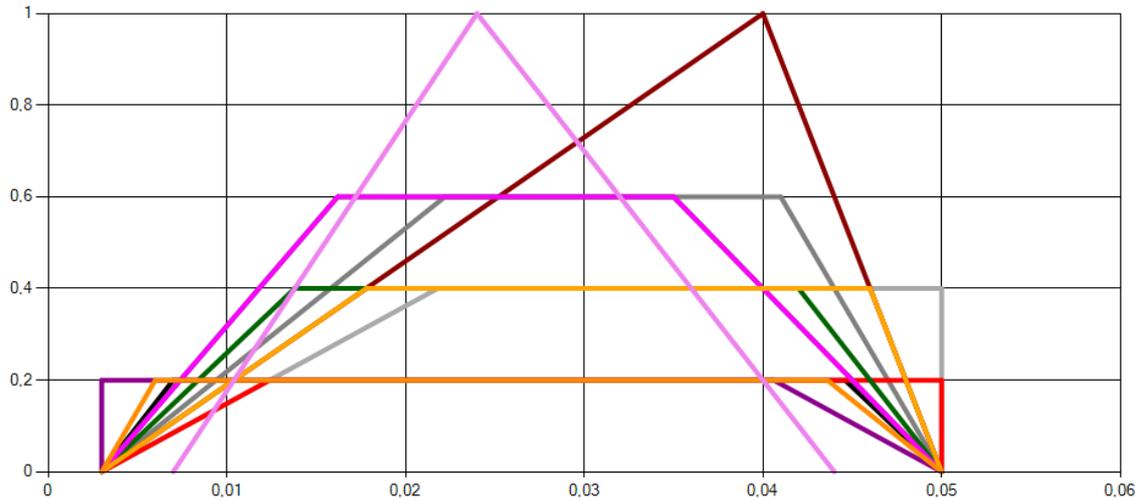


Рис. 7. Усеченные функции принадлежности для ставок роялти, представленных в таблице 14 (в случае усечения по значению 1 результирующая функция принадлежности совпадает с исходной треугольной функцией принадлежности).

Согласованные оценки ставки роялти, полученные по формуле (4):

$$P_{\cap}(x) = 2.69\%$$

$$P_{\cup}(x) = 3.01\%$$

В соответствии с полученным значением $P_{\cap}(x)$ путем сравнения со значением $V_{рб}$ можно установить, что величина ставок роялти из таблицы 14, которые в наибольшей степени соответствуют условиям оцениваемого лицензионного договора, являются значения из строк № 6 и № 8.

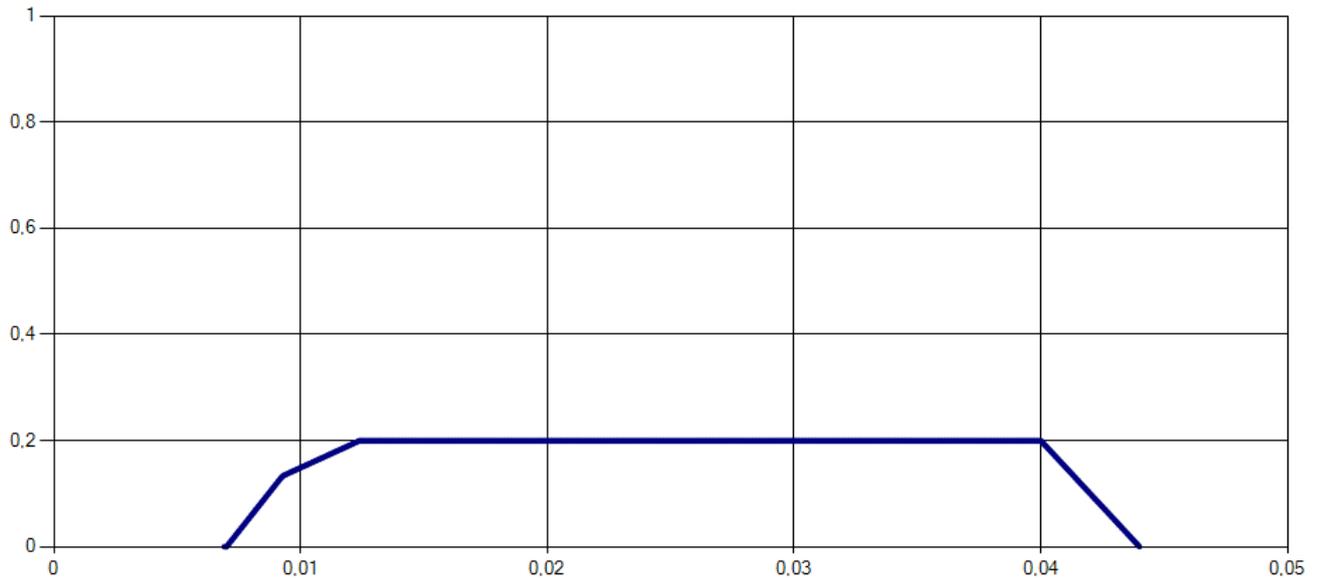


Рис. 8. Пересечение результатов, представленных усеченными функциями принадлежности, полученных рыночным методом и методом Новосельцева.

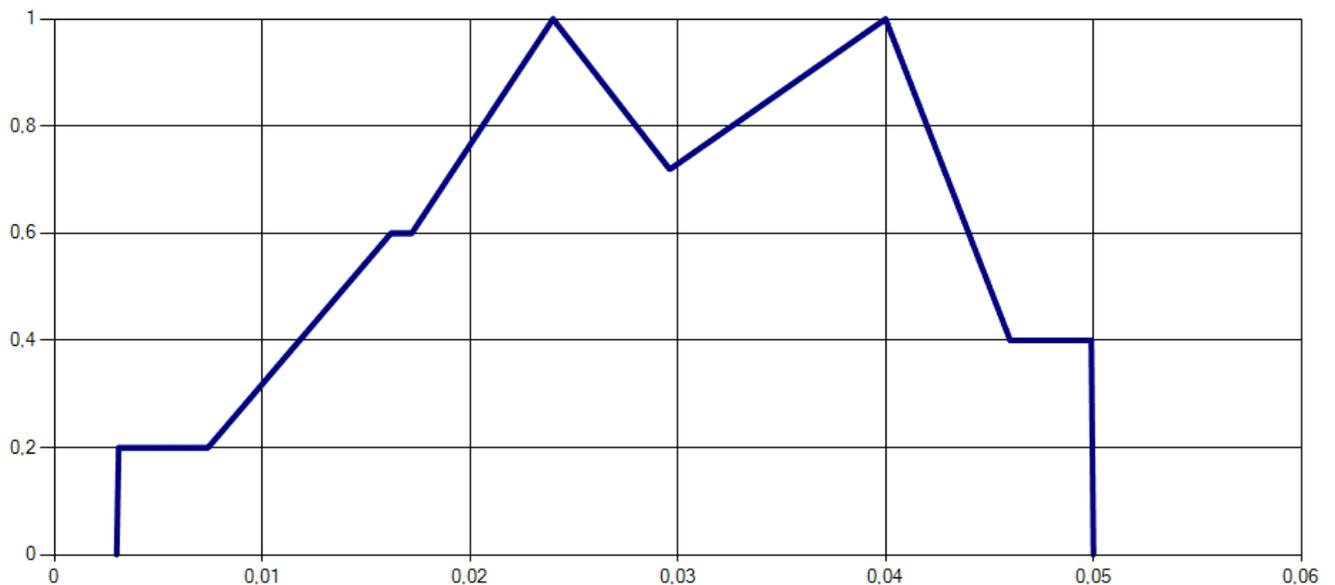


Рис. 9. Объединение результатов, представленных усеченными функциями принадлежности, полученных рыночным методом и методом Новосельцева.

Заключение

В Рекомендациях описаны 3 метода оценки ставки роялти, применимые для определения условий лицензионного договора, и метод согласования ставок роялти, полученных одним методом (рыночным методом или методом "отраслевых стандартов") и двумя методами (рыночным методом и методом Новосельцев), основанный на нечеткой логике. Представлены примеры расчета и согласования ставок роялти.

Список использованных источников

1. Леоненков А.В. Нечеткое моделирование в среде MATLAB и fuzzyTECH / А. Леоненков. – СПб: БХВ-Петербург, 2005. – 736 с. - <http://bwbooks.net/books/comp-lit/leolenkov-av/2005/files/nchetkoe-modelirovanie-vsredemattab2005.djvu>
2. Азгальдов Г.Г. Квалиметрия для всех: Учеб. пособие/ Г.Г. Азгальдов, А.В. Костин, В.В. Садовов. — М.: ИД ИнформЗнание, 2012. — 165 с.: ил.
3. Азгальдов Г.Г., Карпова Н.Н. Оценка стоимости интеллектуальной собственности и нематериальных активов. – М.: Международная академия оценки и консалтинга, 2006. – 400 с. - <http://www.twirpx.com/file/499520/>
4. Козырев А.Н., Макаров В.Л. Оценка стоимости нематериальных активов и интеллектуальной собственности. - М.: РИЦ ГШ ВС РФ, 2003.- 368 с. - <http://www.labrate.ru/accel-ip-valuation-school-docs/5943770127-2003.doc>
5. Костин А.В., Смирнов В.В. Метод согласования результатов оценки стоимости, основанный на нечеткой логике // Имущественные отношения в Российской Федерации, №12 (135), 2012. - С.6-20. - <http://www.labrate.ru/kostin/064749.pdf>
6. Костин А.В., Смирнов В.В. Полнота, точность, неопределенность, недоопределенность и нечеткость в оценке стоимости. Согласование результатов оценки, основанное на нечеткой логике // LABRATE.RU (Сетевой ресурс), 2012. - <http://www.labrate.ru/kostin/057404.doc>
7. Костин А.В., Смирнов В.В. Полнота, точность, неопределенность, недоопределенность и нечеткость в оценке стоимости. Согласование результатов оценки, основанное на нечеткой логике // «Регистр оценщиков» 2012, №11. С. 56-65. - <http://www.labrate.ru/kostin/057404.doc>
8. Леонтьев Ю.Б. Техника профессиональной оценки интеллектуальной собственности и нематериальных активов. - М.: Октопус, 2005.- 272с. - <http://www.twirpx.com/file/2226753/>
9. Новосельцев О.В. Оформление и оценка интеллектуальной собственности в имуществе предприятия. — М.: ИНИЦ Роспатента, 2004. — 117 с.
10. Новосельцев О.В. Оформление, оценка и учет интеллектуальной собственности в имуществе предприятия. - СПб.: Изд-во СПбГЭТУ «ЛЭТИ», 2005. – 40 с.
11. Новосельцев О.В. Расчет ставки роялти. // Патенты и лицензии. - № 9. 1998. – С. 27-30.
12. Новосельцев О.В. Юридическое оформление, оценка и учет права на результаты интеллектуальной деятельности (интеллектуальной собственности) в качестве имущества предприятия. - М.: ИНИЦ Роспатента, 2002. - 28 с.
13. Практическое руководство по проведению оценки активов в рамках проектов, реализуемых с участием Государственной корпорации «Российская корпорация нанотехнологий», Часть 1, 2010г. (протокол №8 от 26 ноября 2010г.) - <http://www.rusnano.com/upload/OldNews/Files/29953/current.PDF>
14. Рейли Р., Швайс Р. Оценка нематериальных активов / Пер. с англ. Бюро переводов Ройд. – М: Квинто-Консалтинг, 2005. – 761 с. - <http://www.twirpx.com/file/707085/>

15. СНМД РОО 04-070-2015. Методические рекомендации по согласованию результатов, полученных разными подходами / Издание официальное. - М.: Российское общество оценщиков, 2015. - 36 с. - URL: <http://sroroo.ru/upload/iblock/323/mr-po-soglasovaniyu-rezultatov.pdf>
16. СНМД РОО 04-090-2015. Методические рекомендации по раскрытию неопределенности результатов оценки / Издание официальное. - М.: Российское общество оценщиков, 2015. - 22 с. - URL: <http://sroroo.ru/upload/iblock/b03/mr-po-raskrytiyu-neopredelennosti-rezultatov-otsenki.pdf>

Рекомендуемая дополнительная литература

17. Рыбина Г.В., Смирнов В.В. Методы и алгоритмы верификации баз знаний в интегрированных экспертных системах // Известия РАН. Теория и системы управления 2007. №4. С. 91-102.
18. Костин А.В. Оценка убытков правообладателей товарных знаков от контрафакции : Дис... канд. экон. наук : 08.00.05 : РГИИС, Москва, 2009. - 158 с. - http://www.labrate.ru/kostin/080005_kostin_rgiis-2009-disser.pdf
19. Гордон В. Смит. Оценка товарных знаков / Пер. с англ. бюро переводов Ройд. — М.: ИД «Квинто-Консалтинг», 2010. — 384 с.
20. Практическое руководство по проведению оценки активов в рамках проектов, реализуемых с участием Государственной корпорации «Российская корпорация нанотехнологий», Часть 2, 2010г. (протокол №8 от 26 ноября 2010г.) - <http://www.rusnano.com/upload/OldNews/Files/29954/current.PDF>
21. О. Б. Кухарская, А. А. Подлипская, А. Н. Чиркин. Оценка прав на объекты интеллектуальной собственности. Метод освобождения от роялти. - К.: Издательство «Арт Эконом», 2015 - 244 с. - <http://www.labrate.ru/kostin/2015-kostin-ip-valuation-case.pdf>
22. Костин А.В. Отчет об оценке рыночной стоимости исключительных прав на изобретения и связанных с ними ноу-хау / Материалы к круглому столу "Оценка интеллектуальной собственности: функциональный подход и продвинутые методы" 14.06.2016 (ЦЭМИ РАН) // Библиотека LABRATE.RU (Сетевой ресурс), 11.06.2016. - <http://www.labrate.ru/kostin/otchet-IP-Golden-peROO-2008.htm>

Приложение 1.

Анкета для заказчика оценки ставок роялти для товарного знака

Примечание: Анкета учитывает наличие у правообладателя только одного товарного знака. Более общую анкету, учитывающую наличие у правообладателя нескольких товарных знаков, планируется представить в следующей версии Рекомендаций.

Дата заполнения анкеты _____

В оценке стоимости прав на товарный знак очень важен "контекст", "контекст" и еще раз "контекст"⁶. Чтобы быть максимально полезными, нам необходимо знать разные аспекты, связанные с товарными знаками, с окружением, с целями и планами правообладателя относительно его будущего бизнеса. Разумеется, заполнение этой анкеты представляет собой определённый труд, но опыт показывает, что Ваше мнение по данному вопросу может существенно повысить результативность проекта в целом! В процессе оценки ставок роялти в договоре на передачу исключительных прав на товарные знаки ряд используемых параметров основывается на целях и ожиданиях правообладателя, на реальных фактах, предшествующих дате оценки.

Примечание: для примера, в анкете указан пятилетний период 2012-2016 г.г, предшествующий дате оценки, осуществляемой в начале 2017 года.

Раздел 1. ХАРАКТЕРИСТИКА ПРАВООБЛАДАТЕЛЯ И ОКРУЖЕНИЯ ОБЪЕКТА ОЦЕНКИ

Просим перечислить основные результаты (показатели) деятельности правообладателя товарного(ых) знака(ов) за 2012-2016 г.г., а также структуру доходов и расходов с разбивкой по годам, с выделением деятельности, связанной с использованием объекта оценивания:

Фактический показатель деятельности правообладателя	Фактические значения показателей (по годам)				
	2012	2013	2014	2015	2016
Выручка правообладателя (без учета НДС) всего, млн.руб в том числе :					
• по договорам отчуждения исключительных прав на товарные знаки, млн. руб.					
• по лицензионным договорам или договорам коммерческой концессии, млн.руб					
Расходы правообладателя (без учета НДС) всего, млн. руб. в том числе:					

⁶ Гордон В. Смит. Оценка товарных знаков / Пер. с англ. бюро переводов Ройд. — М.: ИД «Квинто-Консалтинг», 2010. — 384 с.

Фактический показатель деятельности правообладателя	Фактические значения показателей (по годам)				
<ul style="list-style-type: none"> на зарплату персонала, связанного с управлением правами правообладателя на результаты интеллектуальной деятельности и средства индивидуализации (всего), млн. руб. 					
<ul style="list-style-type: none"> на зарплату персонала, связанного только с управлением правами на товарные знаки, млн. руб. 					
<ul style="list-style-type: none"> на рекламу и маркетинг продукции и/или услуг, связанных с управлением правами на оцениваемые товарные знаки, млн. руб. 					
<ul style="list-style-type: none"> на охрану и правовую поддержку ВСЕХ результатов интеллектуальной деятельности и средства индивидуализации, млн. руб. 					
<ul style="list-style-type: none"> на охрану и правовую поддержку ТОЛЬКО оцениваемого товарного знака, млн. руб. 					

Просим описать

Является ли получение доходов правообладателем оцениваемого товарного знака от использования товарного знака существенным видом деятельности? _____ Если да, необходимо указать цели деятельности в долгосрочной перспективе (3-5 лет) и целевые показатели деятельности, характеризующие в том числе получение доходов от использования товарного знака:

Целевой показатель деятельности, связанный с использованием товарного знака	Фактические и прогнозные значения показателей (по годам)				
	2017 ⁷	2018	2019	2020	2021
Выручка правообладателя, млн. руб.					
Выручка правообладателя (без учета НДС) всего, млн. руб. в том числе:					
<ul style="list-style-type: none"> по договорам отчуждения исключительных прав на товарные знаки, млн. руб. 					

⁷ начиная с даты оценки

Целевой показатель деятельности, связанный с использованием товарного знака	Фактические и прогнозные значения показателей (по годам)				
	2017 ⁷	2018	2019	2020	2021
<ul style="list-style-type: none"> по лицензионным договорам или договорам коммерческой концессии, млн.руб 					
Расходы правообладателя (без учета НДС) всего, млн. руб. в том числе:					
<ul style="list-style-type: none"> на зарплату персонала, связанного с управлением правами правообладателя на результаты интеллектуальной деятельности и средства индивидуализации (всего), млн. руб. 					
<ul style="list-style-type: none"> на зарплату персонала, связанного только с управлением правами на товарные знаки, млн. руб. 					
<ul style="list-style-type: none"> на рекламу и маркетинг продукции и/или услуг, связанных с управлением правами на оцениваемые товарные знаки, млн. руб. 					
<ul style="list-style-type: none"> на охрану и правовую поддержку ВСЕХ результатов интеллектуальной деятельности и средства индивидуализации, млн. руб. 					
<ul style="list-style-type: none"> на охрану и правовую поддержку ТОЛЬКО оцениваемого товарного знака, млн. руб. 					

Раздел 2. ХАРАКТЕРИСТИКА ТОВАРНОГО ЗНАКА КАК ОБЪЕКТА ОЦЕНКИ

Товарный знак зарегистрирован в России: ____ ?

Если товарный знак зарегистрирован в России, указать № свидетельства Роспатента _____, классы МКТУ _____ и подклассы МКТУ: _____

Заключен ли договор лицензионный договор на использование товарного знака ? _____

Если да, то ответьте на вопрос: Указан ли в лицензионном договоре размер платежа в % от выручки (роялти) ? ____ Если да, сообщите значение ставки роялти _____ и ответьте на вопрос : Почему размер роялти, указанный в договоре, не устраивает заказчика оценки? (выбрать один из трех пунктов):

- 1)указанный в лиц. договоре размер завышен ____
- 2)указанный в лиц. договоре размер занижен ____
- 3)указанный в лиц. договоре размер не четко определен ____
- 4)иное _____

Если Вы считаете, что размер роялти в лиц. договоре завышен, объясните почему

Если Вы считаете, что размер роялти в лиц. договоре занижен, объясните почему

Если Вы считаете, что размер роялти в лиц. договоре не четко определен, то как бы Вы его четко определили? _____

Что в договоре даст Вам понять, что размер роялти в договоре будет отражать Вашим ожиданиям? _____

Оцениваемый товарный знак служит для индивидуализации одного товара или группы товаров? Если для одного товара, то какова себестоимость единицы товара в рублях _ от _ до _____ ? оптовая цена __ от _ до __ руб. (если указана оптовая цена, указать кол-во товара - объем партии - с которого начинается опт? _____ шт. Если для разного количества товара существует разная оптовая цена, указать соответствующие цены.

Указать розничную цену единичного товара _ от _ до __ рублей. Если цен несколько, указать условия применения разных цен _____ .

Какова рентабельность (в %) реализации (продаж) продукции, выпускаемой с использованием товарного знака ? ___ от _ до _.

Сведения о текущей продукции, выпускаемой с использованием товарного знака

Наименование и реквизиты текущей продукции, выпускаемой с использованием товарного знака _____

(привести точный перечень продукции с однозначной привязкой к ТЗ)

Ключевые слова и их синонимы _____

(привести перечень ключевых слова и их синонимов)

Сведения о перспективной продукции, которая планируется к выпуску с использованием товарного знака через __ лет

Прочие сведения _____

(привести иные сведения, которые могут подтвердить стадию готовности технологии и принадлежность прав на нее и/или на ее компоненты, в т.ч. сведения о наличии конструкторской / технологической документации (укрупненно))

СВЕДЕНИЯ ОБ АНАЛОГАХ

Сведения об организациях (фирмах, предприятиях), являющихся правообладателями товарных знаков, которые можно принять в качестве аналогов, либо выпускающих аналогичную продукцию _____

ХАРАКТЕРИСТИКА ТОВАРНОГО ЗНАКА-АНАЛОГА

Примечание: заполняется для каждого товарного знака и/или продукции.

Наименование правообладателя ТЗ _____

Наименование и/или изображение товарного знака _____.

№ свид. о регистрации _____

Классы МКТУ аналога _____

Продукция _____

(указать вид и краткую характеристику продукции, выпускаемой с использованием товарного знака-аналога)

Возможность импорта продукции, выпускаемой с помощью товарного знака-аналога

(да / нет / с ограничениями (конкретизировать))

Сведения о результатах интеллектуальной деятельности, связанных с товарным знаком-аналогом и/или выпускаемой на ее основе продукции

(привести перечень РИД со ссылкой на соответствующий правоустанавливающий документ)

3. Ключевые свойства выпускаемой продукции с использованием товарного знака-аналога, и их численные значения:

Группа параметров	Наименование свойства	Единица измерения свойства	Значение (диапазон) показателя свойства

(Указать основные параметры, характеризующие полезный результат, затрачиваемые ресурсы, включая финансовые, пространственные, временные, материальные, энергетические и информационные, стоимость оборудования и расчетную цену единицы выпускаемой продукции - не более 3)

4. Прочие сведения _____

(привести иные сведения которые могут быть полезны для идентификации и поиска информации об технологии-аналоге и/или выпускаемой с ее помощью продукции)

Заявитель

Наименование должностного лица организации, подавшего заявку

Приложение 2.

Вывод формулы расчета ставки роялти для метода Новосельцева.

Цена производства и реализации продукции по лицензии может быть представлена как сумма себестоимости (С) производства и реализации продукции по лицензии и общей прибыли (Пр_{общ}) от реализации новой продукции:

$$Ц = С + Пр_{общ} \quad (1.1)$$

Общую прибыль от производства и реализации продукции по лицензии можно выразить как сумму базовой прибыли, ранее получаемой предприятием (или базовой прибыли аналогичного предприятия, работающего по традиционной технологии), и дополнительной прибыли, получаемой от использования новой технологии по лицензии:

$$Пр_{общ} = Пр_{баз} + Пр_{доп} \quad (1.2)$$

Естественно, если размер общей прибыли после приобретения лицензии не изменяется, приобретение лицензии экономически нецелесообразно, поскольку требует определенных затрат лицензиата.

Статистика отечественной и мировой лицензионной торговли показывает, что производство продукции на лицензионной основе обычно увеличивает прибыль (снижает себестоимость) в среднем на 20 ... 30 %.

Исходя из концепции справедливого распределения расходов и доходов между лицензиатом и лицензиаром, дополнительную прибыль можно представить как сумму прибыли лицензиара и прибыли лицензиата:

$$Пр_{доп} = Пр_{л-ра} + Пр_{л-та} \quad (1.3)$$

Соответственно, при расчете справедливых условий лицензии и цены лицензии, при определении убытков или упущенной выгоды необходимо иметь ввиду, что при справедливых условиях величина отчислений в пользу лицензиара не может быть больше дополнительной прибыли, поскольку в противном случае лицензиат не будет иметь прибыли от использования лицензии.

Величину прибыли лицензиара можно выразить также через долю дополнительной прибыли, получаемой от производства и реализации продукции (услуг) следующей формулой:

$$Пр_{л-ра} = Пр_{доп} * Д, \quad (1.4)$$

где Д - доля дополнительной прибыли лицензиара.

Общую рентабельность промышленного производства и реализации продукции (услуг) по лицензии можно определить как отношение величины общей прибыли к себестоимости производства и реализации продукции (услуг) по лицензии:

$$Рент_{общ} = Пр_{общ} / С \quad (1.5)$$

Уровень базовой рентабельности (рентабельности по базовой прибыли) можно определить как отношение величины базовой прибыли к себестоимости производства и реализации продукции (услуг) по лицензии:

$$Рент_{баз} = Пр_{баз} / С \quad (1.6)$$

Соответственно, уровень дополнительной рентабельности, то есть рентабельности по дополнительной прибыли, можно определить как отношение величины дополнительной прибыли к себестоимости производства и реализации продукции (услуг) по лицензии:

$$\text{Рент}_{\text{доп}} = \text{Пр}_{\text{доп}} / \text{С} \quad (1.7)$$

Новая продукция считается рентабельной, если предполагаемая экономия составляет 20... 25 % стоимости производства.

Ставка роялти по определению представляет собой отношение величины прибыли лицензиара к цене произведенной и реализованной лицензиатом продукции (услуг):

$$\text{R} = \text{Пр}_{\text{л-ра}} / \text{Ц} \quad (1.8)$$

Подставляя (1.4) в (1.8) получим:

$$\text{R} = \text{Пр}_{\text{доп}} * \text{Д} / \text{Ц} \quad (1.9)$$

Выражая дополнительную прибыль ($\text{Пр}_{\text{доп}}$) из (2) получаем:

$$\text{R} = (\text{Пр}_{\text{общ}} - \text{Пр}_{\text{баз}}) * \text{Д} / \text{Ц} \quad (1.10)$$

Из формулы (1.10) можно выразить величину доли лицензиара в дополнительной прибыли:

$$\text{Д} = \text{R} * \text{Ц} / (\text{Пр}_{\text{общ}} - \text{Пр}_{\text{баз}}) \quad (1.11)$$

Подставляя (1.1) в (1.10) получим:

$$\text{R} = (\text{Пр}_{\text{общ}} - \text{Пр}_{\text{баз}}) * \text{Д} / (\text{С} + \text{Пр}_{\text{общ}}) \quad (1.12)$$

Подставляя (1.5) и (1.6) в (1.12) получим выражение для ставки роялти:

$$\text{R} = (\text{Рент}_{\text{общ}} - \text{Рент}_{\text{баз}}) * \text{Д} / (1 + \text{Рент}_{\text{общ}}) \quad (1.13)$$

Аналогичным образом из формулы (9) можно получить выражение для ставки роялти через дополнительную рентабельность, общую рентабельность и долю лицензиара в дополнительной прибыли лицензиата:

$$\text{R} = \text{Рент}_{\text{доп}} * \text{Д} / (1 + \text{Рент}_{\text{общ}}) \quad (1.14)$$

Из (1.9) и (1.14) видно, что величина ставки роялти тем больше, чем больше дополнительная прибыль и, соответственно, чем больше дополнительная рентабельность.

В случае, когда организуется новое производство продукции (как и в исследуемом нами случае: предприятие создано после регистрации товарных знаков) только на основании предоставленной лицензии, базовая прибыль ($\text{Пр}_{\text{баз}}=0$) равна нулю. Общая прибыль, полученная по лицензии, должна подлежать распределению между лицензиаром и лицензиатом. Тогда согласно (2) дополнительная прибыль, получаемая от использования технологии по лицензии, будет равна общей прибыли, а формула (12) может быть представлена в следующем виде:

$$\text{R} = \text{Рент}_{\text{общ}} * \text{Д} / (1 + \text{Рент}_{\text{общ}}) \quad (1.15)$$

Приложение 3.

Пример анкеты, заполненной потенциальным лицензиатом при обращении к независимому оценщику

Дата заполнения анкеты 15.09.2017

В оценке стоимости прав на товарный знак очень важен "контекст", "контекст" и еще раз "контекст"⁸. Чтобы быть максимально полезными, нам необходимо знать разные аспекты, связанные с товарными знаками, с окружением, с целями и планами правообладателя относительно его будущего бизнеса. Разумеется, заполнение этой анкеты представляет собой определённый труд, но опыт показывает, что Ваше мнение по данному вопросу может существенно повысить результативность проекта в целом! В процессе оценки ставок роялти в договоре на передачу исключительных прав на товарные знаки ряд используемых параметров основывается на целях и ожиданиях правообладателя, на реальных фактах, предшествующих дате оценки.

Примечание: для примера, в анкете указан пятилетний период 2012-2016 г.г, предшествующий дате оценки, осуществляемой в начале 2017 года.

Раздел 1. ХАРАКТЕРИСТИКА ПРАВООБЛАДАТЕЛЯ И ОКРУЖЕНИЯ ОБЪЕКТА ОЦЕНКИ

Просим перечислить основные результаты (показатели) деятельности правообладателя товарного(ых) знака(ов) за 2012-2016 гг., а также структуру доходов и расходов с разбивкой по годам, с выделением деятельности, связанной с использованием объекта оценивания:

Фактический показатель деятельности правообладателя	Фактические значения показателей (по годам)				
	2012	2013	2014	2015	2016
Выручка правообладателя (без учета НДС) всего, млн.руб в том числе:	15,0	20,0	26,3	95,2	101,9
• по договорам отчуждения исключительных прав на товарные знаки, млн. руб.	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
• по лицензионным договорам или договорам коммерческой концессии, млн.руб.	15,0	20,0	26,3	95,2	101,9
Расходы правообладателя (без учета НДС) всего, млн. руб. в том числе:	0,3	0,6	1,4	2,1	2,2
• на зарплату персонала, связанного с управлением правами правообладателя на	0,06	0,12	0,27	0,42	0,45

⁸ Гордон В. Смит. Оценка товарных знаков / Пер. с англ. бюро переводов Ройд. — М.: ИД «Квинто-Консалтинг», 2010. — 384 с.

Фактический показатель деятельности правообладателя	Фактические значения показателей (по годам)				
результаты интеллектуальной деятельности и средства индивидуализации (всего), млн. руб.					
<ul style="list-style-type: none"> на зарплату персонала, связанного только с управлением правами на товарные знаки, млн. руб. 	0,15	0,30	0,68	1,05	1,12
<ul style="list-style-type: none"> на рекламу и маркетинг продукции и/или услуг, связанных с управлением правами на оцениваемые товарные знаки, млн. руб. 	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<ul style="list-style-type: none"> на охрану и правовую поддержку ВСЕХ результатов интеллектуальной деятельности и средства индивидуализации, млн. руб. 	0,09	0,18	0,41	0,63	0,67
<ul style="list-style-type: none"> на охрану и правовую поддержку ТОЛЬКО оцениваемого товарного знака, млн. руб. 	0,001	0,003	0,006	0,009	0,010

Просим описать

Является ли получение доходов правообладателем оцениваемого товарного знака от использования товарного знака существенным видом деятельности? да Если да, необходимо указать цели деятельности в долгосрочной перспективе (3-5 лет) и целевые показатели деятельности, характеризующие в том числе получение доходов от использования товарного знака:

Целевой показатель деятельности, связанный с использованием товарного знака	Фактические и прогнозные значения показателей (по годам)				
	2017 ⁹	2018	2019	2020	2021
Выручка правообладателя (без учета НДС) всего, млн. руб. в том числе :	109	117	125	134	143
<ul style="list-style-type: none"> по договорам отчуждения исключительных прав на товарные знаки, млн. руб. 	0	0	0	0	0
<ul style="list-style-type: none"> по лицензионным договорам или договорам коммерческой концессии, млн.руб 	109	117	125	134	143

⁹ начиная с даты оценки

Расходы правообладателя (без учета НДС) всего, млн. руб. в том числе :	2,3943	2,5619	2,7413	2,9332	3,1385
• на зарплату персонала, связанного с управлением правами правообладателя на результаты интеллектуальной деятельности и средства индивидуализации (всего), млн. руб.	0,4789	0,5124	0,5483	0,5866	0,6277
• на зарплату персонала, связанного только с управлением правами на товарные знаки, млн. руб.	1,1972	1,2810	1,3706	1,4666	1,5692
• на рекламу и маркетинг продукции и/или услуг, связанных с управлением правами на оцениваемые товарные знаки, млн. руб.	0,0000	0,0000	0,0000	0,0000	0,0000
• на охрану и правовую поддержку ВСЕХ результатов интеллектуальной деятельности и средства индивидуализации, млн. руб.	0,7183	0,7686	0,8224	0,8799	0,9415
• на охрану и правовую поддержку ТОЛЬКО оцениваемого товарного знака, млн. руб.	0,0103	0,0110	0,0117	0,0126	0,0135

Раздел 2. ХАРАКТЕРИСТИКА ТОВАРНОГО ЗНАКА КАК ОБЪЕКТА ОЦЕНКИ

Товарный знак зарегистрирован в России: да ?

Если товарный знак зарегистрирован в России, указать № свидетельства Роспатента 513661, классы МКТУ 29,30,32 и подклассы МКТУ:

Заклучен ли договор лицензионный договор на использование товарного знака ?
да Если да, то ответьте на вопрос: Указан ли в лицензионном договоре размер платежа в % от выручки (роялти) ? да Если да, сообщите значение ставки роялти 10% и ответьте на вопрос : Почему размер роялти, указанный в договоре, не устраивает заказчика оценки? (выбрать один из трех пунктов):

1)указанный в лиц. договоре размер завышен да

2)указанный в лиц. договоре размер занижен нет

3)указанный в лиц. договоре размер не четко определен нет

Если Вы считаете, что размер роялти в лиц. договоре завышен, объясните почему _____ аналогичные договора заключаются со ставкой роялти менее 5%

Если Вы считаете, что размер роялти в лиц. договоре занижен, объясните почему _____ нет

Если Вы считаете, что размер роялти в лиц. договоре не четко определен, то как бы Вы его четко определили? _____ нет

Что в договоре даст Вам понять, что размер роялти в договоре будет отражать Вашим ожиданиям? _____ прозрачный и обоснованный расчет

Оцениваемый товарный знак служит для индивидуализации одного товара или группы товаров? Если для одного товара, то какова себестоимость единицы товара в рублях _ от до _____ ? оптовая цена __ от до __руб. (если указана оптовая цена, указать кол-во товара - объем партии - с которого начинается опт? _____ шт. Если для разного количества товара существует разная оптовая цена, указать соответствующие цены.

Указать розничную цену единичного товара 22 у.е. от до 22 у.е. рублей. Если цен несколько, указать условия применения разных цен _____ .

Какова рентабельность (в %) продаж продукции, выпускаемой с использованием товарного знака? от 7% до 41% .

Сведения о текущей продукции, выпускаемой с использованием товарного знака

Наименование и реквизиты текущей продукции, выпускаемой **с использованием товарного знака** _____

(привести точный перечень продукции с однозначной привязкой к ТЗ)

Ключевые слова и их синонимы _____

(привести перечень ключевых слова и их синонимов)

Сведения о перспективной продукции, которая планируется к выпуску с использованием товарного знака через __ лет

Прочие сведения _____

(привести иные сведения которые могут подтвердить стадию готовности технологии и принадлежность прав на нее и/или на ее

компоненты, в т.ч. сведения о наличии конструкторской / технологической документации (укрупненно))

СВЕДЕНИЯ ОБ АНАЛОГАХ

Сведения об организациях (фирмах, предприятиях), являющихся правообладателями товарных знаков, которые можно принять в качестве аналогов, либо выпускающих аналогичную продукцию - КОМПАНИ ЖЕРВЕ ДАНОН (сосьете аноним) (FR).

ХАРАКТЕРИСТИКА ТОВАРНОГО ЗНАКА-АНАЛОГА

Примечание: заполняется для каждого товарного знака и/или продукции.

Наименование правообладателя ТЗ - КОМПАНИ ЖЕРВЕ ДАНОН (сосьете аноним) (FR).

Наименование и/или изображение товарного знак:



№ свид. о регистрации – 214898.

Классы МКТУ аналога – 29, 30, 32.

Продукция - молоко, сухое молоко, желированное молоко с вкусовыми добавками и взбитое молоко; молочные продукты, а именно молочные десерты, йогурты, йогурты для питья, муссы, кремы, сливки, сливочные десерты, свежие сливки, масло, сырные пасты, сыры, созревшие сыры, сыры с плесенью, свежие молодые (несозревшие) сыры, сыры в рассоле, домашние сыры, напитки, в основном из молока или молочных продуктов; замороженные молочные продукты, кисло-молочные продукты.

(указать вид и краткую характеристику продукции, выпускаемой с использованием товарного знака-аналога)

Возможность импорта продукции, выпускаемой с помощью товарного знака-аналога _____ нет _____

(да / нет / с ограничениями (конкретизировать))

Сведения о результатах интеллектуальной деятельности, связанных с товарным знаком-аналогом и/или выпускаемой на ее основе продукции

(привести перечень РИД со ссылкой на соответствующий правоустанавливающий документ)

3. Ключевые свойства выпускаемой продукции с использованием товарного знака-аналога, и их численные значения:

Группа параметров	Наименование свойства	Единица измерения свойства	Значение (диапазон) показателя свойства

(Указать основные параметры, характеризующие полезный результат, вредные воздействия окружающей среды и на окружающую среду, затрачиваемые ресурсы, включая финансовые, пространственные, временные, материальные, энергетические и информационные, стоимость оборудования и расчетную цену единицы выпускаемой продукции - не более 3)

4. Прочие сведения _____

(привести иные сведения которые могут быть полезны для идентификации и поиска информации об технологии-аналоге и/или выпускаемой с ее помощью продукции)

Заявитель

Наименование должностного лица организации, подавшего заявку

Приложение 4.

Найденные данные о лицензионных договорах при использовании рыночного метода. Источник данных:
<http://www.royaltysource.com/>

№	Лицензиат и лицензиар	Важность	Ставка роялти от	Ставка роялти средняя	Ставка роялти до
1	BENJAMIN FRANK AND MICHAEL DORFMAN+BEN & JERRY'S HOMEMADE INC	0.20	0.003	0.023	0.050
2	ESKIMO PIE CORP+DELICIOUS FROOKIE CO INC /DE/	0.60	0.003	0.035	0.050
3	SMITHKLINE BEECHAM PLC+SMITHKLINE BEECHAM CONSUMER HEALTHCARE	0.40	0.003	0.050	0.050
4	X-TREEM PRODUCTS CORP+PERRYS MAJESTIC BEER INC	0.20	0.003	0.050	0.050
5	TIME WARNER ENTERTAINMENT COMPANY, L. P.+CHINA PEREGRINE FOOD CORP	0.00	0.000	0.000	0.000
6	THE DANNON COMPANY INC+YOCREAM INTERNATIONAL INC	1.00	0.003	0.040	0.050
7	HEARTLAND SNACKS LLC+MCCLEARY INC	0.00	0.000	0.000	0.000
8	LAND O LAKES INC+MORNINGSTAR FOODS INC	0.60	0.003	0.025	0.050
9	DICK SMITH+SANITARIUM HEALTH FOOD COMPANY	0.00	0.000	0.000	0.000
10	SODIAAL+FRASER & NEAVE LTD	0.40	0.003	0.030	0.050
11	PANAMERICAN BEVERAGES, SA DE CV+PANAMCO GOLFO, SA DE CV	0.00	0.000	0.000	0.000
12	MD ENTERPRISES INC.+BRAVO! FOODS INTERNATIONAL CORP	0.60	0.003	0.025	0.050
13	DIABETES RESEARCH INSTITUTE+BRAVO FOODS INTERNATIONAL CORP	0.20	0.003	0.003	0.050
14	DEL SUNSHINE LLC+GALAXY NUTRITIONAL FOODS CO	0.00	0.000	0.000	0.000
15	MARVEL ENTERPRISES INC+BRAVO FOODS INTERNATIONAL CORP	0.40	0.003	0.040	0.050
16	KHASID ICT+AQUASIL INC.	0.00	0.000	0.000	0.000
17	GRUMA SAB DE CV+GRUPO INDUSTRIAL MASECA S A DE C V	0.00	0.000	0.000	0.000
18	GROCERYCO IPCO+SNACKCO IPCO	0.20	0.003	0.018	0.050