

ные особенности ценообразования в строительстве и методологию технической диагностики, учитывая фактическое состояние рынка недвижимости и сложившиеся традиции строительного производства, одновременно используя при этом современные методические разработки и международные стандарты оценки, можно говорить об адекватном отражении результатами оценки текущей экономической ситуации в России. При этом успех дальнейшего совершенствования оценки недвижимости как самостоятельной прикладной экономической дисциплины невозможен без постоянного научно-методического сопровождения и исследований.

Еще одним важным моментом является вопрос интеграции оценки недвижимости, как и всей экономики России, в мировую систему рыночных отношений. Другими словами, российская система оценки недвижимости должна давать результаты, понятные в плане методологии и терминологии потенциальным зарубежным инвесторам. И наоборот, оценки, выполненные зарубежными оценщиками, должны адекватно восприниматься в России.

О. В. Шадрина

НЕОБХОДИМОСТЬ ПРОВЕДЕНИЯ ОЦЕНКИ ОБЪЕКТОВ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ

Характерной чертой развития современного общества является все большее использование достижений науки в производстве и в сфере услуг, т. е. эффективное применение новых наукоемких технологий для выпуска принципиально новых товаров, а также модернизации или снижения трудоемкости изготовления существующих товаров и оказания услуг.

В качестве товара все чаще выступают права на интеллектуальную собственность (ИС). Эти права после их стоимостной оценки в виде нематериальных активов являются в промышленно-развитых странах основной составляющей имущественных комплексов фирм, занимающихся разработкой и освоением новых технологий. Рынок интеллектуальной собственности стал одной из важнейших сфер экономики не только в отдельных странах, но и в мировом сообществе.

Объект интеллектуальной собственности есть фактически в каждой компании. К таким объектам может быть отнесена клиентская база, корпоративный стиль управления, некоторые документы компании, брэнд, торговая марка и пр.

Случаи, когда требуется оценка объектов интеллектуальной собственности, достаточно очевидны: например, если нужно правильно оценить позицию товара и самой компании на рынке, правильно осуществить ценообразование продвигаемого товара, грамотно прогнозировать будущее развитие компании. Естественно, это необходимо, когда бизнес или его часть продается.

К концу XX в. рост богатства в промышленно-развитых странах стал предопределяться ростом нематериальных активов национальных фирм.

На западном рынке постоянно растет доля нематериальных активов в рыночной стоимости компаний, как отраженных, так и не отраженных в балансе. По разным оценкам мировых аналитиков, соотношение материальных и нематериальных активов компании *Coca-Cola* оценивается примерно как 4:96¹!

В России важность оценки объектов интеллектуальной собственности часто занижается. Это объясняется, прежде всего, неразвитостью рынка интеллектуальной собственности. Процесс становления этого рынка идет слишком медленно, поскольку он полностью зависит от становления рыночных отношений на товарном рынке, на котором даже процесс приватизации окончательно незавершен. До тех пор пока у российских предприятий не будет реальных собственников, фондовый рынок не будет охватывать российскую экономику всецело, забота о стоимости компании не станет первоочередной задачей, реального вовлечения объектов ИС в хозяйственный оборот не произойдет. На сегодняшний день отсутствуют эффективные механизмы рыночных отношений в сфере науки и технологий, что также негативно сказывается на адекватной оценке НМА.

В настоящее время большее число технологий создано российскими учеными в следующих областях: машиностроение, обработка материалов, химия, энергетика, аэрокосмонавтика и вооружение.

В России лицензии играют относительно небольшую роль в передаче технологий. В качестве объяснения можно указать на несовершенство законодательства и судебной практики в этой области. Данное положение сложилось также в силу отсутствия развитых механизмов оценки ИС.

Помимо вышесказанного, оценка объектов ИС проводится для следующих целей:

- при определении стоимости вклада в уставный капитал;
- при инвентаризации (учете) и введении объекта ИС в хозяйственный оборот;

¹ Сайт аналитического еженедельника Комерсант baltik - www.kba.lv

- для оптимизации выплат налога на имущество;
- при выдаче кредита под залог исключительных прав;
- для привлечения инвесторов;
- для разрешения конфликтов, в том числе, при определении ущерба вследствие нарушения исключительных прав на объект ИС;
- при разрешении имущественных споров, в том числе, в рамках исполнительного производства;
- при уступке прав на объект ИС и выдаче лицензий на его использование.

В последнее время российские производители обратили свое внимание на такой объект ИС, как товарный знак. Это связано с их стремлением продвигать отечественные товары на местном рынке. Уже появился целый ряд известных российских товарных знаков, а это значит, что российские компании приобрели новый нематериальный актив, которым можно эффективно пользоваться.

Е. В. Швецова

ВЗАИМОСВЯЗЬ СФЕРЫ ОБРАЗОВАНИЯ И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ

В современной России предпринимательский потенциал обусловлен переходным состоянием экономики. С одной стороны, Россия продемонстрировала способность к быстрому формированию предпринимательской инфраструктуры и самого класса предпринимателей. С другой – многие рыночные структуры остаются крайне несовершенными и неэффективными. Все еще слабое развитие получили малые предприятия, являющиеся главным двигателем предпринимательства во всем мире. К сожалению, отличительной чертой российского предпринимательства является его криминализация. Особенно болезненным явлением стала коррупция, криминальное сращивание бизнеса и государственного аппарата.

Появление термина «предприниматель» связывают с экономистом и предпринимателем Р. Кантилионом, который уже в 20-летнем возрасте был известным банкиром. По мнению некоторых зарубежных исследователей, предприниматель должен обладать следующими признаками: духовной свободой и энергией; умением хорошо вести переговоры и убеждать клиентов; организаторскими способностями и т. д.