МОДЕЛИРОВАНИЕ ПЛАТЫ ЗА ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ

И. Д. Котляров

В данной статье предложены методики расчета ставки роялти для лицензирования и франчайзинга. Показано, что расчет ставки роялти должен опираться на преимущества, приобретаемые получателем интеллектуальной собственности, вследствие чего использование одинаковой методики для лицензирования и франчайзинга недопустимо.

Введение

Важнейшей задачей при торговле объектами интеллектуальной собственности (ИС) является определение их стоимости, т. е. совокупной величины выплат, которые лицо, получившее временное право на ее использование в коммерческих целях (в дальнейшем для краткости это лицо будет именоваться пользователем), должно будет произвести ее владельцу. В настоящее время наиболее распространенной моделью осуществления этих выплат является их разложение на две составляющие:

— паушальный платеж U (производится в момент подписания договора; в случае франчайзинга зачастую называется первоначальным взносом), ден. ед.;

— роялти R, выплачиваемые регулярно в течение всего срока действия договора (в общем случае размер роялти не является постоянным), ден. ед.

Таким образом, совокупный размер выплат TA, ден. ед., равен [1]

$$TA = U + \sum_{i=1}^{n} R_i, \qquad (1)$$

где n — число периодов выплаты роялти.

Каждое из слагаемых в этой формуле может быть равно 0, т. е. возможны два частных случая:

$$TA = U, \ \sum_{i=1}^{n} R_i = 0, \qquad (2)$$

$$TA = \sum_{i=1}^{n} R_i, \ U = 0. \qquad (3)$$

Для простоты будем анализировать лишь вариант (3), однако, как будет показано ниже, он может быть тривиально преобразован в варианты (1) и (2).

Для определения величины R_i в торговле ИС чаще всего применяется следующая формула:

$$R_i = \frac{r}{100\%} P_i,$$

где r — ставка роялти, %; P_i — доход пользователя ИС, полученный от ее использования в i-м периоде, ден. ед. (иначе говоря, выручка от продаж продукции или оказания услуг, произведенной или предоставленных при помощи полученной ИС).

В свою очередь, расчет ставки роялти происходит по следующей методике [1]:

$$r = \frac{kP_{sup}}{P_{tot}} 100\% = \frac{kP_{sup}}{P_{us} + P_{sup}} 100\%, \qquad (4)$$

где k — доля владельца ИС в дополнительной прибыли пользователя; P_{sup} — дополнительная прибыль пользователя, полученная благодаря применению ИС, ден. ед.; P_{us} — обычный доход пользователя (доход, который бы пользователь получил, продав в том же регионе равное количество аналогичных товаров, произведенных без использования ИС), ден. ед.; P_{tot} — совокупный доход пользователя:

$$P_{tot} = P_{us} + P_{sup}. \qquad (5)$$

Формула (4) в настоящее время активно применяется для определения величины ставки роялти для двух наиболее распространенных форм передачи ИС — лицензирования и франчайзинга. Однако хотелось бы отметить две существующие в настоящее время проблемы, связанные с ее использованием:

— на сегодняшний день отсутствует экономическая модель определения величины k — как правило, она устанавливается на основе переговоров между пользователем и владельцем ИС и зависит от традиций, сложившихся в соответствующей отрасли [1]. Интересно отметить, что в учебной литературе при анализе структуры роялти величина k принимается заданной, либо же находится из рассчитанной на ее основе ставки роялти, что является наглядным примером циркулярной логики. По нашему мнению, такое положение крайне не-

удобно, так как лишает теоретиков и практиков единообразной и не зависящей от произвола одного из участников сделки по продаже ИС методики расчета ключевого компонента ее стоимости;

— предполагается, что сущность преимуществ, приобретаемых франчайзи и лицензиатом благодаря использованию сторонней ИС, одинакова и сводится к возможности получения дополнительного (по сравнению с торговлей) немарочными товарами и услугами дохода. Однако, по нашему мнению, такой подход (принятый как в научной [2, 3, 6], так и в справочной литературе [5]) не учитывает принципиальных различий, существующих между этими двумя формами торговли ИС.

Таким образом, предлагаемая статья представляет собой попытку решить эти проблемы, а именно:

— разработать методику расчета доли владельца в дополнительной прибыли пользователя ИС;

— проанализировать отличия между преимуществами, приобретаемыми франчайзи и лицензиатом от использования ИС франчайзера (лицензиара), и разработать методики расчета ставки роялти отдельно для лицензирования и франчайзинга.

Доля владельца в дополнительной прибыли пользователя при лицензировании

Специфика лицензирования состоит в том, что лицензиат, как правило, обладает собственными технологиями, собственным ассортиментом товаров и услуг и собственными торговыми марками. Доступ к ИС лицензиара для него означает возможность расширить свой портфель технологий (товаров, брендов и т. д.) без значительных затрат финансовых и временных ресурсов. Таким образом, представление о возможности получения дополнительного дохода как о единственном преимуществе лицензиата от использования ИС лицензиара корректно.

На наш взгляд, модель расчета k при лицензировании должна основываться на представлении о том, что k пропорционально доле дополнительной прибыли в общем доходе лицензиата (иными словами, величина k пропорциональна вкладу ИС, предоставленной лицензиаром, в совокупный результат, достигнутый лицензиатом). Это естественным образом приводит к следующей формуле для расчета k:

$$k = \frac{P_{sup}}{P_{us} + P_{sup}}. \qquad (6)$$

Подставив выражение (5) в формулу (4), легко найдем, что

$$r = \frac{P_{sup}^2}{\left(P_{us} + P_{sup}\right)^2} 100\% = k^2 100\%. \qquad (7)$$

Формула (7) может служить простой и эффективной моделью расчета ставки роялти, при которой величина лицензионных платежей зависит исключительно от значимости ИС для совокупного дохода лицензиата.

Как уже говорилось выше, для ряда отраслей существуют рекомендованные значения k_{rec}. Интерес представляют сопоставления этих значений с величиной k, рассчитанной по формуле (6):

$$H = k_{rec} - k.$$

Можно сделать вывод о том, что если $H > 0$, то лицензиар присваивает себе часть дохода лицензиата. Если же $H < 0$, то, напротив, лицензиар недополучает причитающийся ему доход. Однако реальная ситуация может быть сложнее. Формулы (6-7) могут служить для расчета «справедливой» величины доли лицензиара в доходе лицензиата и величины ставки роялти соответственно, однако на практике цена лицензии будет определяться спросом и предложением. Таким образом, если $H > 0$, то данная лицензия пользуется большим спросом, и лицензиат готов переплачивать за нее, тогда как при $H < 0$ лицензиар заинтересован в привлечении лицензиатов и для достижения этой цели занижает цены на свою интеллектуальную собственность.

Интересно отметить, что традиционная модель расчета ставки роялти не учитывает специфику ситуации, при которой $P_{sup} = 0$ или $P_{us} = 0$. И если в первом случае лицензиар не может претендовать на лицензионные выплаты (поскольку $kP_{sup} = 0$), то во втором случае величина k будет предписанной (нормативной), и лицензиат будет отдавать лицензиару лишь часть своего дохода.

В предлагаемой модели этот недостаток устранен. При $P_{sup} = 0$ $r = 0$ эта ситуация соответствует рынку с совершенной конкуренцией, при которой ни один продавец не обладает никакими преимуществами в продвижении своего товара, и поэтому торговля ИС не имеет смысла. При $P_{us} = 0$ $r = 100\%$, и лицензиар изымает себе весь

доход лицензиата. Такая ситуация может быть характерна для монополизированного рынка, на котором отсутствуют независимые предприниматели и могут действовать лишь представители монополии, весь доход которых, очевидно, достается монополии. Торговли ИС в этом случае также не происходит, речь идет лишь о предельном случае полного изъятия дохода.

Преимущества франчайзинга для франчайзи

Если в случае лицензирования речь действительно идет лишь о дополнительной прибыли лицензиата, то при франчайзинге франчайзи получает от франчайзера саму возможность ведения самостоятельного эффективного бизнеса. Интересно отметить, что именно этот аспект в теоретических работах, посвященных франчайзингу, рассматривается как ключевое преимущество франчайзинга, однако до сих пор, насколько нам известно, не делалось попыток его математической формализации для разработки корректного алгоритма расчета ставки роялти.

Как нам представляется, возможность ведения собственного эффективного бизнеса включает в себя две составляющие:

— возможность получать больший доход по сравнению с нефранчайзинговыми предприятиями, предлагающими аналогичный товар (за счет более высокой цены, обусловленной наличием у франчайзи известной торговой марки; этот аспект роднит франчайзинг с лицензированием);

— большая стабильность бизнеса и меньший риск неуспеха (благодаря использованию известной торговой марки и подтвердивших свою эффективность на практике коммерческих и производственных технологий, предоставленных франчайзером). Этот аспект франчайзинга достаточно подробно проанализирован в статье [4, с. 84-87].

Это означает, что франчайзи должен оплачивать франчайзеру оба компонента предоставленных ему преимуществ, то есть не только делиться своим сверхдоходом с франчайзером, но также и выплачивать ему вознаграждение за снижение риска своей деятельности.

Как уже говорилось выше, в настоящее время единственным преимуществом для франчайзи по аналогии с лицензированием считается возможность получить дополнительный доход P_{sup}, и целью франчайзи является максимизация своего совокупного дохода P_{fr}:

$$P_{fr} = P_{ind} + P_{sup}, \qquad (8)$$

где P_{ind} — средний доход независимого предпринимателя (от продажи такого же количества аналогичной продукции под собственной торговой маркой в том же регионе), ден. ед.

Формула (8), как легко убедиться, аналогична формуле (5).

В рамках выполненного выше анализа преимуществ франчайзи представляется целесообразным с целью учета фактора риска перейти от анализа номинального совокупного дохода франчайзи (8) к его вероятностному доходу V_{fr}:

$$V_{fr} = W_{fr} P_{fr},$$

где W_{fr} — вероятность получения дохода. В качестве первого приближения для расчета этой вероятности можно использовать следующую формулу:

$$W_{fr} = \frac{\sum_{j=C+1}^{n+C} M_j}{\sum_{i=1}^{n} N_i},$$

где N_i — число новых франчайзи, присоединившихся к сети данного франчайзера в году i; n — продолжительность периода ретроспекции (т. е. число лет, за которые анализируются данные о новых франчайзи данной марки); C — стандартная продолжительность договора франчайзинга; M_j — число франчайзи, начавших свою деятельность в году i и продолживших ее до года j.

Аналогично вводится вероятностный доход независимого предпринимателя V_{ind}:

$$V_{ind} = W_{ind} P_{ind},$$

где W_{ind} — вероятность получения независимым предпринимателем дохода P_{ind}. Обуславливается степенью выживания новых компаний в данном регионе.

Очевидно, что

$$W_{fr} P_{fr} = (W_{ind} + W_{sup})(P_{ind} + P_{sup}), \qquad (9)$$

где W_{sup} — дополнительная вероятность получения дохода (или, если выразиться несколько ненаучно, прирост безрисковости деятельности франчайзи по сравнению с независимым предпринимателем за счет получения такого инструмента привлечения потребителей, как известная торговая марка, а также эффективных коммерческих технологий франчайзера); P_{sup} — допол-

нительный доход, получаемый франчайзи от ведения деятельности под торговой марки франчайзера и с использованием его технологий (по сравнению с доходом независимого предпринимателя).

Плата франчайзи франчайзеру складывается из выплат за W_{sup} и P_{sup}.

Раскрывая скобки в выражении (3), получаем

$$W_{fr}P_{fr} = W_{ind}P_{ind} + W_{sup}P_{ind} + \\ + W_{ind}P_{sup} + W_{sup}P_{sup}. \qquad (10)$$

Интересно отметить, что при выполнении условия

$$W_{fr} = W_{ind} + W_{sup} = 1$$

формула (10) переходит в классическую формулу (8). В этом легко убедиться, подставив в левую часть формулы (10) $W_{fr} = 1$, а в правую часть — выражение для W_{ind}:

$$W_{ind} = 1 - W_{sup}.$$

Иными словами, традиционная модель франчайзинга, по сути дела, изучает ситуацию, при которой франчайзер предоставляет франчайзи абсолютную гарантию выживания его бизнеса в течение всего срока действия договора франчайзинга. Это наглядно показывает ограниченность ее применимости.

Проблема расчета ставки роялти при франчайзинге

Из формулы (10) следует, что ставка роялти в случае франчайзинга должна рассчитываться по формуле

$$r = \frac{AW_{ind}P_{ind} + BW_{sup}P_{ind} + \\ W_{ind}P_{ind} + W_{sup}P_{ind} + \\ + CW_{ind}P_{sup} + DW_{sup}P_{sup}}{+ W_{ind}P_{sup} + W_{sup}P_{sup}} 100\%, \qquad (11)$$

где A, D, C, D — доля франчайзера в соответствующей компоненте дохода франчайзи (в общем случае эти доли не равны). Аналогично можно ввести доли франчайзи в тех же компонентах своего дохода a, b, c, d, причем

$$0 \le A \le 1, 0 \le a \le 1, A + a = 1. \qquad (12)$$

Аналогичные условия выполняются для остальных пар B-b, C-c, D-d.

Таким образом, для расчета ставки роялти необходимо разработать методы нахождения величин A, D, C, D (будем называть их долевыми множителями). Проанализируем формулу (10) подробнее.

Очевидно, что в ее правой части можно выделить «смешанные» и «независимые» слагаемые. Независимыми слагаемыми будем называть те, нижние индексы у обеих частей которых совпадают (т. е. соответствующий компонент дохода франчайзи обеспечивается за счет усилий только одной стороны сделки франчайзинга — либо самого франчайзи, либо франчайзера), а смешанными — те, у которых нижние индексы различаются.

На взгляд автора, распределяться между участниками франчайзинговой сделки должны только те элементы дохода франчайзи, которые являются смешанными (иными словами, которые обеспечиваются совместными усилиями франчайзи и франчайзера), тогда как независимые компоненты должны целиком отходить той стороне франчайзинговой сделки, чьими усилиями они достигнуты. Это означает, что значение A должно быть равно 0 (очевидно, что франчайзер не может претендовать на долю в доходе, который франчайзи получил бы в любом случае и без переданной ему ИС), а D должно принимать значение 1 (поскольку эта доля дохода франчайзи целиком обуславливается наличием у него ИС, предоставленной франчайзером).

Отметим, что помимо метода расчета величины роялти как доли от оборота франчайзи, существует и альтернативная методика, согласно которой роялти представляет собой фиксированную величину, не зависящую от объема продаж франчайзи. На наш взгляд, минимальный размер этой фиксированной величины роялти R_{fix} может рассчитываться как

$$R_{fix} = W_{sup}P_{sup}^{av}, \qquad (13)$$

где P_{sup}^{av} — средний дополнительный доход франчайзи данной франчайзинговой сети, ден. ед. Это минимальный экономически оправданный размер роялти. Если роялти меньше этой величины, то франчайзер не только не изымает часть сверхдохода франчайзи, но и недополучает свой собственный доход.

Что касается величин B и C, то для их определения наиболее естественным представляется использовать следующую модель:

$$B = \frac{W_{sup}}{W_{sup} + W_{ind}}, \; C = \frac{P_{sup}}{P_{sup} + P_{ind}}. \qquad (14)$$

На наш взгляд, такой подход наиболее прост и прозрачен — величина долевого множителя пропорциональна вкладу франчайзера в общий доход и в общую вероятность выживания франчайзи соответственно.

Однако для франчайзи его доля в смешанных слагаемых может не быть пропорциональной его вкладу. Дело в том, что если франчайзер участвует в слагаемом W_{sup} (P_{ind}) привносимой им дополнительной вероятностью выживания бизнеса франчайзи, то вклад франчайзи в это же слагаемое состоит в его базовом (получаем без использования интеллектуальной собственности франчайзера) доходе. Для слагаемого W_{ind} (P_{sup}) ситуация обратная: франчайзер участвует в нем дополнительным доходом, а франчайзи — базовой (не зависящей от поддержки франчайзера) вероятностью выживания. Таким образом, если бы доли франчайзера и франчайзи в этих слагаемых были бы пропорциональны их вкладам, то, в соответствии с (12), выполнялись бы следующие условия:

$$\frac{W_{sup}}{W_{sup}+W_{ind}}=1-\frac{P_{ind}}{P_{sup}+P_{ind}}, \qquad (15a)$$

$$\frac{P_{sup}}{P_{sup}+P_{ind}}=1-\frac{W_{ind}}{W_{sup}+W_{ind}}. \qquad (15b)$$

Вычтя уравнение (15b) из уравнения (15a) и выполнив элементарные преобразования, получаем

$$\frac{W_{sup}-W_{ind}}{W_{sup}+W_{ind}}=\frac{P_{sup}-P_{ind}}{P_{sup}+P_{ind}}. \qquad (16)$$

Иными словами, доли франчайзера и франчайзи в смешанных компонентах совокупного дохода франчайзи пропорциональны их вкладам в формирование этих компонент тогда и только тогда, когда выполняется условие (16). Очевидно, что оно соблюдается не всегда, вследствие чего возникает вопрос о справедливости расчета долевых множителей по формуле (14).

Ответ на этот вопрос заключается в самой сущности франчайзинга. Если при лицензировании, как уже было сказано выше, цена лицензии определяется в том числе и на основе переговоров между лицензиаром и лицензиатом, то в случае франчайзинга франшиза имеет установленную цену, которая, как правило, остается неизменной и не адаптируется под пожелания франчайзи. Также необходимо учитывать тот факт, что франчайзеры тщательно отбирают потенциальных франчайзи, а спрос на известные франшизы существенно превышает предложение, что также уменьшает возможности франчайзи по участию в определении цены. Иными словами, это означает, что справедливое (строго пропорциональное вкладу участников сделки) распределение компонентов совокупного дохода франчайзи между ним и франчайзером невозможно.

Рассмотрим возможные модели расчета долевых множителей на примере множителя B — очевидно, что аналогичный алгоритм может применяться и для C.

Если условие (16) не выполняется, то возможны две ситуации:

$$\frac{W_{sup}}{W_{sup}+W_{ind}}<1-\frac{P_{ind}}{P_{sup}+P_{ind}}. \qquad (17a)$$

и

$$\frac{W_{sup}}{W_{sup}+W_{ind}}>1-\frac{P_{ind}}{P_{sup}+P_{ind}}. \qquad (17b)$$

В случае если справедлива формула (17a), имеет место излишек S (в совокупной величине соответствующего смешанного компонента), который не был распределен между франчайзером и франчайзи:

$$S=1-\frac{P_{ind}}{P_{sup}+P_{ind}}-\frac{W_{sup}}{W_{sup}+W_{ind}}>0. \qquad (18)$$

Франчайзер может пожелать оставить этот излишек себе, и в этом случае

$$B=\frac{W_{sup}}{W_{sup}+W_{ind}}+S.$$

Это соответствует желанию франчайзера максимизировать свой доход и (или) очень эффективной франшизе (в том смысле, что обладание ею значительно повышает результативность деятельности франчайзи по сравнению с независимыми предприятиями).

Франчайзер также может передать этот излишек франчайзи с целью мотивировать его (например, при запуске торговой марки в новом регионе), и тогда

$$1-B=b=\frac{P_{ind}}{P_{sup}+P_{ind}}+S.$$

В обоих случаях доля франчайзи в смешанной компоненте дохода как минимум пропорциональна вкладу франчайзи в ее формирование,

а в том случае если излишек был передан франчайзи — превосходит его.

Формула (17b) соответствует нехватке *Sh*:

$$Sh = 1 - \frac{P_{ind}}{P_{sup} + P_{ind}} - \frac{W_{sup}}{W_{sup} + W_{ind}} < 0.$$

В этом случае

$$B = \frac{W_{sup}}{W_{sup} + W_{ind}}$$

и

$$b = \frac{P_{ind}}{P_{sup} + P_{ind}} + Sh < \frac{P_{ind}}{P_{sup} + P_{ind}}.$$

Это означает, что доля франчайзи в соответствующей смешанной компоненте дохода меньше его вклада в ее формирования.

Таким образом, полное описание данного алгоритма расчета долевых множителей при смешанных компонентах дохода франчайзи имеет следующий вид:

долевой множитель *B* рассчитывается по формуле

$$B = \frac{W_{sup}}{W_{sup} + W_{ind}}, \qquad (19)$$

если выполняется одно из требований:

1) если выполнено условие (16);

2) если выполнено условие (17a), и излишек (18) был передан франчайзи;

3) если выполнено условие (17b).

Если выполнено условие (17a), но излишек (18) был оставлен у франчайзера, то

$$B = \frac{W_{sup}}{W_{sup} + W_{ind}} + S. \qquad (20)$$

Аналогичные формулы могут использоваться для расчета *C* (с заменой вероятностей *W* на доходы *P*).

Методику (19-20) будем называть базовой.

Однако, как уже было сказано выше, франчайзер может пожелать выбрать иные методы расчета долевых множителей. Далее будет сделана попытка (не претендующая на полноту) описать наиболее очевидные из таких вариантов.

1. $B = C = 1$. Это означает, что

$$W_{sup} >> W_{ind}, P_{sup} >> P_{ind}. \qquad (21)$$

Если же условие (21) не выполняется, а франчайзер, тем не менее, установил именно такие значения этих долевых множителей, то это означает, что франчайзер, желая максимизировать свою прибыль, изымает у франчайзи весь дополнительный доход, получаемый им от использования ИС франчайзера. Такая модель может применяться в случае известной и престижной торговой марки франчайзера, гарантирующей успех на рынке, для которого характерны крайне низкая выживаемость и крайне низкий доход независимых предпринимателей. Хотя этот вариант задания значений множителей неудобен для франчайзи, тем не менее, он все равно выгоден для него — поскольку фактически фирма франчайзи все равно выживет с вероятностью W_{fr}, а не W_{ind}, что минимизирует риски франчайзи.

Следует указать, что именно на этом примере хорошо заметна разница между лицензированием и франчайзингом: лицензиат, как уже было сказано выше, заинтересован не в минимизации риска, а в росте дохода, и изъятие всего дополнительного дохода от использования лицензии для него неприемлемо, тогда как франчайзи, будучи в первую очередь заинтересован в выживании своего бизнеса, на такое изъятие вполне может согласиться, и при этом все равно получит выгоду за счет снижения риска.

2. Множители *B* и *C* задаются следующим образом: один из них принимается равным 1, а второй рассчитывается по формулам (19-20). В этом случае франчайзер полностью изымает в свою пользу одну из компонент дополнительного дохода (либо потому, что его вклад в ее формирование намного превосходит вклад франчайзи, либо желая максимизировать свой доход), тогда как вторая компонента распределяется между франчайзи и франчайзером пропорционально их вкладу. Очевидно, в первом случае

$$B = 1,\ W_{sup} >> W_{ind},\ C = \frac{P_{sup}}{P_{sup} + P_{ind}},$$

или

$$C = 1,\ P_{sup} >> P_{ind},\ B = \frac{W_{sup}}{W_{sup} + W_{ind}}.$$

3. Один из множителей принимается равным нулю, а второй — равным единице. Это означает, что один из компонентов дополнительного дохода полностью отходит к франчайзеру, а второй — к франчайзи. Этот подход прост и удобен для практических целей, однако пользоваться им надо с определенной осторожностью. Дело в том, что если ситуация, при которой

$$B = 1,\ W_{sup} >> W_{ind},$$
$$C = 0,\ P_{sup} >> P_{ind},$$

нормальна и приемлема для франчайзи, так как дает ему защиту от рисков, то ситуация, когда

$$C = 1,\ P_{sup} >> P_{ind},$$
$$B = 0,\ W_{sup} >> W_{ind}$$

для франчайзи в общем случаем неприемлема и служит указанием на то, что вхождения в сеть данного франчайзера следует избегать, так как он не дает достаточных гарантий успеха. Иными словами, при использовании этого алгоритма определения долевых множителей допустимо только $B = 1$, $C = 0$ (при условии, что они фактически рассчитываются на основе формул (19-20).

Однако вполне возможно, что франчайзер назначил такие значения долевых множителей ($C = 1, B = 0$), лишь желая максимизировать свой доход. То есть условия $P_{sup} >> P_{ind}$, $W_{sup} >> W_{ind}$, не выполняются, речь лишь идет о том, что $W_{ind} P_{sup} > W_{sup} P_{ind}$. Такая ситуация также является в принципе приемлемой для франчайзи.

Подводя итог, подчеркнем, что этот метод расчета долевых множителей требует пристального внимания со стороны франчайзи и наличия у него доступа к статистическим данным о доходах и выживаемости торговых точек данного франчайзера.

4. Оба долевых множителя B и C равны 0. Этот метод может быть реализован в двух вариантах.

В первом случае

$$B = 0,\ W_{sup} >> W_{ind}, \qquad (22)$$
$$C = 0,\ P_{sup} >> P_{ind}.$$

Очевидно, что этот вариант не имеет никакого экономического смысла;

Второй вариант установления таких значений долевых множителей имеет не расчетно-экономическую, а управленческую природу. Иными словами, франчайзер, хотя условие (22) и не выполняется, добровольно ограничивает свой доход, стимулируя тем самым своих франчайзи. Этот вариант удобнее всего, по нашему мнению, реализовывать в виде фиксированных отчислений (см. формулу (13)).

Если франчайзер желает взимать с франчайзи не только роялти, но также и паушальный платеж, то откорректированная ставка роялти может быть найдена из следующего уравнения (без учета дисконтирования):

$$\frac{r}{100\%} R_{tot} = U + \frac{r_U}{100\%} R_{tot},$$

где r — ставка роялти (рассчитанная по формуле (11)), %; R_{tot} — совокупный доход, который франчайзи получит в течение срока действия договора франчайзинга, ден. ед.; U — паушальный платеж (его размер устанавливается франчайзером); r_U — ставка роялти (назначаемая при условии взимания также и паушального платежа).

То есть

$$r_U = \frac{r R_{tot} - U}{R_{tot}}. \qquad (23)$$

Аналогично, если франчайзер желает ограничиться взимания паушального платежа, то

$$U = \frac{r}{100} R_{tot}. \qquad (24)$$

Таким образом, базовая модель (19-20) позволяет использовать любую модель оплаты франшизы — паушальный платеж, роялти, или смешанную. Переход между ними осуществляется на основе формул (23-24).

Заключение

На наш взгляд, при анализе торговли интеллектуальной собственностью и, в частности, при назначении цены на нее следует избегать обобщающего подхода, при котором для всех форм торговли предполагается использовать единую методику ценообразования. Большое значение имеет учет того, для каких целей приобретается интеллектуальная собственность и какие преимущества она дает своему приобретателю. Без ясного понимания этих преимуществ разработка корректной процедуры ценообразования невозможна — поскольку отсутствует понимание того, за что платит покупатель.

В предлагаемой статье сделана попытка разработать отдельные методики расчета ставки роялти для лицензирования и франчайзинга с учетом особенностей этих форм передачи ИС. Автор надеется, что полученные им результаты окажутся интересными как для практиков, так и для теоретиков, работающих в области торговли интеллектуальной собственностью.

Список источников

1. *Азгальдов Г. Г., Карпова Н. Н.* Вознаграждение за использование интеллектуальной собственности // Московский оценщик. — 2000. — № 7.

2. *Алгазина Д. Г.* Особенности определения стратегии ценообразования в производственно-торговых франчайзинговых системах // Известия Алтайского Государственного Университета. — 2005. — № 2(36).

3. *Королева Н. С.* Показатели и критерии оценки эффективности франчайзинга в предпринимательской деятельности // Вестник ИНЖЭКОН. — 2006. — № 4(13).

4. *Котляров И. Д.* Математическая модель принятия решения о приобретении франшизы // Проблемы управления. — 2007. — № 5.

5. *Стажкова М. М.* Договор франчайзинга. Правовые основы, учеты и налоги. М.: ООО ИИА «Налог Инфо»; ООО «Статус Кво 97», 2007

6. *Blair R. D., Lafontaine F.* The Economics of Franchising. — New York, 2005.

УДК 334.75

ключевые слова: интеллектуальная собственность, роялти, моделирование