

Фёдорова И. В.

ФОРМИРОВАНИЕ СТОИМОСТИ НЕМАТЕРИАЛЬНЫХ АКТИВОВ ПОСРЕДСТВОМ "PUBLIC RELATIONS"

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/1/2009/3/63.html

Статья опубликована в авторской редакции и отражает точку зрения автора(ов) по рассматриваемому вопросу.

Источник

Альманах современной науки и образования

Тамбов: Грамота, 2009. № 3 (22). С. 177-180. ISSN 1993-5552.

Адрес журнала: www.gramota.net/editions/1.html

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/1/2009/3/

© Издательство "Грамота"

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: www.gramota.net

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: almanac@gramota.net

Список литературы

- Аксенов И. Я. Единая транспортная система: Учебник для вузов. – М.: Высшая школа, 1991. – 383 с.
- Громов Н. Н., Панченко Т. А., Чудовский А. Д. Единая транспортная система: Учебник для вузов. – М.: Транспорт, 1987. – 304 с.
- Екшибарова Н. А. Формирование информационной культуры учащихся в процессе обучения географии // География в школе. - 2006. - № 4.
- Новенко Д. В. Новые информационные технологии в обучении // География в школе. - 2004. - № 5.
- Таможня Е. А. Компьютерные технологии: возможности использования // География в школе. - 2004. - № 4.

ФОРМИРОВАНИЕ СТОИМОСТИ НЕМАТЕРИАЛЬНЫХ АКТИВОВ
ПОСРЕДСТВОМ «PUBLIC RELATIONS»

Фёдорова И. В.
Российский университет дружбы народов

В современном мире связи с общественностью являются важным фактором для увеличения продаж компании, формирования брэнда и стоимости нематериальных активов предприятия. Инструменты Public Relations эффективно используются коммерческими и некоммерческими организациями с целью достижения желаемого контакта с целевой аудиторией. По оценкам коммуникационного агентства Dikom (Дюссельдорф), связи с общественностью становятся одним из ведущих инструментов взаимодействия с самыми широкими слоями потребителей и другими целевыми группами, в том числе и СМИ. Это обусловлено сразу несколькими факторами, определяющими тенденции европейского рынка: во-первых, снижением затрат на содержание редакций со стороны медиа-холдингов, что вынуждает журналистов активнее использовать пресс-релизы и другие PR-материалы; во-вторых, уменьшением расходов на рекламу, что приводит к усилению PR-составляющей в общих маркетинговых расходах.

Коммуникации являются катализатором формирования и увеличения стоимости нематериальных активов компании. Благодаря успешному использованию механизмов Public Relations и рекламы, стоимость нематериальных ресурсов таких компаний как Coca-Cola, IBM, British Petroleum, Microsoft значительно превосходит стоимость материальных активов. Использование PR-технологий является наиболее эффективным механизмом воздействия на общественность в процессе продвижения авторских прав производителей программного обеспечения.

Сейчас нематериальные активы в нашей стране не только неправильно оценены, но и порой нигде не учитываются. В финансовом выражении их стоимость на всю Россию — около 70 млрд. рублей, а за рубежом в одной только корпорации Airbus этот показатель составляет 11 млрд. евро. Причем свои «ноу-хау» не ценят не только государственные учреждения, но и госкомпании. Например, стоимость нематериальных активов «Сбербанка» меньше 100 млн. рублей, а банка Credit Swiss в пересчете на рубли — 260 миллиардов. В развитых странах, по данным Счетной палаты, нематериальные активы составляют 30-35% общей капитализации государств, а в компаниях этот показатель может достигать до 70%. Из-за неправильной оценки нематериальных ресурсов, объектов интеллектуальной собственности, в России страдает капитализация страны в целом. В то время как в Японии правильная переоценка стоимости объектов интеллектуальной собственности и активное использование коммуникаций в данной сфере стало причиной всемирно известного японского экономического «чуда» и стремительного роста капитала.

Но следует отметить и положительные тенденции на отечественном рынке: доля нематериальных активов в имуществе хозяйствующих субъектов неуклонно возрастает. Инвестиции в нематериальные активы становятся определяющим фактором эффективного использования физического капитала и начинают играть главную роль в создании прибыли.

К причинам, влияющим на изменение роли нематериальных активов в России, можно отнести развитие рыночной экономики в стране, которое повлекло за собой отход от государственного регулирования и, как следствие, появление возможности использовать интеллектуальную собственность. В условиях капитализации экономики увеличивается возможность выбора, расширяется ассортимент предложений и происходит ликвидация дефицита. Здоровая конкуренция производителей и наличие хорошего качества большинства конкурирующих товаров поспособствовали созданию брэнда и торгового дрессинга, которые помогают покупателю идентифицировать (однажды понравившийся) товар.

Понятие *брэнд* происходит от английского слова brand, что в переводе обозначает товарный знак, торговая марка. Брэнд – это термин в маркетинге, символическое воплощение комплекса информации, связанного с определённым продуктом или услугой. Обычно включает в себя название, логотип и другие визуальные элементы (шрифты, цветовые схемы и символы).¹

Брэндовое имя должно быть непроницаемо для конкурентов, так как именно оно является наиболее запоминаемой частью общей брэндовой идентичности: именно эту часть брэнда стараются при слияниях по-

¹ <http://ru.wikipedia.org/wiki/Брэнд>

глотить в первую очередь.

В переводе с английского «дрессинг» - это фирменный стиль, внешняя атрибутика, которые в симбиозе и защищают торговую марку от подделки: всевозможных «актов подобия», действий с использованием идентичного торгового дрессинга, предпринимаемых с целью влияния на потребителей.¹

Следствием растущей конкуренции и значимости брэнда на российском рынке является возрастание роли юридического ядра товара - товарного знака. Это послужило предпосылкой к появлению спроса на оценку стоимости нематериальных активов предприятий. В период массовой приватизации (начало 90-х гг.) не была осуществлена реальная оценка стоимости нематериальных активов предприятий. Рыночные цены отсутствовали, более того, государственная собственность (когда частной собственности еще практически не было) продавалась по ценам ниже рыночных. В настоящее время достоверная оценка нематериальных активов становится первоочередной задачей, что также обуславливает изменение роли нематериальных активов.

Развитие законодательства, касающегося интеллектуальной собственности и нематериальных активов, обусловлено становлением рыночной экономики страны. Сегодня стоимость успешных брэндов западных компаний складывается из двух составляющих: 40% материальных и 60% нематериальных активов. Все вложения в брэнд должны приносить реальную отдачу, именно поэтому одна из основных задач PR-управлений крупных корпораций – разработка эффективной и долгосрочной PR-стратегии. Доказать важность определения стоимости нематериальных активов несложно. Во-первых, капиталовложения, затрачиваемые на создание нематериальных активов, в ряде отраслей превышают затраты на приобретение материальных активов. Во-вторых, при оценке акций компаний фондовый рынок признает стоимость нематериальных активов. По данным компании Interbrand, процентное соотношение материальных и нематериальных активов компаний British Petroleum равно 29:69, компании IBM – 17:69, компании Coca-Cola – 4:69. Именно PR-технологии - важная составляющая интегрированных маркетинговых коммуникаций – играют ключевую роль в формировании стоимости нематериальных активов компании.

Связи с общественностью являются наиболее эффективным инструментом для достижения желаемого контакта с целевой аудиторией на рынке программных продуктов. Решение основных проблем, с которыми сталкиваются крупнейшие международные производители программного обеспечения: «пиратство», несовершенство законодательства в отношении преступлений против интеллектуальной собственности, непросвещённость населения, - возможно только посредством профессионально разработанных PR-стратегий.

Индустрия программного обеспечения – одна из наиболее динамично развивающихся на сегодняшний день отраслей экономики, своего рода катализатор технологического прогресса. За последние 30 лет программное обеспечение стало необходимой составляющей экономического успеха и конкурентоспособности коммерческих компаний, неотъемлемой частью жизни каждого человека. Люди во всем мире используют программные продукты практически во всех сферах жизни – в общении, на работе, дома, на отдыхе. Развитие индустрии программного обеспечения способствует созданию миллионов новых рабочих мест и технологий, в значительной степени преобразующих современное общество. Деятельность государственных структур и коммерческих организаций, равно как и общение простых людей, сегодня невозможно представить без использования информационных технологий.

Важнейшим достижением в области культуры ведения бизнеса является осознание важности защиты прав на интеллектуальную собственность для научно-технического прогресса и развития цивилизованного общества. Постепенный переход отечественных предпринимателей на лицензионное программное обеспечение и борьба с контрафактной продукцией положительно отражается на социальной жизни и экономике страны. Но этот переход невозможен без соблюдения законодательства и проведения образовательной, просветительской работы с обществом.

К сожалению, в России по-прежнему недооценивается роль авторских прав и прав на интеллектуальную собственность. Представитель международной ассоциации производителей программного обеспечения Business Software Alliance, Владислав Шаповал комментирует сложившуюся ситуацию так: «Восприятие наших правоохранительных органов сводится к тому, что есть серьёзные преступления – кражи, угоны автомобилей, преступления против жизни, а нарушение авторских прав – это американцы придумали, чтобы качать деньги из страны».

История интеллектуальной собственности как развитой правовой категории насчитывает около 300 лет, но первые прецеденты её защиты относятся к XI веку. В 1474 году в Республике Венеция был принят первый патентный закон, а более чем через 100 лет Галилео Галилей получил здесь патент на «средство для перекачивания воды».

В России правовое регулирование интеллектуальной собственности развивалось параллельно с ремеслами. Первый товарный знак датируется XVII веком – согласно Новоторговому уставу 1667 года, на изделиях ремесленников начали ставить клеймо. А в 1774 году клеймение всех российских товаров стало обязательным.

К концу XIX столетия охрана авторства вышла на международный уровень: в 1883 году была подписана Парижская конвенция об охране промышленной собственности. В 1967 году пересмотр и внесение поправок в нее в Стокгольме привели к появлению современного понятия «интеллектуальная собственность» и созданию Всемирной организации интеллектуальной собственности.

¹ Музыкант В. Л. Реклама в действии: стратегии продвижения. – М.: ООО Издательство «Эксмо», 2007.

Соблюдение правовых норм в отношении интеллектуальной собственности является неперенным условием развития технологических инноваций и создания цивилизованного правового общества. Наиболее эффективным методом комплексного подхода к проблеме развития нематериальных активов считается PR-продвижение авторских прав, т.е. защита прав на интеллектуальную собственность посредством PR-технологий и, как следствие, стимулирование продаж лицензионных продуктов. Важную роль в этом вопросе играют международные и российские законодательные акты, регулирующие правовые отношения «правообладатель – пользователь».

В настоящее время в России существует реальная проблема защищенности нематериальных активов, в частности интеллектуальной собственности и авторских прав. Число судебных споров по поводу товарных знаков и фирменных наименований постоянно растет, в том числе вследствие отсутствия выятных законов о фирменных наименованиях, недобросовестные конкуренты всё чаще регистрируют на себя товарный знак, незначительно отличающийся от знака уже работающей фирмы, чтобы дезориентировать клиентов и получить выгоду. При схожести упаковок до степени смешения арбитражный суд определяет законность прав пользования товарным знаком. Российская судебная практика показывает, что защититься от использования другими фирмами аналогичных наименований, пусть и не полностью совпадающих, весьма сложно.¹

Другая, не менее острая проблема в сфере защиты нематериальных активов, кроется в производстве и распространении нелегальной софтверной продукции. Эффект компьютерного пиратства не ограничивается лишь влиянием на предприятия компьютерной отрасли и индустрию программного обеспечения. По данным исследования BSA, опубликованного в январе этого года, снижение уровня компьютерного пиратства может привести к появлению тысяч новых рабочих мест и росту экономики, исчисляемому миллиардами долларов, а также к увеличению сумм налоговых сборов в поддержку региональных программ и государственных услуг. Согласно данному исследованию сокращение уровня компьютерного пиратства в России до 70% к 2011 году, позволит создать 12 500 дополнительных высокооплачиваемых рабочих мест и собрать \$355 миллионов в виде налоговых поступлений, а вклад ИТ-сектора в экономику страны увеличить на \$8.5 миллиардов.

Решительная государственная позиция в области защиты интеллектуальной собственности в России, успешная работа правоохранительных органов РФ по борьбе с компьютерным пиратством и активная PR-деятельность правообладателей дают заметные результаты в странах Центральной и Восточной Европы. За последние пять лет, из страны с одним из самых высоких уровней компьютерного пиратства в мире, России удалось выйти в мировые лидеры по темпам снижения использования нелегального ПО. За последний год Россия достигла выдающихся результатов, благодаря снижению уровня компьютерного пиратства на 7%. Программы по легализации, осуществляемые производителями ПО и государством, оказали положительное влияние на сокращение уровня установки нелегального ПО.

Для сравнения, следует отметить, что уровень компьютерного пиратства в Украине в 2007 году снизился всего на 1% и составил 83%. А в странах ЕС в 2007 году лишь 35% контрафактной продукции было установлено на ПК, потери при этом составили 12.3 млрд. долларов. Высокие показатели уровня пиратства в ЕС зафиксированы в Греции (58%), Италии (49%), Франции (42%).

Кроме того, правоохранительные органы РФ усилили правоприменительную работу против продавцов контрафакта и предприятий использующих нелегальное ПО. Некоторые распространители переориентировались с продажи нелегальных продуктов на легальный софт. Стремительный экономический рост и увеличение располагаемых доходов стимулирует потребителей к переоценке рисков от использования пиратского ПО в пользу приобретения лицензионных продуктов.

Надо признать, что уровень пиратства в России снизился не столько из-за повышения правосознания граждан, сколько под давлением внешних факторов. Во-первых, большую роль сыграли образовательные проекты, в частности, национальный проект "Образование", в рамках которого в школы было бесплатно поставлено все необходимое программное обеспечение.

Во-вторых, многие компании, представляющие малый и средний бизнес, вынуждены были установить легальное ПО под угрозой изъятия компьютеров, если на них будет обнаружен нелегальный софт.

Согласно статье 7.12 Кодекса РФ об административных нарушениях ("Нарушение авторских и смежных прав, изобретательских и патентных прав") за использование контрафактных произведений сотрудники правоохранительных органов имеют право конфисковать ПО вместе с оборудованием, на которое оно установлено. Выявлением нарушений закона активно занимается ассоциация производителей программного обеспечения Business Software Alliance (BSA), Некоммерческое Партнерство Поставщиков Программных Продуктов и антипиратская организация «Русский Щит». В случае, если правонарушители игнорируют предупреждения правообладателей о рисках использования нелегальной продукции, информация о компании сообщается правоохранительным органам, которые впоследствии принимают более жесткие меры наказания.

Одновременно с ассоциациями по защите прав на интеллектуальную собственность производителей программного обеспечения в мире существуют общественные объединения, выступающие против ограничения свободного доступа к информации на коммерческой основе. Профессиональным пользователям ПК хорошо известен распространенный стандарт GNU Public License – программное обеспечение «с открытым кодом»,

¹ Музыкант В. Л. Реклама в действии: стратегии продвижения. – М.: ООО Издательство «Эксмо», 2007.

то есть предоставляющее пользователям возможность самим вносить изменения в программу с учётом индивидуальных требований.

Программы «с открытым доступом» распространяются бесплатно, их продажа за деньги запрещена. Тем не менее, авторы у такого программного обеспечения есть, хотя лицензионных выплат за свою работу они не получают.

Существуют и «пираты по убеждениям» - они поддерживают идею всеобщего свободного доступа к информации, притом признают такой формат распространения компьютерных программ единственно верным и даже создают политические объединения. В начале 2006 года в Швеции появилась первая в мире Партия пиратов. Вскоре у нее появились сообщники в Германии, а затем в США.

Недопущение цензуры в Интернет – принципиальное требование Движения копилефтеров, выступающих за отмену копирайта. По-английски слова *copyright* и *copyleft* звучат как антонимы. Публичные электронные библиотеки также относятся к проявлениям копилефта, что вызывает недовольство многих отечественных и зарубежных авторов, так как они не получают никаких отчислений за свои труды, размещенные в Интернете в открытом доступе.

Однако одной из причин снижения уровня пиратского софта является переход многих пользователей на бесплатное ПО «с открытым кодом», такое как операционная система Linux или приложение OpenOffice. Но, по словам аналитиков, доля таких программ на легальном софтверном рынке пока незначительная.

От снижения уровня компьютерного пиратства напрямую зависят темпы роста ИТ - рынков. Результаты исследования, проведенного ассоциацией производителей программного обеспечения Business Software Alliance совместно с компанией IDC, показали, что если бы доля нелегального софта упала на 10% в течение последующих четырех лет, то темпы роста российских рынков компьютеров и ПО выросли с 14,6% в год до 18,2%.

Следует отметить, что, несмотря на российский менталитет и отсутствие соответствующих законодательных норм, в последние годы правообладатели усилили борьбу с корпоративными пиратами, например, с 2004 по 2008 г. международная антипиратская ассоциация BSA (Business Software Alliance) добилась существенных компенсаций от ряда компаний из Москвы, Санкт-Петербурга, Чувашии, Ростова-на-Дону, Нижнего Новгорода.

По результатам исследования, проведенного международной ассоциацией производителей программного обеспечения Business Software Alliance, за 2007 год российские компании выплатили правообладателям 2,6 млн. долларов за незаконное использование компьютерных программ. Размер ущерба, нанесенного в результате нарушения закона об авторском праве и смежных правах, составил более одного млрд. долларов.

Кроме того, в ходе борьбы с пиратством накануне вступления России в ВТО выявлено использование нелегального программного обеспечения корпорации Microsoft в офисах «Авиационных линий Кубани». Ущерб, нанесенный компании Microsoft оценивается специалистами - приблизительно 1 млн. руб.¹

По данным IDC, рынок ПО в 2007 году вырос на 18%, до 80 млрд. долларов. При этом доля домашних пользователей и малого бизнеса составляет до 66% объема мирового рынка ПО. Однако именно домашних пользователей очень сложно привлечь к ответственности, потому что у милиции и правообладателей нет права проверять всех и каждого. И если компании можно запугать проверками и уголовными делами, то с простыми пользователями работа предстоит более тонкая – разъяснительная, информационная. Следовательно, для достижения желаемых положительных результатов в борьбе с пиратством компании-правообладатели должны активно использовать коммуникации, нацеленные как на корпоративных, так и на частных пользователей.

В борьбе с «интеллектуальным пиратством» используются различные механизмы PR: просветительская и образовательная деятельность; лоббирование законов и поправок к законам об авторском праве; публикация PR-материалов, посвященных успешной судебной практике в отношении правонарушителей. Но все эти PR-технологии и рекламные проекты преследуют единые цели – увеличение стоимости нематериальных активов компании и защита прав на интеллектуальную собственность патентообладателей.

Грамотная оценка нематериальных активов особенно важна для предприятий высокотехнологических отраслей, таких как индустрия программного обеспечения. Как правило, для крупных и известных компаний именно стоимость нематериальных активов вносит заметный вклад в общую стоимость предприятия (для некоторых западных предприятий даже превышая 50%).

Оценка стоимости нематериальных активов включает в себя: оценку товарного знака и близкую к ней оценку «гудвила» (деловой репутации); а также оценку интеллектуальной собственности (патентов, «ноу-хау», технической документации и программного обеспечения).

Компании-производители программных продуктов обладают значительным объемом нематериальных активов. Знание их реальной стоимости и умелое их использование способны значительно укрепить позиции компании на рынке.

На сегодняшний день нематериальные активы являются важным фактором в формировании ценностей экономики страны. Однако часто они представляют собой продукт, который способствует созданию стоимости компании только в сочетании с другими производственными факторами. Таким образом, для того чтобы управлять предприятием, повышая производительность и создавая ценности, менеджерам компаний, как и инвесторам, следует лучше понимать, насколько велика роль нематериальных активов в системе создания ценностей в организации.

¹ Музыкант В. Л. Реклама в действии: стратегии продвижения. – М.: ООО Издательство «Эксмо», 2007.