

## شیوه های ارزشگذاری

# دارائیهای معنوی در فرایند سرمایه گذاری



هومن تندهوش - نسترن حاجی حیدری - منصور نجمانی

### چکیده

باتوجه به جایگاه امروزی دارائیهای فکری در تجارت جهان و نقشی که این دارائیهای ارزشمند می تواند در توسعه و کسب درآمد بیشتر برای بنگاههای کوچک و بزرگ اقتصادی و دولتها داشته باشد، مدیریت این نوع دارائیهای از اهمیت بسزایی برخوردار شده است. امروزه سرمایه گذاری مخاطره پذیر در نتیجه به اشتراک گذاشتن دارائیهای نامشهود سرمایه گذاران به وقوع می پیوندد، که این امر باتوجه به شرایط فعلی ایران و همچنین نیاز به خرید و انتقال فناوری و توسعه صنایع پیشرفته، به طور روزافزونی بر اهمیت این موضوع می افزاید.

هدف از انجام این مطالعه شناسایی و بیان نقش و اهمیت دارائیهای معنوی در فرایند سرمایه گذاری، علی الخصوص سرمایه گذاری مخاطره پذیر، نحوه شناسایی دارائیهای شیوه های رایج ارزشگذاری این نوع دارائیهای و بیان چالشهای موجود در این امر است. این مقاله پس از ارائه تعریف دارائیهای معنوی و معرفی انواع آن از جمله حق اختراع، حق تالیف، نشان تجاری، رمز و راز تجاری، دانش فنی و حق طراحی، به تبیین اهمیت، تاثیر و ارزش افزایی آن در کسب و کار می پردازد. نتیجه این مطالعه بیانگر شیوه تعیین دارائیهای فکری، ارزشگذاری آنها، فاکتورهای موثر در تعیین ارزش آنها و چگونگی اظهار این دارائیهای در فرایند سرمایه گذاری است.

### دارائیهای معنوی

دارائیهای معنوی، شامل کلیه دارائیهای غیرمشهودی است که در کسب و کار مورد استفاده قرار می گیرد ولیکن ممکن است به صورت مستقیم توسط مالکیت معنوی قابل

حمایت نباشد. به طور کلی هر کسب و کاری مالک سه نوع دارایی است. دارائیهای پولی، دارائیهای فیزیکی و دارائیهای معنوی. دارائیهای پولی شامل پول، اعتبار و یا وام است. دارائیهای فیزیکی شامل تجهیزات، زمین، ساختمان، کالاها و موجودی انبار است و لذا هر نوع دارایی غیر فیزیکی دیگر در زیر مجموعه دارائیهای معنوی قرار می گیرد. به طور کلی می توان دارائیهای معنوی را در سه گروه عمده طبقه بندی کرد که عبارتند از: دانش فنی، اطلاعات اختصاصی و بانک اطلاعاتی تجاری و همچنین شیوه ها، ایده ها و یا طرحهای اصلی و جدید را طبقه بندی کرد. برداشت کلی از دارائیهای معنوی می تواند کلیه دارائیهایی غیر مشهودی را شامل شود که یک کسب و کار را از رقبایش متمایز می سازد.

اهمیت و نقش مالکیت معنوی در کسب و کار و سرمایه گذاری: در یک اقتصاد «دانش محور»، امکان رقابت میان موسسات رقیب عموماً در گرو تولید محصولات با ارزش افزوده بالا، آن هم با قیمت رقابتی است. امروزه که اقتصاد در مسیر جهانی شدن گام برمی دارد، موسسات تولیدی و خدماتی، حتی اگر تمام فعالیت اقتصادی خود را در چارچوب مرزهای ملی نیز محدود کرده باشند، برای بقا ناگزیرند که کالا و یا خدمت خود را با کیفیت و قیمت رقابتی «جهانی» عرضه کنند. برای امکان ارائه کالاها و خدماتی با قیمت و کیفیت رقابتی و بقاء، در این بازار، موسسات تجاری ناگزیرند با اتخاذ یک راهبرد تجاری مستمر، همواره هزینه های تولید را کاهش دهند و با بالابردن کیفیت کالاها و خدمات، سهم خود را در بازار حفظ کنند و بر آن بیفزایند. نیل به این مقصود ممکن نیست

مگر از طریق:

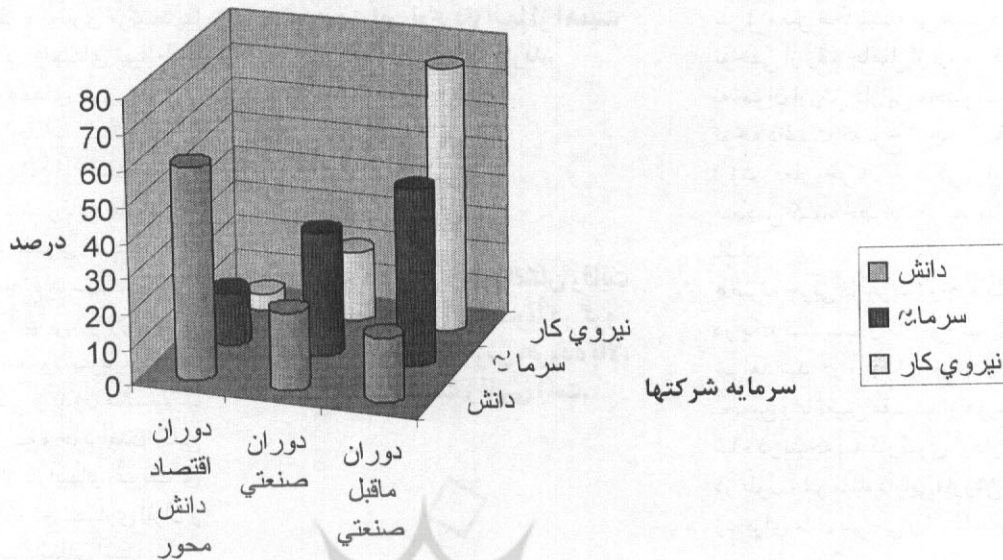
- سرمایه گذاری در تحقیق و توسعه (R&D)؛
- بهره گیری از فناوریهای نو؛
- توسعه مدیریت دانش؛
- ایجاد و به کارگیری طرحها و ایده های نو؛
- بازاریابی کارآمد کالاها و خدمات.

برای سازماندهی و اجرای این فعالیتها به سرمایه گذاری نیاز است که برای بنگاههای تجاری، به خصوص بنگاههای کوچک و متوسط، چنین سرمایه گذاری ای دشوار است. در این وضعیت، اگر حمایت قانونی و عملی از حقوق مالکیت معنوی وجود نداشته باشد، حاصل سرمایه گذاری که همان دارائیهای معنوی است مورد سرقت یا نسخه برداری قرار خواهد گرفت. این حمایت از مالکیت معنوی است که در موسسات تولیدی و خدماتی انگیزه سرمایه گذاری در تحقیق، توسعه و نوآوری ایجاد می کند زیرا مطمئن هستند دارائیهای معنوی آنها مانند: ابتکارشان در تولید کالا، ابداع طرح جدیدشان برای محصول و خوش اعتباری نامشان در بازار،... مورد سوء استفاده قرار نخواهد گرفت.

روند تغییر پرتفولیوی سرمایه شرکتهای از گذشته تاکنون: آمار و ارقام نقش و جایگاه مالکیت معنوی را در بازار تجارت جهانی، اهمیت و روند تغییر ترکیب سرمایه در شرکتهای را به نحوی ملموس نشان می دهد:

در سال ۱۹۸۲، حدود ۶۲ درصد از دارایی شرکتهای آمریکایی را دارائیهای مادی آنها مثل ساختمان، زمین، ماشین آلات، مواد اولیه، پول و مانند اینها تشکیل می داد، در حالی که در سال ۲۰۰۰ سهم دارائیهای معنوی (اموال فکری) این شرکتهای به ۷۰ درصد مجموع دارایی آنها بالغ شد و سهم دارائیهای مادی به کمتر از یک سوم

جدول ۱ - روند تغییر پرتفولیوی سرمایه شرکتها



مجموع داراییهای آنها تقلیل یافت. (جدول ۱)

در سوی دیگر دنیا، در اروپا نیز رشد ارزش داراییهای معنوی چشمگیر بوده است، به طوری که در آغاز دهه ۱۹۹۰ میلادی سهم داراییهای غیرمادی موسسات و شرکتهای تجاری در این منطقه از جهان به بیش از یک سوم مجموع داراییهای آنها رسیده است. به عنوان نمونه، در سال ۱۹۹۲ در کشور هلند بیش از ۳۵ درصد از مجموع سرمایه گذاری صورت گرفته در بخش خصوصی و دولتی، مربوط به داراییهای معنوی انجام می شود. از طرف دیگر، تحقیقات نشان می دهد که برخورداری یک کشور از نظام مالکیت معنوی صحیح نقشی بسیار اساسی و تعیین کننده در جلب سرمایه گذاری خارجی در آن کشور دارد. به عنوان یک نمونه خوب، می توان به وضعیت کشور هندوستان اشاره کرد که اصلاح نظام حمایت از حق اختراع و علامت تجاری در اوایل دهه ۱۹۹۰ میلادی، تاثیر بسزایی در فرآیند جذب سرمایه گذاران خارجی به اقتصاد و بازارهای این کشور بوده است. نمونه دیگر، کشور برزیل است که با اصلاح قانون مربوط به مالکیت صنعتی خود در سال ۱۹۹۶ با پورش سرمایه گذاری خارجی مواجه بوده است. اگرچه ارزش داراییهای معنوی در مقیاس کوچکتر و در سطح بینگانههای اقتصادی که در

مشترک: مگفا (مرکز گسترش فناوری اطلاعات) وابسته به سازمان گسترش و نوسازی صنایع ایران، در راستای ماموریت محوله، برای توسعه صنعت فناوری اطلاعات با مشارکت بخش خصوصی اقدام به سرمایه گذاری در (ICT) فناوری اطلاعات و ارتباطات می کند. یکی از چالشهای اصلی در توسعه صنایع پیشرفته عدم وجود بازار داراییهای معنوی است که عدم حمایت قانون آن را تشدید کرده است. سرمایه گذاری در صنایع پیشرفته با مخاطرات و ریسک های زیادی همراه است. یکی از مخاطرات اصلی در این حوزه، ارزشگذاری و تعیین ارزش واقعی فناوری، دانش فنی و سایر آورده های غیر نقدی شرکاست.

واقع آجرهای سازنده بنای اقتصادهای ملی هستند، نگاه کنیم نیز همین وضع را مشاهده خواهیم کرد. در حقیقت، اختلاف فاحش و فزاینده ای که میان ارزش اسمی و ارزش واقعی سهام شرکتهای بزرگ تجاری وجود دارد، تا حد بسیار زیادی به همین داراییهای غیرمادی مثل نام تجاری، روابط با مشتریان، حق اختراع، علامت تجاری مربوط می شود. در جدول شماره ۲ سهم داراییهای غیرمادی در مقایسه با داراییهای مادی پنج شرکت بزرگ تجاری جهان، از مجموع ارزش بازاری هر یک از این شرکتهای را براساس آمار سال ۱۹۹۵ ملاحظه می کنیم. (جدول شماره ۲)

تاثیر و نقش مالکیتهای معنوی در سرمایه گذاری

جدول ۲ - ارائه مقایسه ای سهم داراییهای غیرمادی و مادی ۵ شرکت بزرگ جهان (ارقام به میلیارد دلار است)

| نام شرکت     | داراییهای مادی | داراییهای غیرمادی | ارزش بازاری |
|--------------|----------------|-------------------|-------------|
| مایکروسافت   | ۴/۵            | ۴۴/۶              | ۴۹/۱        |
| آی - بی - ام | ۲۲/۵           | ۳۱/۵              | ۵۴/۰        |
| فورد         | ۲۱/۴           | ۸/۶               | ۳۰/۰        |
| مک دونالد    | ۶/۲            | ۲۰/۰              | ۲۶/۰        |
| کوکاکولا     | ۵/۲            | ۷۳/۴              | ۷۸/۶        |

است و این نتیجه ملاک ارزشگذاری قرار می‌گیرد و سپس ارزش فعلی آن براساس نرخ تنزیل معین محاسبه می‌شود. درصد قابل توجهی از رقم حاصل از ارزش فعلی و جوه نقد به عنوان ارزش دارایی محسوب می‌گردد. باید توجه داشت که نرخ تنزیل در هنگام محاسبه ارزش فعلی جریان نقدینگی آزاد باید منعکس کننده خطرات مرتبط با نوع دارایی نیز باشد.

● **صرفه جویی در هزینه:** وجود بعضی دارائیها در یک کسب و کار موجب کاهش هزینه ها خواهد شد. در مورد این نوع دارائیها می توان با تخمین و یا تعیین مقدار هزینه صرفه جویی شده در نتیجه به کارگیری از دارایی موردنظر و در طول عمر مفید دارایی، ارزش آن را تخمین زد. برای مثال طراحی و استفاده از یک نرم افزار رایانه ای در یک سازمان می تواند موجب کاهش هزینه های چون هزینه پرسنلی، سربار و... شود.

### آورده های معنوی

۱- فناوری: تعریف - مجموعه تکنیک ها و مهارتهای ذهنی و بدی است که در فرهنگ فنی به مجموعه اطلاعات و مهارتهای باحق مالکیت و یا بدون آن اطلاق می گردد.

خرید فناوری دسترسی سریع به ابزار پیشرفته تولید و کنترل روی ابزار تولید را ممکن می سازد. باید توجه داشت که پس از خرید فناوری، مجموعه دانش و فنونی که به منظور انجام کامل و یا بخشی از فرایند تولید، ارائه خدمات، انجام امور تحقیقاتی، طراحی و یا نگهداری لازم است در اختیار خریدار باشد.

فناوری معمولاً شامل: امتیاز (حق لیسانس) و خدمات مرتبط است که هر یک شامل زیرمجموعه های زیر است:

#### الف - امتیازها:

- حق اختراع؛

- علائم تجاری؛

- دانش فنی.

ب - خدمات:

- کمکهای فنی؛

- خدمات مهندسی.

روش ارزشگذاری: با توجه به احراز شرایط لازم، از هر سه رویکرد اصلی می توان استفاده کرد. باید توجه داشت که در این رویکردها در

## از آنجا که دارائیهای فکری نقش ارزشمندی در تجارت جهان دارند، مدیریت این نوع دارائیها از اهمیت بسزایی برخوردارند.



### در اقتصاد دانش محور، امکان رقابت میان موسسات رقیب عموماً در گرو تولید محصولات با ارزش افزوده بالا، آن هم با قیمت رقابتی است.



بااستعلام قیمت یک دارایی با ویژگیهای ذاتی مشابه و یا خصوصیات ارضاکندگی جایگزین با دارایی مورد نظر، حداکثر ارزش آن دارایی را به دست آورد. این روش هنگامی کاربرد دارد که دارایی مشابه با دارایی با خصوصیات ارضاکندگی جایگزین، موجود باشد و امکان استعلام قیمت آن به سادگی امکان پذیر باشد.

● **روش مالکیت مجدد:** در مواردی که برآورد میزان هزینه های مورد نیاز برای دستیابی به دارایی مورد نظر امکان پذیر باشد، می توان با تخمینی از هزینه ها، حداقل ارزش یک دارایی را محاسبه کرد.

● **هزینه های دفتری:** در صورتی که مستندات هزینه های انجام یافته به منظور حصول یک دارایی در دسترس بوده و صحت آنها مورد قبول طرفین باشد، می توان بااستناد به آنها حداقل ارزش یک دارایی را تعیین کرد.

۳- **رویکرد درآمدی:** در این رویکرد ارزش یک دارایی براساس پیش بینی درآمد ناشی از آن دارایی و براساس جداول مالی از جمله گردش و جوه نقد، تعیین می گردد.

● **روش گردش وجوه نقد آزاد:** این روش هنگامی قابل استفاده است که تفکیک درآمد براساس اجزای سرمایه گذاری امکان پذیر باشد. در این روش، جریان نقدینگی خالص ناشی از دارایی مورد ارزیابی قابل پیش بینی

ووظیفه واحد سرمایه گذاری مگفا، شناسایی حوزه های مناسب برای سرمایه گذاری، انتخاب شریک و تهیه طرح تجاری مرتبط با فعالیت مشترک است. در راستای تهیه طرح تجاری، تعیین سهم و آورده های طرفین یکی از مهمترین چالشهای این واحد است. تجربیات واحد سرمایه گذاری مبین این امر است که اکثر شرکای داخلی برخلاف شرکای خارجی، از وجود و اهمیت دارائیهای معنوی خستود کم اطلاع و گاهأ بسی اطلاع هستند. پس از آگاهی از وجود چنین دارائیهایی، برآورد آنها از ارزش واقعی آورده ها، معمولاً برپایه مدارک ناقص، برآوردهای شخصی و بدون مستندات قابل قبول است. دلایل به وجود آمدن چنین مشکلاتی عدم وجود بازار دارائیهای غیرنقدی در اقتصاد دولتی و عمدتاً انحصاری ایران و نقصان ارتباطات تجاری بین المللی است.

به منظور غلبه براین چالش، واحد سرمایه گذاری مگفا اقدام به تشکیل تیمی برای ارزیابی و ارزشگذاری آورده های غیرنقدی شرکا کرده است. فعالیت این تیم به تهیه، تدوین و به کارگیری رویه های ارزشگذاری علمی با توجه به ماهیت و نوع دارائی منجر شده است.

ارزشگذاری آورده های غیرنقدی: بااستفاده از رویکردهای زیر می توان حدود حداقل، حداکثر و گاه متوسط ارزش یک دارایی را تعیین و سپس بااستفاده از فاکتورهای مهم ذکر شده در مورد هر یک از دارائیها، به کمک روش چانه زنی به توافق در مورد ارزش دارایی دست یافت.

۱- **رویکرد بازار:** این رویکرد با توجه به قیمت تعیین شده در بازار رقابتی، اقدام به ارزشگذاری دارائیهای معنوی می کند:

● **قیمت بازار:** در مواقعی که یک دارایی با خصوصیات یکسان در بازار موجود باشد، کارشناس می تواند با استعلام قیمت آن از بازار، ارزش آن را برآورد کند.

● **نظر کارشناس خبره:** در مواردی می توان با کمک گرفتن از کارشناسان خبره در مورد دارایی استعلام قیمت کرد، این روش در مورد دارائیهای مشهود کاربرد بیشتری دارد.

۲- **رویکرد هزینه ای:** این رویکرد مبتنی بر هزینه بوده و شامل روشهای زیر است.

● **روش جایگزینی:** بااین روش می توان

۱۳ - قابلیت دانش فنی در پاسخ به نیازهای از قبل تعیین شده و یا پیش بینی نشده.

۳ - حق اختراع (PATENT): حق انحصاری استفاده از یک اختراع است که دولت به مخترع در مقابل افشای اختراع برای مدتی معین اعطا می کند. این اختراع می تواند طراحی، فرآیند و یا خلق یک محصول جدید باشد. این حقوق عمدتاً دیگران را از ساختن، استفاده و فروش محصول، فن و یا روش اختراعی در قلمرو اختراع ثبت شده، باز می دارد.

روش ارزشگذاری: ارزش حق اختراع را با توجه به اطلاعات موجود در زمان ارزشگذاری می توان با استفاده از هر سه رویکرد تعیین کرد.

فاکتورهای مهم در تعیین ارزش:

- ۱ - منبع ایده اولیه؛
- ۲ - مدت زمان صرف شده برای تبدیل ایده به محصول؛
- ۳ - انحصاری بودن؛
- ۴ - مدت زمان اعتبار حق اختراع؛
- ۵ - طول عمر اختراع با توجه به نیاز بازار.

۴ - علائم تجاری: علامت تجاری عبارت است از هر قسم علامتی اعم از نقش، تصویر، رقم، حرف، مهر، لفاف و غیر آن که برای امتیاز و تشخیص محصول تجاری اختیار می شود.

روش ارزشگذاری: در مورد این نوع آورده بهتر است از رویکرد درآمدی استفاده کرد و با توجه به ارزشی که این نوع آورده برای کسب و کار ایجاد می کند، قیمت آن را تعیین کرد.

فاکتورهای مهم در تعیین ارزش:

- ۱ - حسن سابقه؛
- ۲ - شهرت فعلی آن در بازار؛
- ۳ - قابل استفاده بودن در زمان آینده (منظور عدم به کارگیری عناصری که مشمول زمان هستند مثلاً به کارگیری کلمه دیجیتال در شعار یک شرکت یا استفاده از شکل پردازنده امروزی در آرام یک شرکت).

۵ - حق امتیاز: حق بهره برداری از یک دارایی و خصوصاً منابع طبیعی متعلق به یک شخص حقیقی یا حقوقی را حق امتیاز می نامند.

روش ارزشگذاری: در ارزشگذاری این نوع دارایی، می توان از هر سه رویکرد با توجه به مقتضیات، استفاده کرد.

فاکتورهای مهم در تعیین ارزش: ۱ - انحصاری بودن؛

### سرمایه گذاری در تحقیق و توسعه، بهره گیری از فناوریهای نو، توسعه مدیریت دانش، به کارگیری ایده های نو و بازاریابی کارآمد از جمله مواردی است که موسسات برای حفظ سهم خود در بازار ناگزیرند آنها را مورد توجه قرار دهند.



بازار موجود بوده اما با قیمتهای متفاوت ارائه شود، ارزش دریافت اطلاعات از یک دارنده دانش فنی در آن است که وی ترکیب ترجیحی و عالی اطلاعات فنی را برگزیده و عرضه کند و هنگامی که این اطلاعات به شیوه توصیه شده مورد استفاده قرار گیرد برای استفاده کننده آن حالت رقابتی مطلوبی را به وجود می آورد.

فاکتورهای مهم در تعیین ارزش:

- ۱ - اعتبار و حسن شهرت فروشنده یا صاحب دانش فنی؛
- ۲ - هزینه صرفه جویی شده در نتیجه به کارگیری دانش فنی؛
- ۳ - قیمت تمام شده محصول تولید شده به وسیله دانش فنی جدید؛
- ۴ - وابستگی دانش فنی به فروشنده یا مالک آن؛
- ۵ - وجود مستندات کاربردی؛
- ۶ - انحصاری بودن؛
- ۷ - انعطاف پذیر بودن؛
- ۸ - قابلیت توسعه؛
- ۹ - کیفیت محصول خروجی؛
- ۱۰ - ظرفیت تولید با به کارگیری دانش فنی جدید؛
- ۱۱ - مدت زمان مورد نیاز جهت به کارگیری دانش فنی جدید؛
- ۱۲ - طول عمر دانش فنی؛

واقع ارزش امتیازها تخمین زده می شود نه ارزش خدمات زیرا معمولاً خدمات دارای هزینه ها و ارزشی معین برای هر دو طرف هستند. نکته بعدی آنکه، هر یک از موارد امتیازها را نیز می توان به تنهایی و به طور مجزا ارزشگذاری کرد، که مسائل مرتبط به صورت مستقل در این رویه ذکر گردیده است.

فاکتورهای مهم در تعیین ارزش:

- ۱ - اعتبار و حسن شهرت فروشنده یا صاحب فناوری؛
- ۲ - هزینه صرفه جویی شده در نتیجه به کارگیری فناوری؛
- ۳ - قیمت تمام شده محصول تولید شده به وسیله فناوری جدید در مقایسه با قیمت بازار؛
- ۴ - وابستگی فناوری به فروشنده یا مالک آن؛
- ۵ - وجود مستندات کاربردی؛
- ۶ - انحصاری بودن (عدم عرضه فناوری توسط دیگران)؛
- ۷ - انعطاف پذیر بودن؛
- ۸ - قابلیت توسعه؛
- ۹ - کیفیت محصول خروجی و مطابقت آن با استانداردها؛
- ۱۰ - ظرفیت تولید با به کارگیری فناوری جدید؛
- ۱۱ - مدت زمان استقرار فناوری؛
- ۱۲ - طول عمر فناوری؛
- ۱۳ - قابلیت فناوری در پاسخگویی به نیازهای از قبل تعیین شده؛
- ۱۴ - سازگاری آن با استانداردهای مرتبط.

۲ - دانش فنی (KNOW-HOW):

دانش فنی به مجموعه ای از اطلاعات سودمند، محرمانه، تازه و با ارزش و نیز اطلاعات و مهارتهای فنی مرتبط با طراحی، ساخت و عملیات، که برای تولید محصول یا خدمات مشخص لازم باشد، اطلاق می گردد. دانش فنی یا غیرقابل ثبت بوده و یا عمداً به ثبت نمی رسند.

روش ارزشگذاری: هر سه رویکرد اصلی فوق برای ارزشگذاری دانش فنی امکان پذیر است اما توجه به نکته زیر در مورد رویکرد بازار حائز اهمیت است.

در استفاده از رویکرد بازار، باید توجه داشت که ممکن است دانش فنی مشابهی در

۲- دوره حیات؛

۳- میزان درآمدزایی.

۶- رمز و راز تجاری: رمز و فرمولهایی هستند که موجب موفقیت و خلق مزیت‌های رقابتی برای یک کسب و کار می‌گردند.

روش ارزشگذاری: در مورد این نوع آورده بهتر است از رویکرد درآمدی استفاده کرد و با توجه به ارزشی که این نوع آورده برای کسب و کار ایجاد می‌کند، قیمت آن را تعیین کرد.

فاکتورهای مهم در تعیین ارزش: ۱- عمر مفید با توجه به خواسته‌های بازار؛

۲- قابلیت جایگزینی؛

۳- انعطاف پذیری.

۷- دامنه اینترنتی (DOMAIN): نامی است که به منظور شناسایی یک کسب و کار در فضای اینترنتی ثبت می‌گردد.

روش ارزشگذاری: استفاده از رویکرد بازار و درآمدی برای ارزشگذاری این نوع آورده پیشنهاد می‌گردد.

فاکتورهای مهم در تعیین ارزش:

۱- تعداد بازدیدکننده؛

۲- میزان اعتبار و شهرت دامنه؛

۳- نزدیکی نام ثبت شده با نوع کسب و کار؛

۴- نوع پسوند دامنه؛

۵- عمر مفید.

۸- سرقتی: سرقتی عبارت است از مابه‌التفاوت ارزش منصفانه بازاری و مبلغی که خریدار حاضر است برای خرید آن دارایی پرداخت کند، سرقتی معمولاً به دلایل گوناگونی از قبیل موقعیت مکانی، تعلق خاطر مشتریان و... به دست می‌آید.

روش ارزشگذاری: استفاده از رویکرد بازار و درآمدی برای ارزشگذاری این نوع آورده پیشنهاد می‌گردد.

فاکتورهای مهم در تعیین ارزش:

۱- موقعیت مکانی؛

۲- سهولت دسترسی؛

۳- مراجعه کنندگان و تعلق خاطر آنها؛

۴- دوره حیات.

۹- لیست مشتریان: شامل اطلاعاتی از مشتریان مانند نام آنها، حجم خرید، علایق آنها و آدرس... و مواردی از این قبیل است.

روش ارزشگذاری: استفاده از رویکرد درآمدی برای ارزشگذاری این نوع آورده پیشنهاد می‌گردد.

## موسسات تولید و خدماتی امروزه برای بقا ناگزیرند که کالا و یا خدمت خود را با کیفیت عرضه کنند.



## حمایت از مالکیت معنوی است که در موسسات تولید و خدماتی انگیزه سرمایه‌گذاری در تحقیق، توسعه و نوآوری را ایجاد می‌کند.



فاکتورهای مهم در تعیین ارزش:

۱- صحت اطلاعات؛

۲- اطلاعات موجود در آن مانند نام، سوابق خرید و آدرس؛

۳- تعداد مشتریان؛

۴- بزرگی مشتریان از نظر حجم خرید و اعتبار مالی و حسن شهرت؛

۵- پتانسیل موجود جهت عقد قرارداد فروش.

۱۰- حق فعالیت و پخش؛

به حقوقی خاص و محدود از نظر اعطاء، در مورد انجام اموری از قبیل فروش و پخش در حیطه‌ای معین، اطلاق می‌گردد.

روش ارزشگذاری:

استفاده از رویکرد درآمدی برای ارزشگذاری این نوع آورده پیشنهاد می‌گردد.

فاکتورهای مهم در تعیین ارزش:

۱- محدوده فعالیت؛

۲- عمر مفید آن از نظر ارزش زایی در آینده؛

۳- انحصاری بودن.

۱۱- سفارشات مشتریان و تولید انجام نشده: قراردادهای فروش و سفارش قطعی در فرآیند

ارزشگذاری خود دارای ارزشی معین هستند که پس از ارزشگذاری، قسمتی از سود محقق را می‌توان به عنوان طلب آورنده آن منظور کرد.

روش ارزشگذاری: برای ارزشگذاری این نوع

داراییها می‌توان از دو رویکرد درآمدی و هزینه‌ای استفاده کرد.

فاکتورهای مهم در تعیین ارزش:

۱- نوع و شرایط سفارشات؛

۲- هزینه انجام شده جهت عقد قرارداد؛

۳- مبلغ ذکر شده در قرارداد به عنوان ارزش آن؛

۴- سود ناشی از قرارداد؛

۵- هزینه‌های ناشی از تولید؛

۶- قطعی و یا مشروط بودن قرارداد؛

۷- طول عمر قرارداد؛

۸- امکان عقد مجدد؛

۹- امکان عقد قرارداد مشابه.

۱۲- قراردادهای انتقال قراردادها با توجه به ماهیت و موضوع آنها می‌تواند ارزشی خاص

برای طرفین سرمایه‌گذاری ایجاد کند، لذا تعیین ارزش این نوع قراردادهای اهمیت

بسیاری برخوردار است و می‌توان درصدی از سود و یا مبلغ قرارداد را به عنوان ارزش انتقال

لحاظ کرد. در حال حاضر ۵ الی ۱۵ درصد از مبلغ قرارداد در فعالیتهای عمرانی به عنوان

ارزش در انتقال قرارداد لحاظ می‌شود.

روش ارزشگذاری: برای ارزشگذاری این نوع داراییها می‌توان از رویکرد هزینه‌ای و درآمدی

استفاده کرد.

فاکتورهای مهم در تعیین ارزش:

۱- نوع و شرایط قرارداد؛

۲- مبلغ ذکر شده در قرارداد به عنوان ارزش آن؛

۳- تعهدات یا بدهی‌های ناشی از قرارداد؛

۴- سود ناشی از قرارداد؛

۵- قطعی و یا مشروط بودن قرارداد؛

۶- طول عمر قرارداد؛

۷- امکان تجدید قرارداد؛

۸- امکان عقد قرارداد مشابه.

۱۳- روابط غیرمعاهده‌ای: منظور ارتباطات و روابط فردی و یا حقوقی سرمایه‌گذار یا

مجموعه کسب و کار با محیط خارجی است که خود می‌تواند باعث ایجاد ارزش برای آن

کسب و کار گردد و در واقع هیچگاه ثبت و نگهداری نمی‌شود.

روش ارزشگذاری: برای ارزشگذاری این نوع داراییها می‌توان از دو رویکرد هزینه‌ای و

درآمدی استفاده کرد.

فاکتورهای مهم در تعیین ارزش:

میزان اهمیت روابط با توجه به کسب و

کار؛

ارزش بخش اول به عنوان طلب منظور می گردد که در صورت موفقیت کسب و کار براساس طرح تجاری مورد توافق لحاظ شده و پرداخت می شود، ارزش بخش دوم جزئی از سهام منظور گردیده حال چنانچه کسب و کار مورد نظر سودآوری پیش بینی شده را داشته باشد ارزش آورده های غیر نقدی مسجل شده و پرداخت ارزش توافق شده صورت می گیرد و چنانچه کسب و کار با شکست مواجه شود پرداختی انجام نخواهد شد. انجام چنین کاری به دلیل سهم کردن هریک از طرفین در ریسک حاصل از به کارگیری داراییهای معنوی یکدیگر است.

از مهمترین مشکلات در فرآیند ارزشگذاری در ایران:

- نبود مستندات و مدارک مثبت قانونی در مورد هزینه های انجام گرفته؛
- عدم وجود بازار داراییهای معنوی؛
- واقعی نبودن قیمتها در بورس اوراق بهادار؛
- نبود استاندارد برای ارزشگذاری داراییهای معنوی؛
- نبود کارشناس رسمی دادگستری در زمینه ارزشگذاری داراییهای معنوی. □

#### منابع و ماخذ

- 1 - TIM GROMLEY (2003), BUSINESS VALUATION AND INTELLECTUAL PROPERTY.
- 2 - MICHELLE NARRACOTT PARTNER OF DELOITTE TOUCHE TOHMATSU company (2003), INTELLECTUAL PROPERTY MANAGEMENT.
- 3 - LEE G. MEYE (2001), INTELLECTUAL PROPERTY MANAGEMENT FOR EMERGING COMPANIES.
- 4 - اتاق بازرگانی صنایع و معادن ایران (۱۳۸۲)، گزارشی از «دوره آموزشی تجارت با استفاده از مالکیت فکری» در سنگاپور
- 5 - سازمان سرمایه گذاری و کمکهای اقتصادی و فنی ایران (۱۳۶۶)، مجموعه ضوابط راجع به انعقاد قراردادهای انتقال فن شناسی.

• هومن تندهوش: مهندس صنایع و کارشناس سرمایه گذاری مگفا (مرکز گسترش فناوری اطلاعات)

• نسترن حاجی حیدری: دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت فناوری اطلاعات و کارشناس سرمایه گذاری مگفا

• منصور نجمایی: کارشناس ارشد تکنولوژی انرژی و مدیریت سرمایه گذاری مگفا

۳- انحصاری بودن اطلاعات؛

۴- صحت اطلاعات؛

۵- به روز بودن؛

۶- نوع بانک اطلاعاتی.

۱۷- کتابها، مجله، روزنامه: دسترسی به کتابها، مجله و یا حتی روزنامه هایی خاص و با تیراژ محدود، می تواند ارزشی ویژه داشته باشد.

روش ارزشگذاری: برای ارزشگذاری این نوع داراییها استفاده از هر سه رویکرد با توجه به شرایط امکان پذیر است.

فاکتورهای مهم در تعیین ارزش:

۱- تیراژ چاپ؛

۲- متناسب بودن محتویات با کسب و کار؛

۳- به روز بودن با توجه به نوع کسب و کار؛

۴- قابلیت جایگزینی.

#### نتیجه گیری

۱- مهم دارائیهای معنوی در فعالیتهای اقتصادی مبتنی بر دانش و در بازار بین المللی رو به افزایش است.

۲- برای توسعه صنایع پیشرفته در ایران مبادله و حفاظت از دارائیهای معنوی یکی از مهمترین پیش نیازها محسوب می شود. لذا حمایتهای حقوقی و روشهای علمی ارزشگذاری مطابق با دانش روز مورد نیاز است.

۳- در فرآیند ارزشگذاری دارائیهای معنوی می توان از هر سه روش ارزیابی استفاده کرد. اما در اغلب موارد ناچاراً بایستی از روشی که در دنیای امروز استفاده می شود یعنی «رویکرد درآمدی» سود جست.

۴- با توجه به اینکه اغلب تفکیک درآمدها و صرفه جوئیهای مالی ناشی از به کارگیری دارائیهای معنوی ممکن نیست. نتیجه ارزشگذاری با استفاده از رویکرد درآمدی بیان کننده کل ارزش یک کسب و کار است.

۵- مگفا در فرآیند ارزشگذاری آورده های معنوی، ارزش اینگونه داراییها را به دو بخش تقسیم می کند.

الف) بخشی از ارزش دارایی معنوی که مرتبط با به کارگیری دارایی و تحقق ارزش توافق شده است.

ب) مابقی ارزش دارایی معنوی که هزینه های انجام شده مرتبط با آن مسجل بوده و مورد توافق طرفین است.

۲- نوع رابطه؛

۳- وابستگی آن به کسب و کار و یا شخصی معین؛

۴- مدت زمان اعتبار معاهده

۱۴- نیروی انسانی: قراردادهای نیروی انسانی متخصص، دارای ارزشی ویژه است که می توان با توجه به فاکتورهای معرفی زیر ارزش قابل قبولی را معین کرد.

روش ارزشگذاری: برای ارزشگذاری این نوع داراییها می توان از هر سه رویکرد استفاده کرد.

فاکتورهای مهم در تعیین ارزش:

۱- تخصص و دانش کارکنان؛

۲- قابلیت جایگزینی افراد؛

۳- مدت قراردادها؛

۴- نوع و مفاد قراردادهای منعقدشده و امکان تجدید قرارداد.

۱۵- نرم افزار: الگوریتم هدفمند با مراحل حل از قبل تعریف شده که جهت انجام یک فرآیند خاص به صورت مکانیزه طراحی و پیاده سازی می شود. در اینجا منظور نرم افزارهای کامپیوتری هستند که مختص موضوع مورد سرمایه گذاری طراحی و پیاده سازی گشته اند.

روش ارزشگذاری: برای ارزشگذاری این نوع داراییها استفاده از رویکردهای هزینه ای و درآمدی توصیه می گردد.

فاکتورهای مهم در تعیین ارزش:

۱- ارزش آفرینی؛

۲- کاهش هزینه ها؛

۳- ایجاد مزیت رقابتی؛

۴- قابلیت نگهداری و توسعه؛

۵- منطبق بودن با استاندارد؛

۶- مطابقت با رویه کیفی نرم افزار ISO/IEC 9126

۱۶- بانکهای اطلاعاتی: مجموعه ای از داده های مرتبط با یک موضوع که قابلیت به روز شدن و جستجو را داشته باشند، بانک اطلاعاتی نامیده می شود.

روش ارزشگذاری: برای ارزشگذاری این نوع داراییها استفاده از هر سه رویکرد با توجه به شرایط امکان پذیر است.

فاکتورهای مهم در تعیین ارزش:

۱- حجم اطلاعات؛

۲- اهمیت داده ها و مرتبط بودن آن با کسب و