

Z GALÉRIE TVORCOV

Zvyšovanie hodnoty značky by malo byť cieľom každého podniku

Pokiaľ ide o niektoré z najmocnejších spoločností na svete, duševné vlastníctvo možno považovať za jedno z ich najdôležitejších a najcennejších aktív. Odhaduje sa, že až 90 % hodnoty najlepších svetových podnikov pozostáva práve z ich duševného vlastníctva. O dôležitosti nehmotného aktíva sme sa rozprávali s **Ing. Jánom Havierom, PhD.**, špecialistom na ohodnocovanie duševného vlastníctva a nehmotného majetku podnikov a častí podnikov.

Predstavte nám na úvod, čomu sa venujete a ako ste sa dostali k profesii.

Som znalec, špecializujem sa na ohodnocovanie duševného vlastníctva a nehmotného majetku, ohodnocovanie podnikov a častí podnikov. Mám skúsenosti s ohodnocovaním nehmotného majetku, značiek, ochranných známkov, patentov, úžitkových vzorov, dizajnov, know-how, doménových mien či stanovenia a výpočtu ušlého zisku a spôsobenej škody, stanovenia primeranej výšky licenčného poplatku, stanovenia primeranej odmeny pri zamestnaneckom podnikovom vynáleze, ako aj s ohodnotením podnikov. Venujem sa aj vedeckovýskumnej činnosti, publikujem vedecké články, zahraničnú monografiu na tému Ohodnocovanie a transfer duševného vlastníctva v podmienkach Českej republiky a Slovenskej republiky. Pravidelne sa zúčastňujem medzinárodných vedeckých konferencií. Okrem vlastnej samostatnej praxe pôsobím aj ako znalec Ústavu súdneho inžinierstva Žilinskej univerzity v Žiline, ktorý je aktuálne jediný medzi znaleckými organizáciami či znaleckými ústavmi na Slovensku, ktorý má zapísané odvetvie a odbor priemyselné vlastníctvo v Slovenskej republike, čo sa udialo po mojom príchode. Realizoval som výskum v oblasti duševného vlastníctva a ohodnocovania nehmotného majetku na Ekonomickej univerzite v Bratislave, v rámci ktorého som sa zameriaval na výšku licenčných poplatkov v SR a v ČR vo väzbe na ohodnocovanie duševného vlastníctva, kde som pôsobil ako výskumník aj na Masarykovej univerzite v Brne. Na Právnickej fakulte Univerzity Komenského v Bratislave som viedol výučbu, aj sa aktívne zaoberal akademickými aj výskumnými aktivitami.

Profesia znalca sa mi pozdávala ešte počas štúdia na Fakulte podnikového manažmentu Ekonomickej univerzity v Bratislave, kde prednášali viacerí znalci a ich prednášky boli praktické a hodnotné. K duševnému vlastníctvu som sa dostal viac-menej náhodou, keď v tom čase akademický informačný systém AIS ešte nebol na veľmi sofistikovanej úrovni a pri prihlasovaní na záverečnú prácu sa mi pred očami minuli všetky záverečné práce, o ktoré som mal záujem a ostala mi záverečná práca so zameraním na duševné



Ing. Ján Havier, PhD., špecialista na ohodnocovanie duševného vlastníctva a nehmotného majetku, ohodnocovanie podnikov a častí podnikov

vlastníctvo a jeho ohodnocovanie. Ako som postupne túto oblasť viac a viac študoval, vybuodoval som si k tejto oblasti osobitný vzťah, stalo sa to do istej miery mojím hobby, profesionálna deformácia funguje a častokrát vidím duševné vlastníctvo aj v tých najbežnejších oblastiach života, ale ono tam skutočne aj je. Dnes sa duševnému vlastníctvu, ako aj jeho ohodnocovaniu venujem viac ako 10 rokov a neustále sa snažím prehľbovať si vzdelanie či už ako znalec, alebo odborník na duševné vlastníctvo.

Prečo sa hodnota značky často považuje za nehmotné aktívum?

Značka je v rámci systematizácie duševného vlastníctva považovaná za nehmotný majetok podniku a je to častokrát

veľmi hodnotné aktívum, aj keď nehmotné. Tie najhodnotnejšie značky sveta dosahujú hodnoty v miliardách eur; podniky investujú obrovské peňažné zdroje do ich reklamy, poznateľnosti, PR a tieto investície sa aj logicky prejavujú vo výslednej hodnote. Prakticky každý podnik má svoju značku, ktorá má svoju hodnotu, ktorá sa dá aj finančne vyjadriť a následne je možné s touto hodnotou ďalej narábať, veď je to aktívum podniku a podieľa sa na tvorbe hodnoty celého podniku, ktorej maximalizácia by mala byť cieľom každého podniku.

Ako spoločnosti na celom svete riešia duševné vlastníctvo? Vidíte obrovské rozdiely medzi štátmi či dokonca kontinentmi?

Rozdiely určite evidujem a dá sa konštatovať, že sú obrovské. Hlavne v rozvinutých krajinách sa kladie enormný dôraz na duševné vlastníctvo, jeho ochranu – ktorou to celé len začína. Podniky vynakladajú zdroje na jeho ochranu a následne svoje duševné vlastníctvo komercializujú. Podniky zamestnávajú interných ľudí, platia externých špecialistov a častokrát duševné vlastníctvo považujú za tú najcennejšiu časť svojho podniku. Či už sú to technologické spoločnosti, výskumno-vývojové spoločnosti, ale aj veľká väčšina podnikov v rozvinutých krajinách si dôležitosť nehmotných aktív uvedomuje a vynakladá príslušné aktivity nielen na ich ochranu, ale aj na presah na podnikateľský model, škálovanie, licenčné stratégie či transfer duševného vlastníctva.

Aké chyby opakujú MSP na začiatku podnikania vo vzťahu k DV?

Začína to neznalosťou, nízkym povedomím o duševnom vlastníctve, ktoré, ak sa prejaví hneď na začiatku v nesprávnej alebo nedostatočnej ochrane duševného vlastníctva, môže mať za následok aj ohrozenie samotnej existencie MSP. Zahraniční investori pri začínajúcich podnikoch venujú mimoriadnu pozornosť DV, jeho ochrane, nastaveniu, presahu na podnikateľský model, stratégiu podniku. To môže ohroziť samotné financovanie podniku v začiatkovej fáze rozvoja, pričom práve skúsení investori kladú na DV veľký dôraz a pri zisteniach, ak podnik nevenuje dostatočnú pozornosť DV, to vedie k nezaujmu vstupu do takého MSP.

Čo máme na mysli, keď hovoríme o hodnote značky? Týka sa to výlučne finančnej konverzie alebo je to aj o niečom inom?

Hodnota značky v ponímaní znalca je v prvom rade o stanovení všeobecnej hodnoty značky. Táto hodnota je súčasťou

hodnoty podniku ako celku a v prvom rade je to ohodnotenie v zmysle, akú hodnotu daná značka k určitému dátumu dosahuje v peňažnom vyjadrení. Samozrejme, že do hodnoty značky vstupuje veľa rôznych parametrov a do výslednej hodnoty značky vstupujú aj nefinančné parametre. O to je ohodnotenie kvalitnejšie zrealizované, ak výsledná hodnota v sebe zahŕňa čo najviac aspektov o samotnej značke a následne aj výsledná hodnota je objektivizovaná.

Aké metódy využívate pri ohodnocovaní značiek? Sú to rovnaké metódy, ako využívajú celosvetové znalecké spoločnosti, napr. Brandbeta či Interbrand?

Na Slovensku v rámci znaleckých posudkov je znalec obmedzený na vyhlášku Ministerstva spravodlivosti SR č. 492/2004 Z. z. v znení neskorších predpisov, ktorá striktné stanovuje len dve možnosti ohodnotenia duševného vlastníctva, a to metódu licenčnej analógie a metódu kapitalizácie odčerpateľných zdrojov. Táto skutočnosť nie je z hľadiska ohodnocovania ideálna, keďže existuje veľké množstvo metód ohodnotenia duševného vlastníctva. Znalec môže ako doplnkovú metódu využiť aj iné metódy. Na druhú stranu, ak znalec má dostatočné vzdelanie a prax v rámci ohodnocovania, vie aj s uvedenými metódami kvalitne pracovať a narábať s nimi podľa situácie, modifikovať ich a používať. Čo sa týka spoločností ako Brandbeta či Interbrand, tieto spoločnosti sa v prvom rade zameriavajú na rebríčky najhodnotnejších značiek, na to je upravená aj metodológia ohodnotenia týchto spoločností. Ich rebríčky hodnôt sa realizujú predovšetkým na účely stanovenia poradia najhodnotnejších značiek a sú teda marketingovo púťavé aj pre laikov. Metodológiu valuácie/ohodnotenia som si dovolil otestovať zhruba pred 10 rokmi pri ohodnotení jednej ochrannej známky, ktorú som ohodnocoval v rámci spoločnosti s obratom cez 30 mil. € ročne na Slovensku. Daná metóda má svoje výhody aj nevýhody, ako to už býva, nič nie je dokonalé. Zaujímavosťou je, že spája valuáciu vychádzajúcu z výnosového potenciálu v kombinácii s marketingovým prieskumom, kde je potrebné realizovať marketingový prieskum, skúmať silu značky. Z jednej strany by to zmysel dávalo, z druhej strany je to skôr metóda zameraná na tvorbu rebríčkov najhodnotnejších značiek sveta, na tento účel bola aj vytvorená. Výsledok všeobecnej hodnoty značky mi v tomto prípade s použitím metódy Brandbeta vyšiel veľmi podobne ako s použitím inej, znalecky často používanej metódy, no pri výpočte bolo potrebné aj zjednodušiť marketingový prieskum a od určitých vecí abstrahovať. Z tohto dôvodu by som si ju ako znalec nedovolil použiť ako jedinou metódu pri ohodnotení ochrannej známky, ale ako doplnkovú metódu môže tvoriť zaujímavý „benchmark“. Znalec má však pri jednotlivých účeloch v rámci znaleckého posudku väčšiu zodpovednosť, ako „len“ stanoviť poradie značiek na marketingové účely bez iného využitia.

Ako by mala vyzerat' úspešná stratégia ochrany značky v digitálnej ére?

Podniky by sa mali snažiť využiť všetky dostupné formy ochrany svojej značky. Určite k tomu patrí registrácia ochrannej známky, a to v rôznych kombináciách, ako slovná, obrazová, kombinovaná, priestorová, viacrozmerná, pozičná či dokonca pohybová, zvuková alebo multimediálna ochranná známka. Prax podnikov je taká, že vytvárajú viacnásobnú ochranu svojich najdôležitejších označení a v prípade tých najsilnejších značiek sú to aj desiatky a stovky registrovaných ochranných známok v rôznych kombináciách. Samozrejmosťou už dnes býva monitoring konkurencie, monitoring porušovania svojej značky, sledovanie podaných prihlášok ochranných známok tretími stranami, ktoré by sa mohli snažiť zaregistrovať súvisiacu ochrannú známku a parazitovať na nej, zároveň existujú aj rôzne blokačné stratégie. V rámci duševného vlastníctva je výborná vec prevencia, snažiť sa predchádzať prípadným sporom. Ako znalec realizujem aj znalecké posudky na ušlý zisk či spôsobenú škodu a zo skúsenosti môžem odporučiť, že je lepšie týmto veciam predchádzať svojou opatrnosťou a vhodne zvolenou stratégiou ochrany.

Jedným z hlavných faktorov, ktorý ovplyvňuje úspech alebo neúspech spoločnosti, je to, či je schopná správne využívať duševné vlastníctvo a poznať riziká spojené s jeho zneužitím tretou stranou. Je to naozaj tak, že DV je kľúčové pre firmu?

Môj názor je v tomto jasný, DV je rozhodne kľúčové pre podnik. Samozrejme, že záleží aj od toho, čo daná spoločnosť realizuje a v akom odvetví pôsobí. Je rozdiel medzi technologickou spoločnosťou, výskumno-vývojovou spoločnosťou a napríklad nákladnou dopravou. Veľa podnikov si ale v našich končinách túto skutočnosť neuvedomuje a napríklad aj v takej nákladnej preprave by sa dalo nájsť cenné know-how, ktoré môže taktiež dosahovať významnú hodnotu a zároveň sa významným spôsobom podieľať na generovaní tržieb spoločnosti či zabezpečení konkurencieschopnosti podniku. Práve know-how je taktiež veľmi zanedbávaná forma ochrany, pričom dalo by sa nájsť prakticky v každom podniku, je možné ho zadefinovať, ochrániť, vytvoriť túto ochranu a zároveň je spôsobilé dosahovať častokrát aj obrovskú hodnotu, ktorá v účtovníctve či v podniku nie je zaevidovaná. Niekedy sa sám čudujem, ako aj veľké a mimoriadne ziskové podniky si svoje know-how nechránia, a potom o ich hodnote ani nesnívajú, čo je častokrát na ich škodu. DV považujem za hlavný generátor hodnoty podniku, keďže samotné hmotné aktíva bez toho, ako vedieť s nimi narábať, sú nevyužiteľné aktíva. Aj mnohé zahraničné štúdie ukazujú, že práve nehmotný majetok dnes tvorí väčšinu hodnoty podnikov a v globále sa uvádza, že je to až nad 90 % celkovej hodnoty.

Oceňovanie duševného vlastníctva nemá spoločné medzinárodné štandardy alebo metodiky a skutočná hodnota nehmotného majetku spoločnosti je preto často podceňovaná – existuje nejaké všeobecné (jedno, ktoré by vyhovovalo všetkým) riešenie tohto problému? Aké opatrenia by sa mali prijať?

Existujú Medzinárodné ohodnocovacie štandardy (IVS), ale aj ich obsah má určité rezervy. Ohodnocovanie duševného vlastníctva je stále dynamicky sa rozvíjajúca oblasť, rovnako ako zažívame extrémne dynamický rast technológií, neustále zmeny stavu techniky novými vynálezmi, tak aj ich ohodnotenie musí vedieť primerane reagovať na rýchle a veľké zmeny v oblasti nehmotného majetku, výskumu, vývoja, rozvoja nových disruptívnych technológií. Určite by pomohla väčšia prepojenosť a globálna synchronizácia ohodnocovania duševného vlastníctva v zmysle základnej metodiky, hlavne vo väzbe na neustále sa meniaci stav techniky v podobe výraznej inovačnej schopnosti a rýchleho nárastu inovatívnych technológií. Ale treba brať do úvahy aj regionálne rozdiely, nie vždy je vhodné použiť rovnakú metódu na ohodnotenie nehmotného majetku napríklad globálneho patentu Apple a iného lokálneho patentu slovenskej spoločnosti pôsobiaceho v rámci Slovenska. Zároveň aj jednotlivé premenné vstupujúce do výslednej hodnoty by mal vedieť znalec správne analyzovať, kvantifikovať a odôvodniť, keďže trhové rozdiely sú diametrálne odlišné. Táto problematika si zaslúži hlbšiu odbornú diskusiu a zároveň aj patričnú pozornosť príslušných orgánov a je potrebné ju rozlišovať na medzinárodnej úrovni a národnej úrovni, kde je znalec viazaný príslušnou vyhláškou.

Môžu byť aktíva DV použité na získavanie ďalšieho kapitálu spoločnosti?

Samozrejme, v zahraničí v rozvinutých krajinách dokonca vznikajú rôzne fondy zamerané na duševné vlastníctvo aj v zmysle finančného trhu a investičných fondov, keďže napríklad patent alebo licencie na rôzne technológie majú veľa výhod v zmysle pravidelnosti splátok licenčných poplatkov z tržieb na základe uzatvorených licenčných zmlúv a to je podstatné aj pre investorov. V rámci našich prakticky nerozvinutých finančných trhov je toto menej reálny stav, ale človek nikdy nevie, kam sa to aj u nás posunie v priebehu rokov. V rámci našich zemepisných širok samozrejme môžu byť aktíva DV použité na získavanie kapitálu, či už je to formou záložného práva na bankové financovanie, vstup investora, nepeňažný vklad do základného imania – vždy je ale veľmi potrebné poznať pokiaľ možno najobjektívnejšie stanovenú hodnotu duševného vlastníctva a tu prichádzam na rad ja. Niektoré spoločnosti si ohodnocujú nehmotný majetok, aby zvýšili svoje aktíva, niektoré zase na vylepšenie svojich finančných ukazovateľov, napríklad

pomer dlhu k vlastnému imaniu, niektoré pri vstupe investora a podobne. Všetko je v poriadku, pokiaľ je hodnota stanovená správne a objektívne. Sú aj vlastníci a podniky, ktoré chcú vedieť hodnotu svojho nehmotného majetku aj zo zvedavosti, z pohľadu toho – koľko do nehmotného majetku investovali a zároveň to vo finále tvorí hodnotu podniku, takže je to aj logické.

Opäť je u nás trochu problém so zaúčtovaním nehmotného majetku v zmysle aktív. V čase obrovského dôrazu na inovácie a ich nevyhnutnosť v konkurenčnom boji majú výskumno-vývojové spoločnosti, inovatívne spoločnosti, ale aj všetky podnikateľské subjekty problém preceniť v čase svoje ocenené práva/nehmotný majetok, ktoré zvyčajne v čase rastú, čo spôsobuje veľký nesúlad medzi účtovnou hodnotou podniku a trhovou hodnotou podniku. Ak má účtovníctvo podávať verný a pravdivý obraz o majetkovej, výnosovej a finančnej situácii podniku, tak to sa práve v tomto prípade úplne nedeje. Ak podnik zaúčtuje ocenené práva len na úrovni nákladov, respektíve vôbec nevedie ich účtovnú evidenciu, pričom ich všeobecná hodnota je neporovnateľne násobne vyššia, je možné ju ohodnotiť, ale je problematické na základe znaleckého posudku ju vložiť do aktív podniku, výsledkom je obrovský nesúlad medzi účtovnou a trhovou hodnotou mnohých podnikov, čo dokumentujú aj mnohé štúdie. To tvorí absencia hodnoty ocenených práv/nehmotného majetku v účtovníctve. Zvlášť sa to dotýka inovatívnych spoločností, výskumno-vývojových spoločností, technologických spoločností, ktoré majú skrz uvedené omnoho nižšiu účtovnú hodnotu skrz absenciu ohodnotenia ocenených práv znaleckým posudkom a jeho následné problematické vloženie do aktív podniku. To má výrazný negatívny vplyv na podnik či už z pohľadu banky, investorov, obchodných partnerov, dodávateľov, odberateľov, štrukturálnych fondov a výziev, ako aj celého podnikateľského prostredia. Hlavným motívom väčšiny podnikateľov je budovať a zvyšovať hodnotu podniku v čase, to sa pri neexistencii vyjadrenia aktuálnej všeobecnej hodnoty ocenených práv, nehmotného majetku deje práve naopak. Napríklad výskumno-vývojový podnik, vlastník viacerých vzácných a hodnotných patentov v prípade, že ich nenadobudol odplatne, ale vlastným vývojom a výskumom, ich reálnu hodnotu v účtovníctve častokrát neúčtuje, pričom ho to výrazne diskvalifikuje, ak potrebuje riešiť ďalší nákladný výskum, vývoj, komercializáciu, uvedenie na trh, financovanie, keďže obrovská časť hodnoty podniku nie je v účtovníctve zobrazená, nemá túto hodnotu zachytenú v majetku podniku a viaceré finančné ukazovatele má potom výrazne zhoršené. Samozrejme, sú možnosti, ako to podniky vedú riešiť, napríklad pri fúziách, akvizíciách a prevodoch je potrebné ohodnotenie znaleckým posudkom v rámci legislatívy, a tam je situácia vyriešená. Viaceré štúdie ukazujú, že práve ocenené práva, nehmotný majetok, duševné vlastníctvo tvoria dominantnú časť

hodnoty mnohých podnikov, niekedy až na úrovni 90 %, pričom táto hodnota vplyvom uvedeného nie je zaevidovaná v účtovníctve v aktívach spoločnosti, čo tvorí dominantný výpadok účtovnej hodnoty.

Založenie duševného vlastníctva je v podstate použitie duševného vlastníctva ako „kolaterály“ pri úvere... Čo ukazuje prax? Využívajú to firmy na jednej strane a akceptujú to banky ako zábezpeku na strane druhej?

Slovenské podniky nie vždy o tejto možnosti vedia, je to častokrát aj o samotnom povedomí, ktoré treba neustále budovať. Niekedy nemajú informácie a znalosti ani o ochrane duševného vlastníctva, keď základnú ochranu DV nemajú vytvorenú, ťažko je potom hovoriť o tom, že si uvedomia hodnotu nehmotného majetku a možnosti, ako s ňou narábať. Mám skúsenosť, že po hodinovej konzultácii má väčšina klientov záujem o ohodnotenie nehmotného majetku, len problém je veľmi často práve v slabšom povedomí a znalostiach v tejto oblasti, o možnostiach komercializácie duševného vlastníctva, kolateralizácie, ako aj ďalších možnostiach, ako so svojím nehmotným majetkom narábať. Väčšinou sa o túto možnosť zaujímajú, až keď musia, či už z legislatívneho dôvodu, alebo sú k tomu prinútení. Čo sa týka bánk, je to rôzne, rozlišuje sa to podľa konkrétnej situácie. Mal som klientov, ktorým to banky akceptujú, naopak mal som aj opačnú skúsenosť. Ale je samozrejme, že ak nie je dostatočne tento trh s duševným vlastníctvom u nás rozvinutý, tak to má dosah na všetkých zúčastnených cez podniky, investorov, banky, konzultantov až po samotné úrady. Ten ekosystém je potrebné budovať, sám od seba sa nevybuduje, ako aj to samotné budovanie povedomia o DV a znalosť, čo všetko je možné s duševným vlastníctvom realizovať. Obdobná situácia bola kedysi aj na dnes už rozvinutých trhoch/ekonomikách, ale postupom času nastal výrazný rozmach s hodnotou duševného vlastníctva v rámci všetkých spomenutých súvisiacich aspektov.

Máte v portfóliu príbeh firmy, na ktorom by ste mohli ilustrovať, kedy spoľahlivé ocenenie DV a následné jeho založenie priniesli želaný úspech na trhu?

Takýchto príbehov mám niekoľko, ale vzhľadom na rozsiahlosť článku by to bolo skôr na samostatnú kapitolu. Zároveň by som musel v zmysle mlčanlivosti danú firmu oslovit' a musela by súhlasiť s použitím samotného príbehu.

Spracovala Lucia Spišiaková

Foto: J. Javier