

## 10.14. ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ ДЕНЕЖНЫХ ПОТОКОВ ИНТЕРНЕТ-САЙТА ОРГАНИЗАЦИИ

Плясова С.В., к.э.н., доцент

МФПУ «Синергия»

[Перейти на Главное МЕНЮ](#)

[Вернуться к СОДЕРЖАНИЮ](#)

Автором в статье определена специфика формирования денежного потока интернет-сайта организации, необходимая для применения доходного подхода. Отражена возможность применения методов расчета денежного потока, генерируемых нематериальными активами и объектами интеллектуальной собственности, при формировании стоимости интернет-сайта организации. Приведен перечень и раскрыта сущность различных видов косвенных потоков дохода от интернет-сайта организации. Показана зависимость способа получения денежного потока от характеристики интернет-сайта.

Оценка стоимости нематериальных активов (НМА) и интеллектуальной собственности (ИС) справедливо считается одной из самых трудоемких и перспективных в области профессиональной оценки. В рамках оценки стоимости НМА и ИС традиционно выделяют три подхода оценки: доходный, сравнительный и затратный. Как известно, в п. 20 Федерального стандарта оценки (ФСО) №1 закреплено положение об обязанности оценщика использовать три подхода оценки стоимости объекта, так как их комплексное применение дает более точную оценку.

Определение и / или предпочтительное применение методов оценки стоимости каждого из подходов можно найти как в научной литературе, так и в нормативных документах:

- Федеральном стандарте оценки;
- Международном руководстве по оценке №4 «Оценка стоимости нематериальных активов» (Guidance notes №4 «Valuation of intangible assets»);
- Международных стандартах оценки (IVS 2010);
- Европейских стандартах оценки (EVS 2009);
- Методических рекомендациях, утвержденных Министерством имущественных отношений РФ от 26 ноября 2002 г. №СК-4/21297 по определению рыночной стоимости интеллектуальной собственности и Методических рекомендациях, изданных под грифом Торгово-промышленной палаты РФ по оценке рыночной стоимости НМА предприятий.

По итогам анализа было выявлено, что в практическом руководстве по оценке активов РОСНАНО (часть 1) «представлена применимость того или иного подхода для основных типов нематериальных активов» [7], в котором указан такой тип специфических нематериальных активов, как доменные имена, чего не было в перечисленных выше документах.

В научной литературе описаны различные методики по оценке стоимости НМА и ИС. Анализ источников, посвященных оценке стоимости НМА и интеллектуальной собственности, позволяет сделать вывод об отсутствии специализированной методики по оценке стоимости интернет-сайта. Рассмотрим специфику расчета денежного потока интернет-сайта организации при его оценке стоимостью доходным подходом.

Согласно п. 13 ФСО №1, доходный подход – совокупность методов оценки стоимости объекта оценки, основанных на определении ожидаемых доходов от его использования [1]. Доходный подход применим

только в том случае, если объект оценки генерирует денежный поток – это условие применения доходного подхода указано в требованиях ФСО №1.

Денежный поток от использования интернет-сайта организации представляет разницу за определенный период времени между денежными поступлениями и денежными выплатами, получаемыми правообладателем за время его использования.

В данном случае это соответствует утвержденным Министерством имущественных отношений РФ в 2002 г. Методическим рекомендациям по определению рыночной стоимости ИС, а именно: генерируемый доход от использования НМА следует рассчитывать как разницу между денежными поступлениями за определенный период времени и денежными поступлениями, получаемыми правообладателем за предоставленное право использования НМА [3].

Рассмотрим направления и источники формирования денежного потока от интернет-сайта организации.

### Возможные денежные доходы от интернет-сайта организации

В качестве притока денежных средств подразумевается доход, который может принести объект оценки. Доход интернет-сайта может быть разделен на прямой (целевой) и косвенный потоки.

В качестве первого принимаются доходы, для привлечения которых был создан интернет-сайт (продажа товаров, работ, услуг).

Для расчета величины прямого денежного потока интернет-сайта организации можно воспользоваться одним из модифицированных (скорректированных) методов с учетом специфики объекта оценки:

- преимущества в прибыли;
- освобождения от роялти;
- преимущества в расходах;
- выделения доли прибыли;
- избыточных прибылей и бегунка.

Возможность применения методов расчета денежного потока генерируемых НМА и ИС к денежным потокам интернет-сайта организации раскрыта ниже.

#### Метод преимущества в прибыли (доходах)

Главная идея метода – возможность получения дополнительной прибыли по сравнению с предприятием, не обладающим данным объектом оценки. Прибыль высчитывается как разница между прибылью, полученной от реализации товара без использования объектов НМА и объектом ИС, и прибылью, получаемой с их использованием (за счет качества и количества). Ожидаемая прибыль приводится к дате оценки с учетом предполагаемого периода ее получения.

Для расчета денежного потока необходимо найти произведение объема производимой с использованием объекта ИС продукции и преимущества в прибыли в определенный год, которое ожидается получить от применения объекта ИС.

Применимость метода к интернет-сайту организации: Метод применим с изменениями. Вместо расчета разницы необходимо рассчитывать денежный поток, формируемый за счет реализации продукции исключительно через интернет-сайт организации.

#### Метод преимущества в расходах

Метод преимущества в расходах включает методы: выигрыша в себестоимости и освобождения от роялти.

**Метод выигрыша в себестоимости**

Особенностью данного метода можно назвать сочетание элементов сравнительного и затратного подходов. Ввиду этой особенности некоторые авторы относят его к методам затратного подхода. Основой данного метода является выигрыш в себестоимости изготовления продукции. Выигрыш в себестоимости, полученный при использовании объекта оценки, является вкладом в прибыль предприятия. Таким образом, денежный поток от объекта оценки определяется как экономия в затратах, возникающая у предприятия при его использовании для изготовления продукции.

Для расчета денежного потока необходимо найти произведение объема производимой с использованием объектом ИС продукции и экономии в затратах, возникающей у предприятия при использовании объекта ИС в соответствующем году. Применимость метода к интернет-сайту организации: метод применим с изменениями и ограничениями. Ограничение: организация должна обладать центральным и дополнительным офисом. Необходимо рассчитать и сравнить затраты на реализацию через интернет-сайт и дополнительный офис организации. Сокращение в затратах может быть выражено в сокращении арендной платы за офис, в увольнении персонала и т.д.

**Метод освобождения от роялти**

Метод освобождения от роялти иногда причисляют к методам сравнительного подхода, так как определяются среднеотраслевые ставки роялти на основе совершенных сделок. Однако в большинстве источников данный метод все-таки относят к методам доходного подхода, поскольку в данном методе происходит прогнозирование будущих денежных потоков и приведение их к текущей стоимости с помощью расчетной ставки дисконтирования.

Суть данного метода заключается в том, что объект НМА, успешно используемый в производстве, не должен обладать меньшей стоимостью, чем лицензия, которую необходимо было бы купить на его использование, если бы он не был в собственности организации. Как было указано в современной научной литературе, метод расчета денежных потоков освобождения от роялти называют также методикой отраслевых стандартов или методом приращения стоимости. Применение данного метода расчета величины денежного потока основывается на двух допущениях:

- оцениваемый объект не принадлежит истинному собственнику;

- временный владелец должен платить роялти, поскольку объект предоставлен ему на лицензионной основе.

Следовательно, если объект оценки принадлежит истинному собственнику и ему не надо платить роялти, происходит псевдоэкономия в расходах, т.е. освобождение от роялти.

Для расчета денежного потока данным методом необходимо найти произведение объема производимой с использованием объекта ИС продукции, цены продажи единицы с использованием объекта ИС и ставки роялти.

Применимость метода к интернет-сайту организации: применим с изменениями, касательно определения ставки роялти.

**Метод выделения доли прибыли, приходящейся на объект ИС**

В научной литературе данный метод можно встретить с другими названиями:

- «правило бегунка»;
- «правило 25%» или «правило 25-33%».

Данный метод основывается на выделении доли прибыли, приходящейся на НМА и объект ИС. Однако бывает затруднительно определить преимущество в прибыли или в затратах, приносимых оцениваемым объектом. Данная ситуация возникает на предприятиях, где выпускают большую номенклатуру продукции, что затрудняет выделение дохода, относимого на оцениваемый НМА или объект ИС. Таким образом, на первом этапе определяется чистый доход, а затем выделяется доля дохода, полученная с применением оцениваемого НМА или объектом ИС [7, с. 120].

Такие авторы, как А.Н. Козырев, В.Л. Макарова, данный метод относят к методам сравнительного подхода, объясняя это тем, что проценты, которые должен перечислить лицензиат лицензиату, были выведены на основании рыночных данных. Однако большинство авторов склоняются к тому, что данный метод – это метод доходного подхода, метод расчета денежного потока, генерируемого объектом НМА (см. табл. 1).

Главная идея «правила бегунка» – полная стоимость должна быть объективно распределена между лицензиаром (продавцом) и лицензиатом (покупателем лицензии). Таким образом, согласно «золотому правилу» международной торговли патентными лицензиями, прибыль (валовая или чистая) лицензиата должно перейти лицензиару рассматриваемых потенциальных патентных лицензий в долевым соотношении от 25% до 33%.

Таблица 1

**ВОЗМОЖНЫЕ ПРИТОКИ ДЕНЕЖНЫХ СРЕДСТВ ОТ ИНТЕРНЕТ-САЙТА – ФАЙЛООБМЕННИКА**

№	Название файлообменника	Минимальный размер файла	Максимальный размер файла	Стоимость от размера файла	Заработок от приглашенного реферала	Минимальная сумма к выплате
1	Depositfiles	1 Mb	10 Гб	От 5 до 25 долл. за 1 000 скачиваний	20% от заработка реферала	10 долл. два раза в неделю
2	Letitbit ( <a href="http://lib.wm-panel.com">http://lib.wm-panel.com</a> )	-	-	От 4 до 50 долл. за 1 000 скачиваний	20% от заработка реферала	5 долл.
3	ShareFlare ( <a href="http://shf.wm-panel.com">http://shf.wm-panel.com</a> )	-	-	От 4 до 30 долл. за 1 000 скачиваний	20% от заработка реферала	5 долл.
4	Vip-file ( <a href="http://vip.wm-panel.com/wm-panel">http://vip.wm-panel.com/wm-panel</a> )	1 Mb	-	-	12,5% от заработка приведенного пользователя и 35% с каждой продажи премиум аккаунта	5 долл.
5	uploading.com	-	-	До 20 долл. за 1 000 скачиваний	От 20 до 30%	30 долл.

Применимость метода к интернет-сайту организации: данный метод не нашел практического применения в работе, так как данные, необходимые для анализа, отсутствуют ввиду исключительности, закрытости рынка и новизны объекта исследования.

В качестве косвенных потоков дохода от интернет-сайта организации можно выделить следующие:

- продажа ссылок, статей, партнерских программ;
- заработка на файлообменниках (таб. 1);
- интернет-реклама, платные опросы.

### **Продажа ссылок**

Ссылки можно продавать как с главной, так и с внутренних страниц. Таким образом, чтобы заработать больше, необходимо больше страниц на сайте. Оптимально продавать не более пяти-шести ссылок с главной страницы сайта и по одной-три ссылки с внутренних страниц, в противном случае можно попасть под фильтр поисковых систем и быть «забаненным». Продажа происходит на биржах ссылок (например, Sape.ru, GoGetLinks.net, Miralinks.ru и др.). Стоимость ссылки означает владелец интернет-сайта, ориентируясь на среднюю стоимость по бирже (системе). Стоимость ссылки зависит от вида страницы: главная или внутренняя. На главной странице стоимость выше, чем на внутренних. Также на стоимость влияют такие показатели, как тематический индекс цитирования (ТИЦ), PageRank (**PR**), наличие в каталогах и т.д. При продаже ссылок посещаемость не влияет на получаемый денежный доход. Таким образом, данный способ получения денежного притока может формироваться для интернет-сайтов как с трафиком, так и без него.

### **Продажа статей**

Под продажей статей подразумевается размещение статей заказчика на интернет-сайте продавца. Продается место под статью. Внутри статьи стоят ссылки на интернет-сайт заказчика, которые поисковик считает естественной ссылкой и не накладывает на неё какие-либо санкции. При размещении статей необходимо следить, чтобы текст был уникален, необходимо исключить возможность поисковой системы склеить страницы интернет-сайтов с одинаковым контентом.

### **Партнерские программы<sup>1</sup>**

В настоящее время в Интернете можно выделить три вида партнерских программ (соглашений):

- партнерские программы с оплатой за продажу – оплата комиссии происходит после того как покупатель, перешедший с партнерского интернет-сайта, производит оплату покупки;
- партнерские программы с оплатой за клик – оплата производится за число клиентов, перешедших по ссылке с партнерского интернет-сайта;
- партнерские программы с оплатой за действие – платеж перечисляется за какое-либо действие, необходимое продавцу, как правило, за регистрацию клиента.

### **Денежный приток от файлообменников**

Файлообменник – это специальный интернет-сайт, на котором любой желающий может закачать файл любого формата, не противоречащий законодательству, а также хранить его там и распространять ссылку

<sup>1</sup> Это программа, позволяющая извлекать прибыль в Интернете, по правилам которой участнику производится оплата за каждого посетителя, пришедшего с собственного интернет-сайта на интернет-сайт рекламодателя. Данная оплата может производиться за клик, продажу или регистрацию нового пользователя.

на этот файл. Также любой зарегистрированный пользователь может заработать на закаченных файлах. Для того чтобы заработать в системе файлообменника, необходимо:

- зарегистрироваться;
- загрузить востребованный файл;
- распространить ссылку на файл и получить деньги за скачивание этого файла.

Главная идея формирования такого денежного потока состоит в том, что, чем больше будут скачивать ваш файл, тем больше денег вы получите.

Получить приток денежных средств от интернет-сайта можно посредством предоставления рекламы следующих видов:

- контекстная (Begun, Google AdSense, рекламная сеть Яндекса);
- баннерная;
- всплывающая;
- тизерная.

Контекстная реклама – реклама, располагающаяся на страницах интернет-сайтов, сфера интересов которых потенциально совпадает и/или пересекается с тематикой рекламируемого товара или услуги. Обычно такая реклама располагается на самых видных местах, например, в верхней части интернет-сайта. Место размещения рекламы влияет на количество кликов, а следовательно, и на величину притока денежных средств от интернет-сайт, так как оплачивается каждый клик. Существуют три наиболее распространенных сервиса контекстной рекламы: Google AdSense, Яндекс.Директ и Begun.

Баннерная реклама – объявление рекламного типа, представляющее собой небольшое графическое изображение, которое может содержать логотип, изображение товара, услуги, рисунок и т.д. Они призваны привлечь внимание потенциального потребителя. При нажатии (клике) на баннер пользователь перенаправляется на интернет-сайт рекламодателя.

- Всплывающие окна – это реклама, появляющаяся при посещении того или иного интернет-сайта. Они могут открываться как в новом окне браузера, так и на заднем фоне. Их предназначение состоит в увеличении количества посещений интернет-сайта рекламодателя, зачастую без согласия на то пользователя.
- Тизерная реклама – (от англ. teaser – «дразнилка», «завлекалка») – реклама, выполненная по принципу загадки, она имеет частичное описание продукта, как правило, это небольшое графическое изображение, совмещенное с текстом (например, реклама МТС как яйца). Владелец сайта размещает тизерную рекламу на своем интернет-сайте и получает доход от количества переходов по тизерной рекламе со страниц своего интернет-сайта.

Таким образом видно (табл. 2), что от характеристик интернет-сайта зависит способ получения денежного потока.

### **Возможные источники операционных затрат**

Возможные источники операционных затрат и инвестиций на развитие и поддержание интернет-сайта организации:

- оплата услуг продления доменного имени;
- оплата услуг хостинга;
- расходы на верстку контента (при отсутствии системы управления контентом);
- затраты на seo-оптимизацию и продвижение;
- оплата услуг специализированного персонала: программиста, копирайтера, дизайнера или другие.

Таблица 2

**ЗАВИСИМОСТЬ СПОСОБОВ ПОЛУЧЕНИЯ ДЕНЕЖНОГО ПОТОКА. ОТ ХАРАКТЕРИСТИК ИНТЕРНЕТ-САЙТА<sup>2</sup>**

№	Способы получения денежного потока от интернет-сайта	ТИЦ	PR	Посещаемость	Количество страниц	Тема-тика	Оплата
1	Размещение ссылок	*	*	-	*	*	За день
2	Размещение статей	*	*	-	-	*	За день
3	Партнерские программы	-	-	*	-	*	За клик, за действие (регистрацию, заказ)
4	Заработок на файлообменниках	-	-	*	-	-	За скачивание
5	Контекстная реклама	-	-	*	-	-	За нажатие (клик)
6	Баннерная реклама	-	-	*	-	-	Число показов равно числу просмотров страницы с баннером
7	Всплывающие окна	-	-	*	-	-	За показ рекламы и дополнительно за переходы по этим ссылкам
8	Тизерная реклама	-	-	*	-	-	За нажатие (клик)

Для реализации доходного подхода необходимо определить формы денежных поступлений, генерируемых интернет-сайтом организации.

Информацию о наличии прямых и косвенных доходов от интернет-сайта должен представить заказчик.

Необходимо понимать, что существует специфика формирования денежных потоков не только при оценке бизнеса [6, с. 190-202], но и в оценке интернет-сайта организации. Для достоверной оценки стоимости интернет-сайта доходным подходом необходимо понимать, что данный объект имеет не только прямые (целевые), но и косвенные потоки, которые необходимо учитывать при расчете денежного потока.

**Литература**

1. Об оценочной деятельности в РФ [Электронный ресурс] : федер. закон от 29 июля 1998 г. №135-ФЗ (в ред. от 3 дек. 2011 г. №383-ФЗ). Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс».
2. Об утверждении федерального стандарта оценки «Общие понятия оценки, подходы к оценке и требования к проведению оценки» (ФСО №1)» [Электронный ресурс] : приказ М-ва экономического развития РФ от 20 июля 2007 г. №256. Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс».
3. Методические рекомендации по определению рыночной стоимости интеллектуальной собственности [Электронный ресурс] : приказ М-ва имущественных отношений РФ от 26 ноября. 2002 г. №СК-4/21297. Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс».
4. Ванданимаева О.М. О критериях качества финансовой информации для целей оценки бизнеса [Текст] / Ванданимаева О.М. Стоимость собственности: оценка и управление // мат-лы 5-й Междунар. науч.-метод. конф. [22 ноября 2013 г.] : сб. ст. / сост. И.В. Косорукова. – М. : Московский финансово-промышленный ун-т «Синергия», 2013. – с. 190-202.
5. Оценка стоимости имущества [Текст] : учеб. пособие / О.М Ванданимаева, П.В. Дронов, Н.Н. Ивлиева, Н.Н. Мирзоян, М.А. Шуклина, Д.В. Шишляев, С.В. Плясова, В.Н. Станюкович, В.В. Бояров, В.Ю. Черепанов / под ред. И.В. Косоруковой. – М. : Московский финансово-промышленный ун-т «Синергия», 2012. – 736 с.
6. Плясова С.В. Этапы реализации метода освобождения от роялти для оценки стоимости интернет-сайта организации [Текст] / С.В. Плясова, И.В. Косорукова // Мат-лы междунар. науч.-образовательного форума «Бургас-2013» : сб. ст. – Бургас : ЕООД ИХНИИТ, 2013. – С. 275-286.
7. Практическое руководство по проведению оценки активов в рамках проектов, реализуемых с участием Государственных корпораций «Российская корпорация нанотехнологий» [Текст]. – М., 2010.

8. Пузыня Н.Ю. Оценка интеллектуальной собственности и нематериальных активов [Текст] / Н.Ю. Пузыня. – СПб. : Питер, 2005. – 352 с.

**Ключевые слова**

Интернет-сайт; денежный поток; доходный подход; метод роялти; методы расчета; нематериальный актив; интеллектуальная собственность.

*Плясова Светлана Владимировна*

**РЕЦЕНЗИЯ**

Актуальность темы обусловлена усилением роли информационных технологий, во всех отраслях мировой экономики, в частности взаимодействия Интернета и бизнес-среды. Интернет-сайты существенно повышают эффективность функционирования бизнеса и повышают конкурентоспособность организации. Следовательно, формируется вторичный рынок купли-продажи и аренды данного актива. Кроме того, в рамках развития системы бухгалтерского учета, а также для принятия управленческих решений в рамках сложной экономической ситуации многим российским компаниям требуется понимание стоимости своих активов, одним из которых является интернет-сайт. Таким образом, в текущих условиях сформировалась потребность в определении стоимости данного актива в оценочной среде.

Научная новизна и практическая значимость. В статье показаны основные способы привлечения денежного потока через интернет-сайт организации. Также в статье представлена специфика применения методов расчета денежного потока нематериальных активов и интеллектуальной собственности к денежным потокам интернет-сайта.

Заключение: рецензируемая статья отвечает требованиям, предъявляемым к научным публикациям, и может быть рекомендована к опубликованию.

*Романова М.В., д.э.н., проф. кафедры оценочной деятельности, фондового рынка и налогообложения, НОУ «Московский финансово-промышленный университет «Синергия»*

[Перейти на Главное МЕНЮ](#)  
[Вернуться к СОДЕРЖАНИЮ](#)

<sup>2</sup> \* Обозначает, что данная характеристика необходима для получения денежного потока от интернет-сайта данным способом.