

## Методика оценки стоимости интернет-сайта организации

**С.В. Плясова**

преподаватель кафедры оценочной деятельности, фондового рынка и налогообложения негосударственного образовательного учреждения высшего профессионального образования «Московский финансово-промышленный университет (НОУ «МФПУ») «Синергия», аспирантка кафедры оценочной деятельности, фондового рынка и налогообложения НОУ «МФПУ «Синергия» (г. Москва)

Светлана Владимировна Плясова, [splyasova@s-university.ru](mailto:splyasova@s-university.ru)

По данным единой межведомственной информационно-статистической системы, число организаций в Российской Федерации, имеющих интернет-сайты, с 2009 по 2010 год возросло на 23 процента, в 2011 году прирост составил 14 процентов<sup>1</sup>. По данным аналитиков компании PwC, «Рост мировой онлайн-торговли будет опережать традиционную почти в 2 раза уже в самом ближайшем будущем»<sup>2</sup>. Эксперты прогнозируют, что в 2013 году в России ожидается 12-процентный темп прироста продаж в электронной торговле. Интернет-сайт, выступая нематериальным активом организации, становится объектом аренды, купли-продажи, а также объектом бухгалтерского и налогового учетов. В связи с этим сегодня, как никогда ранее, возрастает спрос и на услуги оценщика.

Рассмотрим особенности применения методики стоимостной оценки интернет-сайта.

Сначала определимся с объектом оценки с точки зрения требования статьи 5 Федерального закона «Об оценочной деятельности в Российской Федерации» [3] (далее – Закон об оценочной деятельности). Для определения объекта оценки автором настоящей статьи был проведен анализ соответствующих нормативных документов, по результатам которого сделан вывод, что интернет-сайт – это сложный объект имущественных прав (статья 1240 Гражданского кодекса Российской Федерации; далее – ГК РФ) и при одновременном выполнении условий, указанных в пункте 3 ПБУ 14/2007 [5], является нематериальным активом организации, который должен быть отражен в бухгалтерском и налоговом учетах. Таким образом, мы пришли к заключению, что интернет-сайт – это результат интеллектуальной деятельности, представляющий собой неизменный базовый элемент, в котором системно расположены программный (объектный) код, дизайн, контент, заменяемые с течением времени и предназначенные для размещения в сети Интернет посредством хостинга и доменного имени<sup>3</sup>.

Следовательно, в соответствии со статьей 5 Закона об оценочной деятельности в качестве объекта оценки будет выступать совокупность исключительных прав на входящие в состав интернет-сайта элементы:

- доменное имя,
- хостинг,
- дизайн,
- программный код,
- контент.

При анализе источников информации в рамках оценки стоимости интернет-сайта необходимо учитывать определенные особенности (см. табл. 1).

<sup>1</sup> Межведомственная информационно-статистическая система. URL: [fedstat.ru](http://fedstat.ru)

<sup>2</sup> Мамонтов Е. В Российской Федерации онлайн-торговля опередит традиционную розницу на 12 процентов // Российская газета 19.02.2013. URL: <http://www.rg.ru/2013/02/19/torgovla-site-anons.html>

<sup>3</sup> Более подробно об анализе сущности интернет-сайта см.: Плясова С. В. Интернет-сайт как объект оценки, налогового и бухгалтерского учета // Экономический анализ: теория и практика. 2012. № 7 (262).

Таблица 1

## Информационная база для оценки стоимости интернет-сайта организации и ее применение

Вид источников	Информация, необходимая для оценки в соответствии с пунктом 18 ФСО № 1 [6]	Источники информации для оценки интернет-сайта	Применение
ВНЕШНИЕ	Сведения: <ul style="list-style-type: none"> <li>• о политических факторах</li> <li>• о социальных факторах</li> <li>• об экологических факторах</li> <li>• о спросе и предложении на рынке, к которому относится объект оценки, включая информацию о факторах, влияющих на спрос и предложение, их количественных и качественных характеристиках</li> </ul>	Аналитические обзоры Программы Правительства Российской Федерации Периодика Законодательство Российской Федерации Интернет-источники Биржи интернет-сайтов и интернет-магазины по продаже интернет-сайтов	В разделе отчета об оценке «Анализ информации сегмента рынка» При использовании доходного подхода (ориентир для построения денежных потоков и перспектив развития) При использовании затратного подхода (ориентир по среднерыночным затратам на воспроизводство или замещение) При использовании сравнительного подхода (определение источников получения информации об объектах-аналогах, расчет мультипликаторов)
ВНУТРЕННИЕ	Сведения об объекте оценки, включая правоустанавливающие документы	Договор с приложениями и акт приемки-передачи об отчуждении исключительного права (ст. 1234 ГК РФ) на результат интеллектуальной деятельности в составе сложного объекта – интернет-сайта (контент, дизайн, программный код) Договор об оказании услуг с приложениями на доменное имя (домен) Договор об оказании услуг с приложениями на хостинг Акт осмотра с зафиксированными визуальными образами интернет-сайта Договор на оказание SEO-услуг	В разделе отчета об оценке «Задание на оценку» В разделе отчета об оценке «Описание объекта оценки» При использовании доходного подхода (построение денежных потоков, определение рисков) При использовании затратного подхода (определение исторических затрат) При использовании сравнительного подхода (подбор сопоставимых аналогов)

<b>Вид источников</b>	<b>Информация, необходимая для оценки в соответствии с пунктом 18 ФСО № 1 [6]</b>	<b>Источники информации для оценки интернет-сайта</b>	<b>Применение</b>
<b>ВНУТРЕННИЕ</b>	Сведения об обременениях объекта оценки	Документы, содержащие сведения о наличии обременений, установленных в отношении интернет-сайта организации, включая обременения сервитутом, залогом, арестом или долговыми обязательствами, конкурсное производство и другие обременения (если таковые имеются)	<p>В разделе отчета об оценке «Описание объекта оценки»</p> <p>При использовании доходного подхода (определение рисков)</p> <p>При использовании сравнительного подхода (подбор сопоставимых аналогов)</p>
	Сведения о технических свойствах объекта оценки	<p>Договор с приложениями и акт приемки-передачи об отчуждении исключительного права (ст. 1234 ГК РФ) на результат интеллектуальной деятельности в составе сложного объекта – интернет-сайта (контент, дизайн, программный код)</p> <p>Договор об оказании услуги с приложениями на хостинг</p>	<p>В разделе отчета об оценке «Описание объекта оценки»</p> <p>При использовании доходного подхода (построение денежных потоков, определение рисков)</p> <p>При использовании затратного подхода (для определения затрат на воспроизводство или замещение)</p> <p>При использовании сравнительного подхода (подбор сопоставимых аналогов и (или) определение корректировки)</p>
	Сведения об эксплуатационных характеристиках объекта оценки	Акт осмотра с зафиксированными визуальными образами интернет-сайта	<p>В разделе отчета об оценке «Описание объекта оценки»</p> <p>При использовании доходного подхода (построение денежных потоков)</p> <p>При использовании затратного подхода (определение затрат на воспроизводство или замещение)</p> <p>При использовании сравнительного подхода (подбор сопоставимых аналогов, классификация)</p>

Вид источников	Информация, необходимая для оценки в соответствии с пунктом 18 ФСО № 1 [6]	Источники информации для оценки интернет-сайта	Применение
ВНУТРЕННИЕ	Сведения об износе и устареваниях объекта оценки	Акт осмотра с зафиксированными визуальными образами интернет-сайта	<p>В разделе отчета об оценке «Описание объекта оценки»</p> <p>При использовании доходного подхода (построение денежных потоков)</p> <p>При использовании затратного подхода (определение функционального износа)</p> <p>При использовании сравнительного подхода (определение корректировки)</p>
	Сведения; <ul style="list-style-type: none"> <li>о прошлых и ожидаемых доходах от объекта оценки</li> <li>о прошлых и ожидаемых затратах на объект оценки</li> </ul>	Планы развития (бизнес-план) Справка с описанием технологического процесса реализации продукции, работ, услуг через интернет-сайт	При использовании доходного подхода (для построения денежных потоков от реализации товаров, работ или услуг, при продаже баннеров или ссылок)
	Данные бухгалтерского учета и отчетности, относящиеся к объекту оценки	Бухгалтерская отчетность Справка о балансовой стоимости интернет-сайта	В разделе отчета об оценке «Задание на оценку»
	Иная информация, существенная для определения стоимости объекта оценки	Учетная политика	При использовании доходного подхода для построения денежных потоков (применение метода амортизации и определение срока полезного использования интернет-сайта)
		Статистические отчеты (данные о трафике интернет-сайта за последние 4 и более месяцев и данные о позициях ключевых фраз в поисковых системах)	<p>При использовании доходного подхода (расчет денежных потоков)</p> <p>При использовании сравнительного подхода (расчет мультипликаторов)</p>
		Биржи интернет-сайтов и интернет-магазины по продаже интернет-сайтов	При использовании сравнительного подхода (поиск аналогов, расчет мультипликаторов)

При определении стоимости интернет-сайта организации необходимо в рамках трех подходов учитывать специфические характеристики объекта оценки.

В рамках доходного подхода метод дисконтирования денежных потоков привлекательнее для оценки стоимости интернет-сайта организации в силу большой специфики изменения притоков и оттоков денежного потока, а также возможности учета риска. Рассмотрим особенности формирования денежных потоков и ставки дисконтирования в рамках этого метода.

При определении периода прогноза денежных потоков интернет-сайта организации следует учитывать, что этот срок не может быть больше, чем срок, на который права на интернет-сайт были переданы его владельцу, и больше срока деятельности организации (пункт 2 статьи 258 Налогового кодекса Российской Федерации и пункт 25 ПБУ 14/2007).

Для расчета величины денежного потока от интернет-сайта организация может воспользоваться одним из модифицированных (скорректированных) методов (с учетом специфики объекта) оценки стоимости:

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

Рассмотрим наиболее применимые методы расчета денежного потока в рамках оценки стоимости интернет-сайта организации – метод освобождения от роялти и метод выигрыша в себестоимости.

#### *Метод освобождения от роялти*

Необходимо определить доход, с которого будет исчисляться роялти. При оценке интернет-сайта в качестве базы для ставки роялти можно рассчитать валовой доход (доход, полученный от реализации товаров через интернет-сайт) и чистый доход.

При оценке интернет-сайта с применением доходного подхода стоит учитывать, что денежный поток может состоять из двух видов дохода – доход, полученный от реализации товара, работ или услуг через интернет-сайт, и доход, полученный за аренду, то есть за размещение рекламных баннеров и от продажи ссылок на интернет-сайте.

Автор считает, что при оценке интернет-сайтов применение стандартных ставок роялти является некорректным, и в качестве такой ставки предлагает использовать ставки по партнерским программам («партнерки»), которые позволяют заработать на своем сайте в сети Интернет (табл. 2).

Таблица 2

*Ставки роялти для интернет-сайтов с разной тематикой*

<i>Тематика интернет-магазина</i>	<i>Процент, выплачиваемый при продаже товара, услуги</i>	<i>Количество интернет-сайтов/ респондентов</i>
Детские товары	3–20	5
Книги	8–20	10
Компьютерные игры, CD, DVD	10–20	10
Косметика и парфюмерия	3–10	11

Одежда и обувь	10–25	15
Оружие, ножи	12,5–13	4
Секс-товары	7,5–30	10
Техника	5–35	10
Туризм (бронирование номеров)	2–5	7
Часы	7,5–25	5
Интернет-магазины с разной продукцией	5–15	10
Цветы	10	10
Консалтинг	10–30	20

При выборе ставки роялти по партнерским программам необходимо учитывать категорию элитности товара или услуги. Если товар является элитным, то следует брать верхний уровень представленного диапазона.

Таким образом, при расчете денежного потока, генерируемого интернет-сайтом организации методом освобождения от роялти в рамках оценки с применением доходного подхода, следует использовать эмпирический метод для расчета ставки роялти, но с предлагаемыми нововведениями, а именно в качестве ставок роялти брать ставки по партнерским программам.

#### *Метод выигрыша в себестоимости*

Суть метода заключается в экономии затрат, возникающих у организации при использовании нематериального актива во время производства и (или) реализации (продажи) продукции или услуги. Метод применим при допущении о том, что у организации, помимо центрального офиса, могут быть дополнительные офисы.

Необходимо рассчитать затраты на реализацию продукции или услуги через интернет-сайт и дополнительный офис организации и сравнить их. Экономия в затратах может быть выражена в сокращении затрат на аренду, персонал и т. д.

Далее определяется *величина ставки дисконтирования*, позволяющая привести денежные потоки интернет-сайта организации к дате оценки. Наиболее распространенные методы, применяющиеся для расчета ставки дисконтирования, представлены в таблице 3.

Из изложенного можно сделать вывод о том, что для расчета ставки дисконтирования в рамках оценки стоимости интернет-сайта организации возможно применение только двух методов – метода соотношения цена/доходы и метода кумулятивного построения.

#### *Метод соотношения цена/доходы*

Поскольку интернет-сайт организации можно признать отчуждаемым отдельно от бизнеса нематериальным активом, метод соотношения цена/доход может быть использован для расчета ставки дисконтирования. Ограничивающим условием применения этого метода является отсутствие развитого рынка и достоверной информации.

#### *Метод кумулятивного построения*

Для расчета ставки дисконтирования  $r$  используется следующая формула:

$$r = r_f + \sum r_i,$$

где  $r_f$  – безрисковая ставка;

$r_i$  –  $i$ -й фактор риска.

Таблица 3

*Сфера применения методов расчета ставки дисконтирования<sup>4</sup>*

<b>Оцениваемый актив</b>	<b>Название метода</b>			
	<b>Модель оценки капитальных активов</b>	<b>Модель средневзвешенной стоимости капитала</b>	<b>Метод кумулятивного построения</b>	<b>Метод соотношения цена/доходы</b>
Неотчуждаемые отдельно от бизнеса объекты интеллектуальной собственности и нематериальные активы	+	+	+	-
Отчуждаемые отдельно от бизнеса объекты интеллектуальной собственности и нематериальные активы	-	-	+	+

Для оценки стоимости интернет-сайта организации необходимо учитывать факторы риска, оказывающие большое влияние на стоимость, которые можно разделить на две группы: факторы, влияющие на весь объект оценки, и факторы, влияющие на его элементы. Вторая группа факторов должна отражать риски, связанные с составляющими интернет-сайта – домен, дизайн, контент и техническое исполнение.

Для учета факторов риска автором настоящей статьи был разработан модифицированный метод кумулятивного построения ставки дисконтирования интернет-сайта организации, учитывающий специфику оценки стоимости интернет-сайта организации как объекта инвестирования (см. табл. 4). Однако существует ограничение применения модифицированного метода, а именно недостаточность информации по отношению к оцениваемому объекту. Так, при отсутствии данных по соответствующему фактору риска в традиционной методике обычно учитывается средняя величина риска, то есть 2,5 балла, что методологически неверно.

Таблица 4

*Характеристики критериев факторов риска при построении ставки дисконтирования интернет-сайта организации*

<b>Фактор риска</b>	<b>Характеристики критериев</b>	<b>Значение*</b>
Возраст доменного имени	РИСК, СВЯЗАННЫЙ С ДОМЕННЫМ ИМЕНЕМ	
	В собственности больше одного года = 0 В собственности меньше одного года = 5	
Легко запоминаемое доменное имя	Доменное имя меньше 7 символов или соответствует звучанию русского или английского слова = 0 Не соответствует звучанию русского или английского слова = 5	

<sup>4</sup> Черепанов В. Ю. Оценка стоимости бренда профессионального футбольного клуба : дис. ... канд. эконом. наук: 08.00.10. М., 2010.

<b>Фактор риска</b>	<b>Характеристики критериев</b>	<b>Значение*</b>
Написание доменного имени (наличие цифр и дефисов)	В доменном имени отсутствуют цифры и дефисы = 0 В доменном имени присутствуют цифры и дефисы = 5	
Зона доменного имени «.ru» или «.com»	Зона доменного имени «.ru» или «.com» = 0 Иная зона доменного имени = 5	
Зарегистрированный товарный знак (ТЗ)	Доменное имя совпадает с зарегистрированным товарным знаком организации = 5 Доменное имя не совпадает с зарегистрированным ТЗ = 0	
История доменного имени	Отсутствие судебных процессов и споров с доменным именем = 0 Наличие судебных процессов и споров с доменным именем = 5	
<i>Сумма значений</i>		
<i>Количество факторов</i>		
<b>Итоговое значение фактора риска</b>		
<b>РИСК, СВЯЗАННЫЙ С УСЛУГАМИ ХОСТИНГА</b>		
Платность услуг хостинга	Услуги по договору с хостинг-провайдером (с компанией, предоставляющей услуги хостинга) осуществляются платно или собственными силами = 0 Услуги по договору с хостинг-провайдером осуществляются бесплатно = 5	
Опыт хостинг-провайдера	Договор заключен с хостинг-провайдером, имеющим опыт работы: • более одного года = 0 • менее одного года = 5	
Лицензия Министерства связи и массовых коммуникаций Российской Федерации на телематические услуги	Наличие у хостинг-провайдера лицензии = 0 Отсутствие у хостинг-провайдера лицензии = 5	
<i>Сумма значений</i>		
<i>Количество факторов</i>		
<b>Итоговое значение фактора риска</b>		
<b>РИСК, СВЯЗАННЫЙ С ДИЗАЙНОМ</b>		
Эксклюзивный дизайн	Эксклюзивный дизайн = 0 Шаблонный дизайн = 5	
<i>Сумма значений</i>		
<i>Количество составляющих факторов</i>		
<b>Итоговое значение фактора риска</b>		
<b>РИСК, СВЯЗАННЫЙ С ПРОГРАММНЫМ ОБЕСПЕЧЕНИЕМ</b>		
Наличие обновляющихся разделов	Наличие «живого» форума и (или) «живого журнала» и (или) новостного блока = 0 Отсутствие «живого» форума и (или) «живого журнала», и (или) новостного блока = 5	



Продолжение таблицы 4

<b>Фактор риска</b>	<b>Характеристики критериев</b>	<b>Значение*</b>
<i>Сумма значений</i>		
<i>Количество факторов</i>		
<b>Итоговое значение фактора риска</b>		
<b>РИСК, СВЯЗАННЫЙ С ВЕРСТКОЙ</b>		
Отображение в браузерах	Интернет-сайт отображается правильно и без ошибок в 4-х наиболее популярных версиях браузеров (IE, FireFox, Opera, GooglChrom) = 0	
	Интернет-сайт отображается с ошибками в 4-х наиболее популярных версиях браузеров (IE, FireFox, Opera, GooglChrom) = 5	
Вес главной страницы	Главная и внутренняя интернет-страницы имеют небольшой вес = 0	
	Главная и внутренняя интернет-страницы имеют большой вес, грузятся более одной минуты = 5	
<i>Сумма значений</i>		
<i>Количество факторов</i>		
<b>Итоговое значение фактора риска</b>		
<b>РИСК, СВЯЗАННЫЙ С КОНТЕНТОМ</b>		
Уникальность контента	Контент имеет уникальную природу происхождения, то есть написан специально для конкретного интернет-сайта и нигде не повторяется = 0	
	Контент не уникален = 5	
Количество контента на странице	Количество контента на странице – не более 2-х «прокруток» экрана = 0	
	Количество контента на странице – более 2-х «прокруток» экрана = 5	
Добавление контента	Контент добавляется не реже одного раза в 5–7 дней = 0	
	Контент добавляется реже одного раза в 5–7 дней = 5	
Нормативное соответствие контента	Контент не содержит данные, противоречащие законодательству Российской Федерации = 0	
	Контент не содержит данные, которые могут попасть под запрет в соответствии с законодательством Российской Федерации = 5	
<i>Сумма значений</i>		
<i>Количество факторов</i>		
<b>Итоговое значение фактора риска</b>		
<b>РИСК, СВЯЗАННЫЙ С ТОВАРНОЙ И ТЕРРИТОРИАЛЬНОЙ ДИВЕРСИФИКАЦИЕЙ</b>		
Ассортимент товаров, работ, услуг	Наличие широкого ассортимента товаров, работ, услуг (более 1) = 0	
	На интернет-сайте представлены только один товар, работа, услуга = 5	

Фактор риска	Характеристики критериев	Значение*
Продажа широко востребованной продукции, товаров или услуг	Наличие продажи продукции, товаров или услуг на интернет-сайте, пользующемся спросом не ниже среднечастотного запроса (от 1 000 раз в месяц) в поисковых системах = 0 Отсутствие продажи продукции, товаров или услуг на интернет-сайте, пользующемся спросом не ниже среднечастотного запроса (от 1 000 раз в месяц) в поисковых системах = 5	
Количество посетителей	Количество посетителей выше или равно среднему по тематике = 0 Количество посетителей ниже среднего по тематике = 5	
Осуществление организации продаж товаров, работ, услуг на федеральном или международном уровне	Продажа товаров работ и услуг осуществляется на федеральном или международном уровне = 0 Продажа товаров работ и услуг не осуществляется на федеральном или международном уровне = 5	
<i>Сумма значений</i>		
<i>Количество факторов</i>		
<b>Итоговое значение фактора риска</b>		
<b>ПРОЧИЕ СПЕЦИФИЧЕСКИЕ РИСКИ, СВЯЗАННЫЕ С ПРОДВИЖЕНИЕМ ИНТЕРНЕТ-САЙТА</b>		
Поисковая оптимизация (search engine optimization – SEO-услуги)	Наличие SEO-сотрудника или заключенного договора на продвижение интернет-сайта организации в сети Интернет = 0 Отсутствие SEO-сотрудника или заключенного договора на продвижение интернет-сайта организации в сети Интернет = 5	
Ежедневные методы раскрутки	Применение ежедневных методов по раскрутке интернет-сайта = 0 Отсутствие ежедневных методов по раскрутке интернет-сайта = 5	
Аудит интернет-сайта	Проведение ежемесячного аудита интернет-сайта = 0 Отсутствие ежемесячного аудита интернет-сайта = 5	
Конкурентные каталоги	Наличие интернет-сайта в конкурентных каталогах (Yandex, Dmoz) = 0 Отсутствие интернет-сайта в конкурентных каталогах (Yandex, Dmoz) = 5	
Величина коэффициента тематического индекса цитируемости (ТИЦ)	ТИЦ выше 0 = 0 ТИЦ равен 0 = 5	
Величина коэффициента PageRank (PR)**	PR выше 0 = 0 PR равен 0 = 5	
Топовые места по тематическим средне- и высокочастотным запросам в поисковых системах	Наличие интернет-сайта на топовых местах (первые 10 мест) в поисковых системах по тематическим средне- и высокочастотным запросам в поисковых системах = 0 Отсутствие интернет-сайта на топовых местах (первые 10 мест) в поисковых системах по тематическим средне- и высокочастотным запросам в поисковых системах = 5	

Окончание таблицы 4

<b>Фактор риска</b>	<b>Характеристики критериев</b>	<b>Значение*</b>
Конкуренция в тематике	Наличие конкурентов от 1 до 9 = 0 Более 9-ти конкурентов = 5	
<i>Сумма значений</i>		
<i>Количество факторов</i>		
<b>Итоговое значение фактора риска</b>		
<b>Итого сумма всех значений факторов риска</b>		

*Примечания.*

\* В колонке «значение» указывается величина либо 0, либо 5, либо 2,5: = 0 означает, что риска нет и он не учитывается в расчете ставки дисконтирования; = 5 означает, что риск максимально учитывается в расчете ставки.

\*\* PageRank (PR) – коэффициент разработанный компанией Google, применяемый для ранжирования интернет-сайтов в поисковой системе Google.

Таким образом, применение представленного метода учета рисков позволяет реализовать принципы проверяемости и достоверности за счет возможности проверки правильности ответов на поставленные вопросы.

В рамках сравнительного подхода рассмотрим следующие методы:

- метод сравнения продаж;
- метод рейтинга/ранжирования;
- метод параметрической оценки (метод мультипликаторов).

#### *Метод сравнения продаж*

Для применения метода сравнения продаж интернет-сайта организации необходимо выявить основные ценообразующие факторы (элемент сравнения), формирующие итоговую стоимость интернет-сайта организации. Для подбора аналогов интернет-сайта организации мы предлагаем базовые элементы сравнения, которые должны быть учтены при выборе прямых продаж и их анализе (табл. 5).

Таблица 5

#### *Основные элементы сравнения интернет-сайта организации*

<b>Элемент интернет-сайта</b>	<b>Характеристика элемента</b>
Доменное имя	Количество символов Зона Наличие цифр, дефисов в доменном имени
Дизайн	Вид
Программное обеспечение	Наличие или отсутствие Content Management System (система управления содержимым, CMS) Наличие или отсутствие обновляемых разделов
Контент	Объем Эксклюзивность

Элемент интернет-сайта	Характеристика элемента
Интернет-сайт как единое целое	Вид Количество посещений Величина коэффициентов тематического индекса цитирования ( <i>ТИЦ</i> ) и PageRank ( <i>PR</i> )

#### Метод рейтинга/ранжирования

Чтобы модифицировать метод рейтинга/ранжирования для оценки стоимости интернет-сайтов организации, необходима информация о сделках, которая позволила бы построить зависимость стоимости интернет-сайта организации от его рейтинга, а рейтинг рассчитывается исходя из характеристик объекта.

#### Метод параметрической оценки (метод мультипликаторов)

«В основе идеи мультипликаторов лежит экономический закон одной цены (the law of one price), который гласит, что два одинаковых актива должны иметь одинаковые рыночные цены»<sup>5</sup>.

Автором настоящей статьи доказана зависимость стоимости интернет-сайта от показателя *ТИЦ*, который определяет авторитетность того или иного интернет-сайта для поисковой системы Яндекс (по состоянию на ноябрь 2012 года пользователями системы являлись 51,4 процента Рунета<sup>6</sup>). Эту зависимость подтверждает проведенный корреляционно-регрессионный анализ, который проводился по данным интернет-аукциона доменных имен NIK.ru. Были проанализированы 492 предложения по стоимости доменных имен зоны «.ru.» и выявлена прямая экспоненциальная зависимость ( $R^2 = 0,5343$ ) стоимости доменного имени от величины тематического индекса цитирования. А поскольку Яндекс присваивает *ТИЦ* интернет-сайтам, а не доменным именам, можно с уверенностью утверждать, что стоимость интернет-сайта зависит от величины *ТИЦ*. Следовательно, имеет место быть мультипликатор  $M_{тиц}$ :

$$M_{тиц} = \frac{\text{Цена аналога}}{\text{Величина ТИЦ}}$$

Обязательным условием применения методов затратного подхода является наличие исчерпывающей информации о составляющих объекта оценки.

При применении затратного подхода стоимость интернет-сайта организации будет рассчитываться из совокупности затрат, необходимых для воспроизводства (замещения) составных частей интернет-сайта.

В настоящее время можно выделить следующие составные части интернет-сайта организации, затраты на воспроизводство (замещение) которых необходимо рассчитать, чтобы получить стоимость:

1) доменное имя (домен) – область (ветвь) иерархического пространства доменных имен, обозначаемая уникальным доменным именем и обслуживаемая набором серверов DNS<sup>7</sup>;

<sup>5</sup> Чиркова Е. Как оценить бизнес по аналогии : пособие по использованию сравнительных рыночных коэффициентов. 2-е изд., испр. и доп. М. : Альпина Бизнес Букс, 2009.

<sup>6</sup> Энциклопедия поисковых систем. URL: [http://www.searchengines.ru/seoblog/yandex\\_google\\_audit.html](http://www.searchengines.ru/seoblog/yandex_google_audit.html)

<sup>7</sup> Правила регистрации доменных имен в доменах «.RU» и «.РФ» : Координационный центр национального домена сети Интернет от 5 октября 2011 года № 2011-18/81. URL: <http://cctld.ru/ru/docs/rules.php>

2) хостинг (англ. hosting), или веб-хостинг, – услуга по размещению и поддержке ресурсов в сети Интернет»<sup>8</sup>;

3) дизайн – графическое изображение интернет-сайта;

4) программное обеспечение – система управления контентом или html страницы;

5) верстка – перевод интернет-сайта на язык Интернета;

6) контент – информационная составляющая интернет-сайта;

7) раскрутка и продвижение – услуга по увеличению продаж, снижению стоимости привлеченного клиента, увеличению численности клиентов и видимости в Интернете сайта организации.

Перечень источников информации для формирования величины затрат по указанным элементам в рамках применения методов индексации затрат и стоимости создания представлен в таблице 6.

Таблица 6

*Источники информации, необходимые для реализации методов затратного подхода при оценке интернет-сайта*

Назначение затрат	Источник информации в методах	
	индексации затрат	стоимости создания
Домен	Договор об оказании услуг на доменное имя (домен)	Официальный интернет-сайт регистратора
Хостинг-услуги	Договор об оказании услуг хостинга между хостинг-провайдером и собственником интернет-сайта	Официальный интернет-сайт хостинг-провайдера
Дизайн	Договор с приложениями и акт приемки-передачи об отчуждении исключительного права (ст. 1234 ГК РФ) на результат интеллектуальной деятельности в составе сложного объекта – интернет-сайта (дизайн, программный код, контент)	Средние цены на дизайн по рынку
Программное обеспечение		Средние цены на CMS по рынку Средняя стоимость часа программиста по рынку
Верстка		Средняя стоимость часа верстальщика по рынку, умноженная на количество часов
Контент		Средняя стоимость знака по рынку, умноженная на количество знаков
Раскрутка	Договор оказания услуг по продвижению и поддержке интернет-сайта	Средняя стоимость услуг раскрутки по рынку

*Метод индексации затрат (метод исторических затрат)*

В основе метода индексации затрат лежит суммирование и последующее индексирование фактически понесенных затрат.

<sup>8</sup> ОК 034-2007 (КПЕС 2002). Общероссийский классификатор продукции по видам экономической деятельности» (том 1, классы 01–23; том 2, классы 24–28; том 3, классы 29–45; том 4, классы 50–99) : приказ Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии от 22 ноября 2007 года № 329-ст : в редакции от 12 декабря 2012 года.

Для оценки стоимости интернет-сайта организации необходимо модифицировать формулу расчета стоимости метода индексации затрат следующим образом:

$$Z = Z_{дом_i} \times I_i \times K_{возр} + \sum_{i=1}^T (Zx_i + Zc_i + Zseo_i) \times I_i + \Pi_i,$$

где  $Z_{дом_i}$  – затраты на регистрацию или продление доменного имени интернет-сайта в  $i$ -м году;

$I_i$  – индекс изменения цен по элементам затрат в  $i$ -м году, в котором были понесены затраты;

$K_{возр}$  – коэффициент возраста сайта;

$Zx_i$  – затраты на регистрацию или продление договора услуг хостинга интернет-сайта в  $i$ -м году;

$Zc_i$  – затраты на создание (дизайн, верстка, программное обеспечение и контент) интернет-сайта в  $i$ -м году:

$$Zc_i = Zd_i + Zv_i + Zp_i + Zk_i,$$

где  $Zd_i$  – затраты на дизайн интернет-сайта;

$Zv_i$  – затраты на верстку интернет-сайта;

$Zp_i$  – затраты на разработку программного обеспечения интернет-сайта;

$Zk_i$  – затраты на создание контента (информационное наполнение, в том числе написание статей, размещение фотографий и рисунков, расположенных на интернет-сайте);

$Zseo_i$  – затраты на поисковую оптимизацию и раскрутку интернет-сайта;

$\Pi_i$  – прибыль инвестора.

### *Коэффициент возраста для доменного имени*

В соответствии с проведенным корреляционно-регрессионным анализом доменных имен также была выявлена прямая экспоненциальная зависимость ( $R^2 = 0,7171$ ) стоимости доменного имени от его возраста:

$$y = 579,7e^{0,058x},$$

где  $y$  – стоимость доменного имени объекта оценки;

$x$  – возраст доменного имени, мес.

В результате исследования была получена формула расчета коэффициента возраста для доменного имени. Этот коэффициент следует применять, если коэффициент *ТИЦ* исследуемого интернет-сайта выше 0. Если *ТИЦ* равен 0, коэффициент времени равен 1.

### *Метод стоимости создания*

Для оценки стоимости интернет-сайта организации некорректно использовать базовую формулу расчета метода стоимости создания в чистом виде, поэтому формула может быть модифицирована следующим образом:

$$Z = K_k \sum_{i=1}^T K_d \left[ Z_{дом_i} + Zx_i + Zseo_i + Zc_i \left( 1 + \frac{P}{100} \right) \right],$$

где  $Z$  – совокупная сумма затрат на создание интернет-сайта;

$K_k$  – коэффициент конверсии интернет-сайта;

$K_d$  – коэффициент дисконтирования, с помощью которого разновременные затраты приводятся к единому моменту времени;

$P$  – рентабельность, %;

$i$  – порядковый номер рассматриваемого года.

Указанный в формуле коэффициент конверсии сайта  $K_k$  (конверсия от лат. *conversio* – обращение, вращение; превращение) обозначает долю достигнутых результатов в виде заключения договора на услуги организации, покупки товаров и т. д. от общего количества посетителей.

Этот коэффициент позволяет определить, насколько успешно интернет-сайт организации стимулирует потенциальных клиентов к выполнению требуемых действий – покупке товаров, работ или услуг. Для расчета  $K_k$  используется следующая формула<sup>9</sup>:

$$K_k = 1 + \frac{\text{Посетители, достигшие результата}}{\text{Общее количество уникальных посетителей}}$$

На коэффициент конверсии влияют такие факторы, как:

- дизайн;
- структура;
- навигация;
- скорость загрузки;
- стоимость предоставляемых работ, товаров или услуг;
- уникальность и информативность контента интернет-сайта организации.

После определения затрат на создание нового объекта оценки, идентичного или аналогичного объекту оценки, необходимо произвести расчеты, связанные с определением величины износа. Определить величину износа можно посредством расчета величины коэффициента, учитывающего степень морального старения нематериального актива, либо определить совокупный износ<sup>10</sup>.

### Оценка общего накопленного износа

При оценке стоимости с использованием затратного подхода необходимо учитывать различные формы устаревания. Некорректно определять износ для такой составляющей интернет-сайта, как доменное имя, так как со временем его стоимость только повышается. Факт повышения стоимости доменного имени доказывают результаты аукционов доменных имен и проведенный автором настоящей статьи анализ.

Затраты на хостинг также не подвержены износу.

При определении рыночной стоимости с использованием затратного подхода должны быть учтены следующие виды износа и устаревания:

- физический износ,
- функциональное устаревание,

<sup>9</sup> Айзенберг Д., Айзенберг Б. Ключевые принципы повышения конверсии веб-сайтов / пер. с англ. Марины Иутиной. М. : Манн, Иванов и Фербер, 2012. URL: [http://www.nnre.ru/delovaja\\_literatura/dobavte\\_v\\_korzinu\\_klyuchevye\\_principy\\_povysheniya\\_konversii\\_veb\\_saitov/index.php](http://www.nnre.ru/delovaja_literatura/dobavte_v_korzinu_klyuchevye_principy_povysheniya_konversii_veb_saitov/index.php)

<sup>10</sup> Ванданимаева О. М., Дронов П. В., Ивлиева Н. Н. [и др.]. Оценка стоимости имущества : учебное пособие / под ред. И. В. Косоруковой. М. : Московский финансово-промышленный университет «Синергия», 2012. С. 575.

- внешнее (экономическое) устаревание.

В оценке износ означает потерю стоимости и представляет собой совокупность физического износа, функционального и внешнего (экономического) устареваний.

*Физический износ* – это потеря стоимости за счет естественных процессов в ходе эксплуатации. В настоящей работе физический износ не рассматривается, так как интернет-сайт является нематериальным активом, у которого отсутствует материальная оболочка, подверженная разрушениям, гниению, ржавчине, поломке и конструктивным дефектам.

*Функциональное устаревание* определяется потерей стоимости объекта в результате его несоответствия современным требованиям, стандартам, дизайну, качеству работ и т. д. Функциональное устаревание стоимости интернет-сайта организации обусловлено снижением способности выполнять присущие ему функции.

На основании результатов исследований, проведенных В.Ю. Черепановым<sup>11</sup>, анализа современного законодательства и специализированной литературы, в которой рассматриваются вопросы оценки интернет-сайтов организаций, автором настоящей статьи была модифицирована методика балльной оценки функционального износа товарных знаков для расчета функционального износа интернет-сайтов организации. Степень функционального устаревания рассчитывается как отношение набранного количества баллов по каждой из выполняемых функций интернет-сайта организации, определяемых по установленным критериям, к максимально возможному количеству баллов по формуле:

$$FW = 1 - \frac{\sum_{i=1}^n M_i}{\sum_{i=1}^n M_i^{max}},$$

где  $FW$  – величина функционального износа интернет-сайта организации;

$M_i$  – балльная оценка выполняемых интернет-сайтом организации функций;

$M_i^{max}$  – максимальное значение балльной оценки выполняемых интернет-сайтом организации функций.

Как правило, для интернет-сайта организации можно выделить четыре основные функции (см. табл. 7):

1) коммуникативная – использование интернет-сайта организации для предоставления информации о ней, ее продукции, товарах, работах или услугах online, то есть выполняется функция представительства в интернет-среде;

2) интерактивная (от англ. interaction – взаимодействие) – взаимодействие организации с клиентами посредством интернет-сайта в реальном времени;

3) имиджевая (от англ. image – образ, изображение) – посредством интернет-сайта организации формируется определенное ассоциативное отношение к ней, выпускаемой продукции, работам и услугам, осуществляемым ею;

4) техническая – обеспечение удобства предоставления информации клиентам и взаимодействия персонала организации.

Если оценить функцию по представленным в таблице 7 критериям невозможно, то эта функция будет иметь ноль баллов.

---

<sup>11</sup> Черепанов В. Ю. Оценка стоимости бренда профессионального футбольного клуба : дис. ... канд. эконом. наук: 08.00.10. М., 2010.



Таблица 7

*Функции интернет-сайта организации и критерии для определения  
величины функционального устаревания*

<b>Функции/критерии</b>	<b>Количество баллов</b>
<b>КОММУНИКАТИВНАЯ</b>	
Наличие раздела «Контакты»	1
Наличие разделов «Контакты» и «Информация о компании»	2
Наличие разделов «Контакты», «Информация о компании», «Информация о продукции» и других разделов	3
<b>ИНТЕРАКТИВНАЯ</b>	
Отсутствие следующих составляющих: online-консультант, online-калькулятор услуг, online-заявка, online-заказ	1
Наличие одной из следующих составляющих: online-консультант, online-калькулятор услуг, online-заявка, online-заказ	2
Наличие двух из следующих составляющих: online-консультант, online-калькулятор услуг, online-заявка, online-заказ	3
<b>ИМИДЖЕВАЯ</b>	
Шаблонный дизайн	1
Дизайн интернет-сайта индивидуален, разработан с учетом имиджевых составляющих (цветовая гамма и отображение товарного знака); товарный знак не зарегистрирован	2
Дизайн интернет-сайта индивидуален, разработан с учетом имиджевых составляющих (цветовая гамма и отображение товарного знака); товарный знак зарегистрирован	3
<b>ТЕХНИЧЕСКАЯ</b>	
Отсутствие следующих внутренних составляющих: наличие CMS, возможность быстрой замены и дополнения информации без программиста, закрытый раздел для работы персонала организации, версия интернет-сайта для мобильного телефона	1
Наличие одной из следующих внутренних составляющих: наличие CMS, возможность быстрой замены и дополнения информации без программиста, закрытый раздел для работы персонала организации, версия интернет-сайта для мобильного телефона	2
Наличие двух из следующих внутренних составляющих: наличие CMS, возможность быстрой замены и дополнения информации без программиста, закрытый раздел для работы персонала организации, версия интернет-сайта для мобильного телефона	3
<b>Максимальное количество баллов</b>	<b>12</b>

*Внешнее (экономическое) устаревание* объекта вызывается уменьшением полезности в результате изменения внешних условий (экономических, политических, финансовых, условий рынка и т. п.).

Методика определения величины внешнего износа региональных товарных знаков представлена в диссертационной работе Ю.В. Павловой<sup>12</sup>. Эта методика основана на

<sup>12</sup> Павлова Ю. В. Формирование системы оценки стоимости региональных товарных знаков : дис. ... канд. эконом. наук: 08.00.10. Оренбург, 2008. С. 16.

предположении о прекращении действия исключительных прав в отношении оцениваемого товарного знака. На наш взгляд, для оценки стоимости интернет-сайтов организации методика может быть применима, но с соответствующей модификацией. При расчете внешнего износа интернет-сайта следует учитывать вероятность прекращения действия исключительных прав на него. Существует две вероятности наступления такого события:

1) регистрация доменного имени по каким-либо причинам прекращается досрочно. В этом случае 100-процентый износ обуславливается тем, что интернет-сайт исчезает из видимости в сети Интернет;

2) правительством вводится ограничение на реализацию товаров, работ или услуг, оказываемых организацией. В этом случае внешний износ (25–50%) обуславливается тем, что ограничение приведет к необходимости переработки интернет-сайта или замене контента, к поиску новых товаров, работ или услуг и, как следствие, к уменьшению прибыли.

При отсутствии представленных критериев расчета внешнего износа стоимость интернет-сайта будет равна нулю.

Таким образом, совокупный износ для интернет-сайта организации будет равняться сумме функционального и внешнего износов.

### **Определение стоимости интернет-сайта с применением затратного подхода**

При применении затратного подхода стоимость интернет-сайта организации рассчитывается по следующей формуле:

$$V_{\text{затр}} = Z_{\text{ЗВ}} - C_{\text{изн}}$$

где  $V_{\text{затр}}$  – стоимость интернет-сайта, рассчитанная с применением затратного подхода;

$Z_{\text{ЗВ}}$  – совокупная сумма затрат на замещение/воспроизводство интернет-сайта;

$C_{\text{изн}}$  – стоимость износа и устареваний.

Таким образом, исходя из анализа методов оценки стоимости нематериальных активов и интеллектуальной собственности автором статьи разработана методика оценки интернет-сайта организации, учитывающая его специфику.

### **ЛИТЕРАТУРА И ИНФОРМАЦИОННЫЕ ИСТОЧНИКИ**

1. Межведомственная информационно-статистическая система. URL: fedstat.ru
2. Мамонтов Е. В Российской Федерации онлайн-торговля опередит традиционную розницу на 12 процентов // Российская газета 19.02.2013. URL: <http://www.rg.ru/2013/02/19/torgovla-site-anons.html>
3. Об оценочной деятельности в Российской Федерации : Федеральный закон от 29 июля 1998 года № 135-ФЗ : в редакции от 11 июля 2011 года.
4. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть четвертая) : Федеральный закон от 18 декабря 2006 года № 230-ФЗ.
5. Об утверждении положения по бухгалтерскому учету «Учет нематериальных активов» (ПБУ 14/2007) : приказ Министерства финансов Российской Федерации от 27 декабря 2007 года № 153н.
6. Общие понятия оценки, подходы и требования к оценке : Федеральный стандарт оценки (ФСО № 1) : приказ Министерства экономического развития и торговли Российской Федерации от 20 июля 2007 года № 256.
7. Требования к отчету об оценке : Федеральный стандарт оценки (ФСО № 3) : приказ

Министерства экономического развития и торговли Российской Федерации от 20 июля 2007 года № 254.

8. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть вторая) : Федеральный закон от 5 августа 2000 года № 117-ФЗ.

9. Энциклопедия поисковых систем. URL: [http://www.searchengines.ru/seoblog/yandex\\_google\\_audit.html](http://www.searchengines.ru/seoblog/yandex_google_audit.html)

10. Правила регистрации доменных имен в доменах «.RU» и «.РФ» : Координационный центр национального домена сети Интернет от 5 октября 2011 года № 2011-18/81. URL: <http://cctld.ru/ru/docs/rules.php>

11. ОК 034-2007 (КПЕС 2002). Общероссийский классификатор продукции по видам экономической деятельности» (том 1, классы 01–23; том 2, классы 24–28; том 3, классы 29–45; том 4, классы 50–99) : приказ Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии от 22 ноября 2007 года № 329-ст : в редакции от 12 декабря 2012 года.

12. Методические рекомендации по определению рыночной стоимости интеллектуальной собственности : утверждены Министерством имущественных отношений Российской Федерации от 26 ноября 2002 года № СК-4/21297.

13. *Айзенберг Д., Айзенберг Б.* Ключевые принципы повышения конверсии веб-сайтов / пер. с англ. Марины Иутиной. М. : Манн, Иванов и Фербер, 2011. URL: [http://www.nnre.ru/delovaja\\_literatura/dobavte\\_v\\_korzinu\\_klyuchevye\\_principyu\\_povyshenija\\_konversii\\_veb\\_saitov/index.php](http://www.nnre.ru/delovaja_literatura/dobavte_v_korzinu_klyuchevye_principyu_povyshenija_konversii_veb_saitov/index.php)

14. *Ванданимаева О. М., Дронов П. В., Ивлиева Н. Н.* [и др.]. Оценка стоимости имущества : учебное пособие / под ред. И. В. Косоруковой. М. : Московский финансово-промышленный университет «Синергия», 2012.

15. *Козырев А. Н., Макаров В. Л.* Оценка стоимости нематериальных активов и интеллектуальной собственности. М. : Интерреклама, 2003.

16. *Кошкина А. А.* Оценка стоимости интернет-компаний: вопросы теории и практики : дис. ... канд. эконом. наук: 08.00.10. М., 2011.

17. *Мухамедшин И. С.* Как эффективнее защитить, продать или купить научно-техническую продукцию. М., 1993.

18. *Павлова Ю. В.* Формирование системы оценки стоимости региональных товарных знаков : дис. ... канд. эконом. наук: 08.00.10. Оренбург, 2008.

19. *Плясова С. В.* Интернет-сайт как объект оценки, налогового и бухгалтерского учета // Экономический анализ: теория и практика. 2012. № 7 (262).

20. *Пузыня Н. Ю.* Оценка интеллектуальной собственности и нематериальных активов. СПб. : Питер, 2005.

21. *Силаев А.* Оценка стоимости инновационных проектов с привлечением венчурных инвестиций : дис. ... канд. эконом. наук: 08.00.10. М., 2012.

22. Регламент регистрации доменных имен в домене RU. Ч. 1. URL: <http://cctld.ru/ru/docs/rules.php>

23. *Черепанов В. Ю.* Оценка стоимости бренда профессионального футбольного клуба : дис. ... канд. эконом. наук: 08.00.10. М., 2010.

24. *Чиркова Е.* Как оценить бизнес по аналогии : пособие по использованию сравнительных рыночных коэффициентов. 2-е изд., испр. и доп. М. : Альпина Бизнес Букс, 2009.