บทที่ 2
การใช้ประโยชน์จากทรัพย์สินทางปัญญา (Utilization)

การบริหารจัดการทรัพย์สินทางปัญญา ในหมวดของการใช้ประโยชน์ (Utilization) มีเครื่องมือสำหรับใช้เป็นข้อมูลการตัดสินใจเลือกใช้ประโยชน์จากทรัพย์สินทางปัญญาได้อย่างเหมาะสม และคุ้มค่าต่อการวิจัยและพัฒนา ดังนี้

1. **แฟ้มบันทึกทรัพย์สินทางปัญญา (IP portfolio)** ทรัพย์สินทางปัญญาของ สวพส. จัดเก็บใน 3 รูปแบบ คือ แบบ Hard copy แบบไฟล์ PDF และแบบฐานข้อมูลในระบบ IPMS
2. **แนวทางการใช้ประโยชน์ (Utilization decision tool)**
   - Feasibility Study
   - Business Plan

การศึกษาความเป็นไปได้และการวางแผนธุรกิจ (Feasibility & Business Plan) ของทรัพย์สินทางปัญญาและโครงการวิจัย[1]

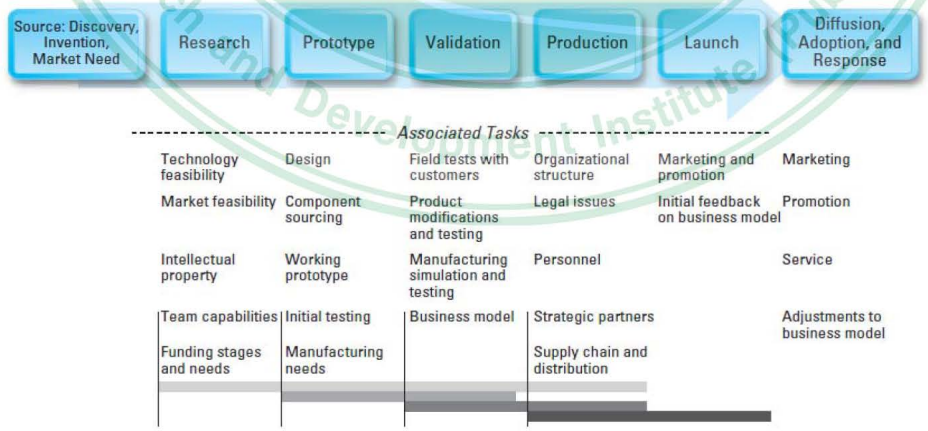
1. R&D Commercialization

การประเมินความเป็นไปได้ของการจัดทำโครงการก่อนการเริ่มต้นปัจจุบันมักจะเน้นการพัฒนาโจทย์ตามความเชี่ยวชาญของนักวิจัย แต่ในหลักการอาจต้องดูความต้องการของตลาดเป็นหลักก่อนเริ่มโครงการวิจัย ซึ่งในอนาคตจะต้องมีการใช้ความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านของนักวิจัย ร่วมกับการศึกษาความต้องการของตลาด เพื่อพัฒนา R&D เพิ่มมากขึ้น

การนำตลาดมาคิดโจทย์งานวิจัย ในหลักการง่ายๆจะต้องตอบคำถามให้ได้ใน 3 เรื่อง หรือที่เรียกว่า 3 C คือ Costumer: ลูกค้าของเราคือใคร, Competitor :คู่แข่งทางตรงทางอ้อม, Company: นักวิจัย/ผู้ผลิต/องค์กร โดยประเมินตนเองในเรื่องของ supply size กำลังการผลิต กระบวนการผลิต วัตถุดิบ เป็นต้น

ในอนาคตการวิจัยจะต้องมองทางด้านการตลาดด้วย ก่อนที่จะมีการคิดโจทย์ทำการวิจัยในแต่ละเรื่องดังตัวอย่าง โมเดลที่แสดงนี้

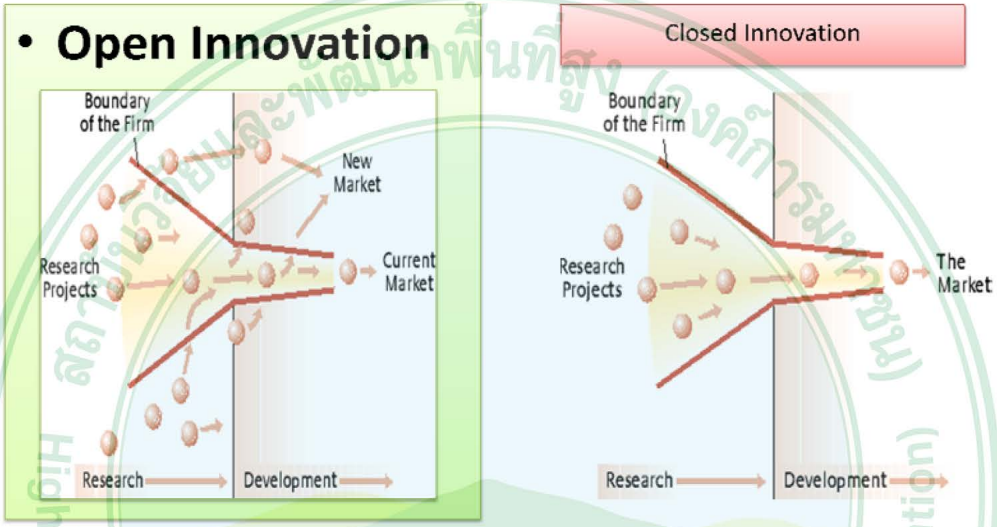
Innovation and Commercialization Process



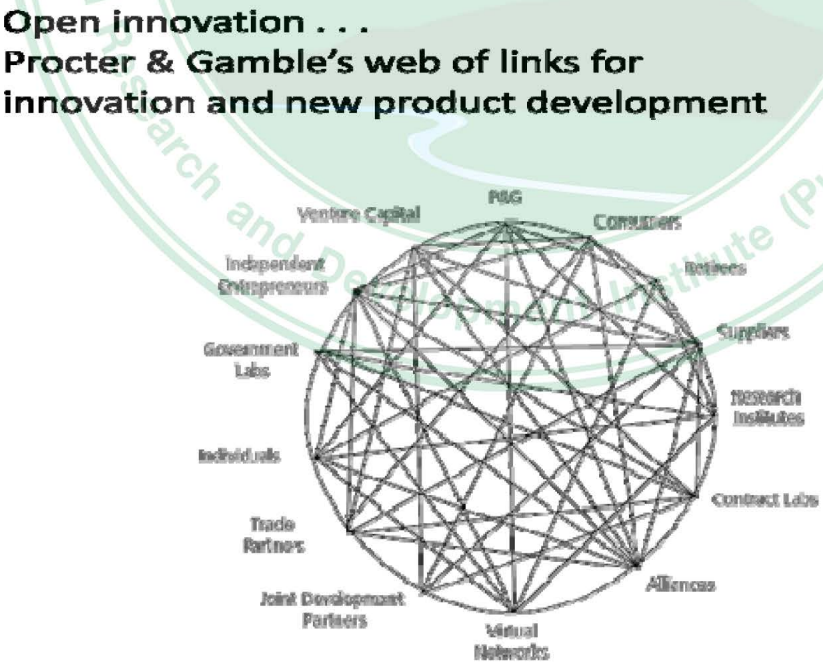
[1] **ศาสตราจารย์กิตติคุณ ดร.อัจฉรา จันทร์ฉาย**, 2557 **บรรยาย**หัวข้อ "การศึกษาความเป็นไปได้และการวางแผนธุรกิจ (Feasibility & Business Plan) ของทรัพย์สินทางปัญญาและโครงการวิจัย"

ข้อเสนอแนะที่จะเพิ่มเติมในตัวอย่างนี้ คือ สวพส.มีลักษณะขององค์กรที่เป็นการทำประโยชน์เพื่อสังคม ชุมชนบนพื้นที่สูง ดังนั้นการประเมินความเป็นไปได้เบื้องต้นด้าน Market Feasibility ควรเพิ่มการประเมินในด้าน Feasibility social enterprise ซึ่งจะเห็นมูลค่าที่เกิดขึ้นในเชิงสังคม คนบนพื้นที่สูง ซึ่งการคิดผลตอบแทนลักษณะนี้จะแตกต่างกับการทำธุรกิจแบบอื่น

การคิดนวัตกรรมมีทั้งแบบเปิด และปิด ซึ่งจะเห็นถึงประสิทธิภาพการตอบโจทย์ตลาด ดังนั้นควรมีการให้ผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียเข้ามามีส่วนร่วมในการเสนอแนะปัญหา เพื่อนำไปสู่การวิจัยและพัฒนานวัตกรรมสู่ตลาดในอนาคตได้



Closed and Open Innovation



ในองค์กรมีบุคลากรที่สร้างสรรค์ผลงานหรือนวัตกรรมใหม่ ในระดับไหน อาจจะเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ในกลุ่มเดียวกัน มีการคิดค้นปรับปรุงใหม่จากของเดิม ผลิตภัณฑ์ใหม่ในระดับประเทศ หรือใหม่ในระดับโลก

สถาบันวิจัยและพัฒนาพื้นที่สูง (องค์การมหาชน) Highland Research and Development Institute (Public Organization)

การประดิษฐ์ (Invention) ที่จะพัฒนาไปจนถึงขั้นเป็นนวัตกรรม (Innovation) ที่สามารถเข้าสู่ตลาดได้และประสบความสำเร็จ มีจำนวนน้อยมาก ตามภาพด้านล่างนี้

กระบวนการจัดการนวัตกรรม

สถาบันวิจัยและพัฒนาพื้นที่สูง (องค์การมหาชน) Highland Research and Development Institute (Public Organization)

2. NPD Process : กระบวนการนำ R&D ไปสู่ผลิตภัณฑ์และขายได้ในเชิงพาณิชย์ มีอยู่ 6 ขั้นตอน ดังนี้

Stage 0: Idea/ Planning and Situation Analysis

Gate 1: Decision to do a preliminary investigation

Stage 1: Preliminary investigation/ Consumer Needs &Idea Generation

Gate 2: Decision to build a business case

Stage 2: Detailed investigation and business case/ Concept Development

Gate 3: Decision to go into development

Stage 3: Development/ Feasibility Confirmation

Gate 4: Decision to go into testing and validation

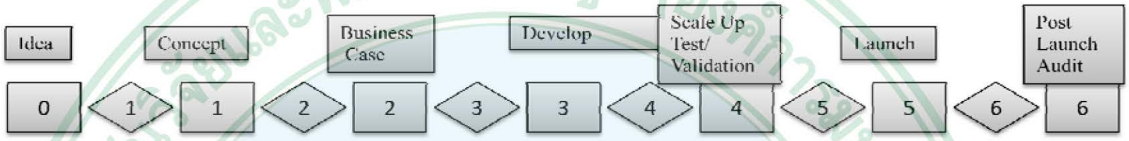
Stage 4: Testing and validation/ Scale up Confirmation

Gate 5: Decision to go into full production and market launch

Stage 5: Full launch and final report/Product Launch

Gate 6: Project Termination

Stage 6: Post Launch Audit/ Key Learning's



3. **Market Potential**

ศักยภาพทางการตลาด จะต้องมีการวิเคราะห์ในแต่ละด้าน ดังนี้

- คู่แข่งคือใคร
- Supply มีเท่าไหร่
- Demand มีเท่าไหร่
- Customer Characteristic ลูกค้าคือใคร
- Customer Motivation ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อ/ใช้ผลิตภัณฑ์
- Customer Retention การรักษาลูกค้า
- กลยุทธ์
- กลยุทธ์เพื่อสร้างข้อได้เปรียบการแข่งขัน (Differentiation Focus, Cost)
- Market : 4 P
  - Product
  - Price
  - Place
  - Promotion
- Production
  - จัดซื้อ
  - ผลิต
  - Stock/Inventory
  - จัดส่ง

สถาบันวิจัยและพัฒนาพื้นที่สูง (องค์การมหาชน) Highland Research and Development Institute (Public Organization)

- คุณภาพ

- HR
  - หุ้นส่วน
  - ทีมงาน
- บัญชี : ระบบบัญชี รายงานการเงิน
- การเงิน
  - แหล่งเงินทุน
  - เงินลงทุนและค่าใช้จ่ายดำเนินงาน

โดยวิเคราะห์ร่วมกับช่วงชีวิตของผลิตภัณฑ์ (Product Life cycle) ตั้งแต่การเริ่มต้น (Introduction) เติบโต (Growth) เติบโตเต็มที่ (Maturity) และถดถอย (Decline) ตามตารางนี้

How Innovation benefits a Business Competitive advantage

First mover advantage

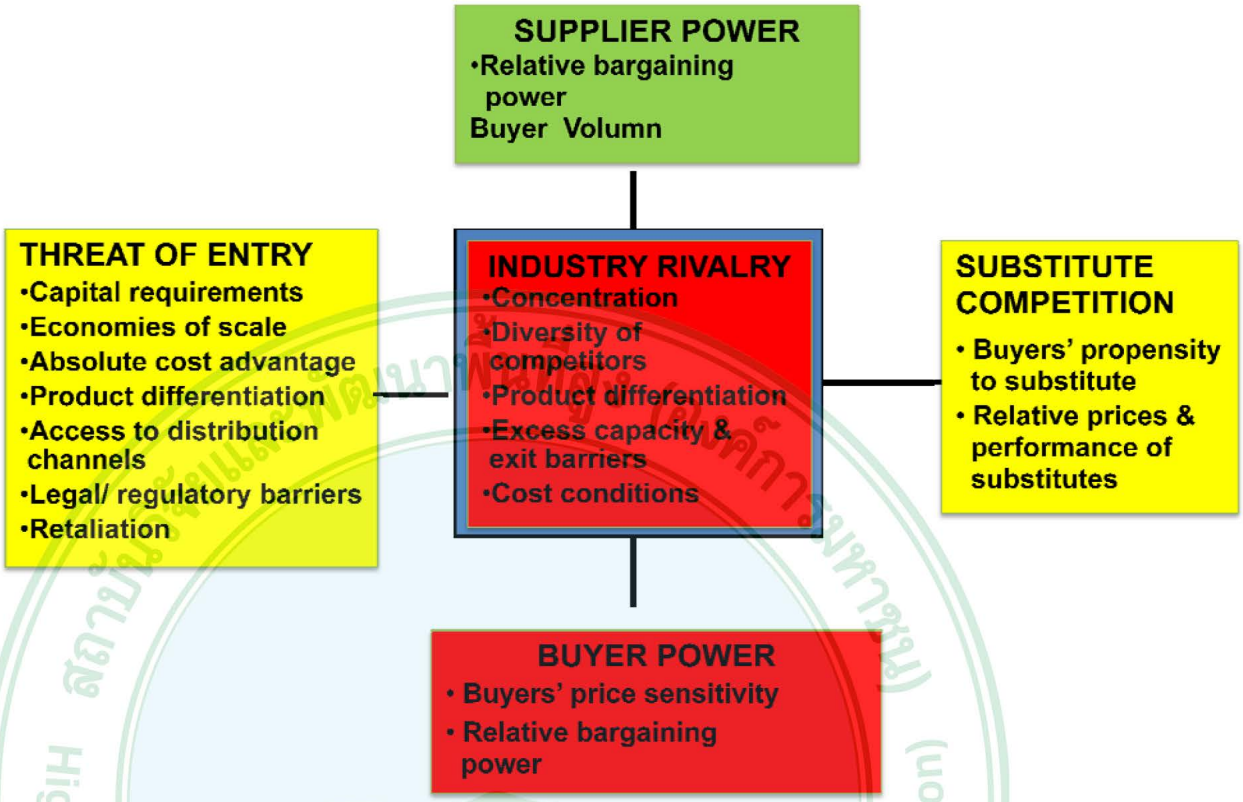
Product Life cycle

	Introduction	Growth	Maturity	Decline
Competition	Scarce	Increasing	Intense	Decreasing
Customer	Innovators/ adopters	Early majority	Late majority	Laggards
Strategy	Market Development	Market penetration	Defensive Position	Efficiency
Price	High	Lowering	Lowest	Raise

The opportunity to create new customer “wants” and barriers to competitor entry

4. Competitors analysis

5-6 Forces Model



5. Customer analysis ใน 3 ด้าน คือ
   - Customer Needs by Segmentation?
   - Customer Behavior ?
   - Customer Decision (Motivation Factor) ?
6. Feasibility study Process

การศึกษาความเป็นไปได้เพื่อการจัดตั้งธุรกิจใหม่ มี 4 ขั้นตอน ดังนี้

6.1 ศึกษาความเป็นไปได้ด้านการตลาด (Market Feasibility Analysis)

1. Market Potential
   - Identification of potential customers and their dominant characteristics (eg. Age, income level, buying habits)
   - Potential market share (as affected by competitive situation)
   - Potential sales volume
   - Sales price projections
2. Market testing
   - Selection of test markets
   - Actual market test

- Analysis of market test results

3. Marketing planning issues
   - Preferred channels of distribution, impact of promotional efforts, required distribution points (warehouses), packaging considerations price differentiation

6.2 ศึกษาความเป็นไปได้ด้านเทคนิค การผลิต และการจัดการ

1. ข้อพิจารณาด้านเทคนิคในการออกแบบผลิตภัณฑ์ (Crucial Technical specifications)
   - การออกแบบ (Design)
   - ความคงทน (Durability)
   - ความเชื่อถือได้ (Reliability)
   - ความปลอดภัย (Product safety)
   - ความเป็นมาตรฐาน (Standardization)
2. ศึกษาด้านวิศวกรรม
   - เครื่องจักร
   - เครื่องมือ
   - ระบบการไหลของงานในโรงงาน
3. การพัฒนาผลิตภัณฑ์
   - พิมพ์เขียว
   - ตัวแบบ
4. การทดสอบผลิตภัณฑ์
   - ทดสอบผ่านห้องแลป ทดสอบงานสนาม
5. การกำหนดที่ตั้งโรงงาน
6. ผังโรงงาน
7. การจัดการองค์กร
   - บุคลากร : ทักษะความสามารถ บุคลิกภาพ ศักยภาพ
   - Managerial requirements
   - Determination of individual responsibilities
   - Determination of required organizational relationships
   - Potential organization development

6.3 ศึกษาความเป็นไปได้ด้านการเงิน (Financial Feasibility Analysis)

1. Required financial resources for:
   - Fixed assets
   - Current assets
   - Necessary working capital
2. Available financial resources required borrowing
   - Potential sources of funds

สถาบันวิจัยและพัฒนาพื้นที่สูง (องค์การมหาชน) Highland Research and Development Institute (Public Organization)

- Cost of borrowing
- Repayment conditions

3. Operating cost analysis
   - Fixed costs Variable costs
4. Projected cash flow
5. Projected profitability

6.4 ศึกษาผลกระทบด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม

1. ประเมินผลกระทบเชิงบวก ในรูปแบบของ Social enterprise ต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม
2. ประเมินผลกระทบเชิงลบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

7. วิธีการคาดการความต้องการของตลาด (How to forecast Market demand)

วิธีการศึกษาลูกค้า ใช้วิธีการวิจัยตลาดเพื่อหา

1. ความต้องการของตลาด (Market Demand)
2. คุณลักษณะของลูกค้า (Customer Profile)
3. ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อ/บริโภค (Customer Motivation)

โดยใช้วิธีการศึกษาจากแหล่งข้อมูล

- ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data)
- ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)
  - สำรวจตลาด (Market Survey)
  - ทดสอบตลาด (Test Market)
  - ประชุมกลุ่ม (Focus Group)

3. การประเมินมูลค่าทรัพย์สินทางปัญญา (IP valuation)

หลักการประเมินมูลค่าทรัพย์สินทางปัญญา

ประเมินมูลค่าทรัพย์สินทางปัญญาจึงเป็นการประเมินศักยภาพของการใช้ทรัพย์สิน ที่เกี่ยวข้องในการผลิตสินค้าและบริการเพื่อจำหน่าย หลักการสำคัญในการประเมินมูลค่าทรัพย์สินทางปัญญาคือการใช้การคำนวณมูลค่า ปัจจุบันของการผลประโยชน์หรือรายได้ (Present Value) ที่เกิดจากการใช้ทรัพย์สินทางปัญญา ที่ทรัพย์สินทางปัญญาดังกล่าวได้รับการคุ้มครองหรือสามารถสร้างประโยชน์ให้กับธุรกิจนั้นๆ

ลักษณะการใช้สิทธิ์ในทรัพย์สินทางปัญญา

1. **การผลิตและจำหน่ายด้วยตนเอง**

   ผลประโยชน์ที่จะได้รับจะอยู่ในรูปของผลประกอบการโดยรวม

2. **การขายสิทธิ์ให้กับผู้ประกอบการ**

   เจ้าของสิทธิ์สามารถได้รับค่าตอบแทนทั้งในรูปแบบของเงินก้อนชำระครั้งเดียว และ/หรือชำระเป็นส่วนแบ่งของผลประกอบการที่เกี่ยวข้อง การประเมินผลตอบแทนจะต้องเป็นการคาดการณ์ผลประกอบการของผู้ที่รับช่วงในทรัพย์สินทางปัญญาดังกล่าว

3. **การร่วมทุน**

   การประเมินทรัพย์สินทางปัญญาอาจใช้เป็นตัววัดสัดส่วนของการร่วมทุน

ข้อมูลที่จำเป็นต้องใช้ในการประกอบการประเมินมูลค่า

1. เอกสารหลักฐาน และรายละเอียดของทรัพย์สินทางปัญญาที่ต้องการให้ประเมินมูลค่า ขอบเขตและระยะเวลาของการคุ้มครอง
2. แผนธุรกิจ (Business Plan) ที่ได้รับความเห็นชอบจากสถาบันการเงิน หรือแหล่งเงินทุน
3. ประมาณการทางการเงิน
4. ผลประกอบการพร้อมข้อมูลย้อนหลัง (ถ้ามี)
5. ข้อมูลรวมทั้งเอกสารหลักฐานอื่นๆ ที่จำเป็นซึ่งผู้ประเมินแจ้งให้ผู้ว่าจ้างทราบ

การประเมินมูลค่าทรัพย์สินทางปัญญา

1. การประเมินมูลค่าทรัพย์สินทางปัญญา พิจารณาจาก Business Plan เพื่อพิจารณารายได้สุทธิทั้งหมดที่คาดว่าจะรับตลอดอายุการใช้งาน ตลอดจนพิจารณาถึงราคาขายเพิ่มขึ้นเนื่องจากทรัพย์สินทางปัญญาหรือต้นทุนจากการผลิตที่ลดลง

2. เหมาะสำหรับการประเมินมูลค่า สิทธิบัตรและอนุสิทธิบัตร เครื่องหมายการค้า ลิขสิทธิ์ รวมถึงนิยมใช้ประกอบการทำสัญญาการอนุญาตให้ใช้สิทธิและการกำหนดค่าตอบแทน (License and Royalty Agreement)

วิธีการประเมินมูลค่าทรัพย์สินทางปัญญา

1. วิธีการคิดจากต้นทุน (Cost Approach) พิจารณาอยู่ 2 รูปแบบ

1) พิจารณาจากข้อเท็จจริงด้านต้นทุนที่ผ่านมา (Historical cost basis) มักใช้กับการประเมินมูลค่าทรัพย์สินทางปัญญาตลอดอายุการใช้ประโยชน์ ไม่ได้คำนึงผลกระทบต่อประสิทธิภาพตลาด การแข่งขัน หรือการพัฒนาด้านเทคโนโลยี

2) พิจารณาจากต้นทุนในการแทนที่หรือผลิตขึ้นใหม่ (Replacement reproduction cost) ต้องคำนึงผลกระทบต่อประสิทธิภาพตลาด การแข่งขัน หรือการพัฒนาด้านเทคโนโลยี

ต้นทุนที่จำเป็นต่อการประเมินมูลค่าทรัพย์สินทางปัญญา

- ค่าธรรมเนียมด้านกฎหมาย
- ค่าธรรมเนียมการจดทะเบียนสิทธิเกี่ยวกับทรัพย์สินทางปัญญา
- ต้นทุนเฉพาะบุคคล
- ต้นทุนการพัฒนา
- ต้นทุนการผลิต
- ต้นทุนการตลาดและประชาสัมพันธ์

หมายเหตุ การประเมินด้วยวิธีนี้ไม่สามารถสะท้อนถึงผลประโยชน์ที่เจ้าของได้รับหรืออรรถประโยชน์ที่จะเกิดขึ้นจากทรัพย์สินทางปัญญา จึงไม่อาจใช้ในการประเมินเพื่อหาความคุ้มค่าในการโอนทรัพย์สินทางปัญญาได้ เป็นเพียงผลประโยชน์ตอบแทนน้อยที่สุดที่ผู้โอนทรัพย์สินทางปัญญาควรจะได้รับจากการโอนเท่านั้น

2. วิธีการเปรียบเทียบราคาตลาด (Market Approach) คือการประเมินมูลค่าโดยอาศัยข้อมูลราคาที่ได้จากการขายทรัพย์สินทางปัญญาที่มีลักษณะเดียวกัน

ข้อดี เป็นวิธีการประเมินมูลค่าที่ตั้งอยู่บนความจริง มีตรรกะ และสามารถปรับใช้ได้กับทรัพย์สินทางปัญญาทุกประเภท

ข้อเสีย แต่ไม่เป็นที่ยอมรับในแวดวงการประเมิน เนื่องจากทรัพย์สินทางปัญญามีลักษณะเฉพาะตัวสูง อีกทั้งยังยากต่อการหาคู่ธุรกรรมเปรียบเทียบ

3. วิธีการพิจารณาจากรายได้ (Income Approach) คือการประเมินมูลค่าโดยอยู่บนพื้นฐานความคิดที่คำนึงถึงกระแสรายได้ในอนาคตที่คาดหมายว่าจะได้รับจากการถือครองทรัพย์สินทางปัญญานั้นๆ โดยข้อมูลจะประกอบด้วย 3 ส่วนคือ

1. จำนวนรวมของกระแสรายได้ในอนาคต
2. อัตราการเติมโตหรือการเสื่อมถอยของกระแสรายได้ในอนาคต
3. เวลาในการสร้างกระแสรายได้ในอนาคต

ข้อดี เป็นวิธีที่นิยมเนื่องจากใช้ข้อมูลที่ภาคธุรกิจจำเป็นต้องใช้สำหรับการวางแผนธุรกิจผู้ประกอบการมองเห็นถึงความเสี่ยงที่อาจจะเกิดขึ้น จะพยายามดำเนินธุรกิจอย่างระมัดระวังเพื่อให้ทรัพย์สินทางปัญญาที่ถือครองให้ผลตอบแทนเท่าหรือสูงกว่ามูลค่าที่มีการประเมิน

ข้อเสีย เกิดความสับสนได้ง่ายระหว่างกระแสรายได้ในอนาคตที่มาการถือครองทรัพย์สินทางปัญญา และกระแสรายได้ในอนาคตขององค์กรธุรกิจที่ถือครองตัวทรัพย์สินทางปัญญาที่ถูกประเมินค่า ระยะสร้างกระแสรายได้มักความเสี่ยงระหว่างการสร้างรายได้ มูลค่าที่ได้จากการประเมินอาจมีความแกร่งตัวสูงกว่าการประเมินด้วยวิธีการคิดจากต้นทุน

การประเมินมูลค่าทรัพย์สินทางปัญญาประเภทสิทธิบัตร/อนุสิทธิบัตร

สิทธิบัตรเป็นทรัพย์สินทางปัญญาที่มีบทบาทอย่างมากต่อการดำเนินธุรกิจที่อิงการผลิตทางด้านอุตสาหกรรม เนื่องจากความได้เปรียบอันเนื่องจากการถือครองสิทธิบัตรสามารถสร้างความสามารถในการแข่งขันเหนือคู่แข่งในตลาดเดียวกันได้ หรืออาจจะสร้างความสามารถในการผูกขาดตลาดในช่วงเวลาหนึ่งได้ ผู้ประเมินมูลค่าควรตระหนักว่ามีปัจจัยสำคัญหลายอย่างที่ทำให้มูลค่าของสิทธิบัตรมีความแตกต่างกัน เช่น

- ความเป็นเอกลักษณ์และความใหม่ในระดับสร้างนวัตกรรมของสิทธิบัตร
- ความหมากหมายในการนำไปประยุกต์ใช้และความซับซ้อนของเทคโนโลยี
- ความสามรถในการแข่งขันที่เหนือกว่าสิทธิบัตรในทำนองเดียวกัน
- เวลาและต้นทุนในการปฏิบัติงานเพื่อให้สามารถนำสิทธิบัตรมาใช้ในตลาด
- ความสามารถในการป้องกันการลอกเลียนแบบเทคโนโลยีโดยอาศัยสิทธิบัตรอื่นในทำนองเดียวกัน
- ขนาดของตลาดที่รองรับสินค้าที่ผลิตจากสิทธิบัตรทั้งในปัจจุบันและในอนาคต

- **แนวทางการประเมินมูลค่าสิทธิบัตร/อนุสิทธิบัตร ด้วยวิธีการคิดจากต้นทุน (Cost Approach)**
    - จะนิยมมากในกรณีที่สิทธิบัตร/อนุสิทธิบัตรอยู่ในช่วงเริ่มต้น (Early stage) เพราะในช่วงเริ่มต้นยังไม่แน่ใจว่าจะสามารถพัฒนาและออกผลิตภัณฑ์ที่มีความสามารถในการสร้างผลกำไรแก่ผู้ทรงสิทธิ
    - จะไม่เป็นที่นิยมในกรณีที่เป็นการประเมินมูลค่าสิทธิบัตร/อนุสิทธิบัตรที่มีการแข่งขันสูง เนื่องจากไม่อาจสะท้อนมูลค่าที่สมเหตุสมผลได้
- **แนวทางการประเมินมูลค่าสิทธิบัตร/อนุสิทธิบัตรด้วยวิธีการคิดจากรายได้ (Income Approach)**

เป็นวิธีที่สมเหตุสมผลต่อการประเมินมูลค่าสิทธิบัตรในช่วงชีวิตที่สามารถพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์สำเร็จหรือสามารถสร้างผลิตภัณฑ์ที่มีความสามารถแข่งขันในตลาดได้ การประเมินวิธีนี้จะค่อนข้างสอดคล้องกับความสามารถในการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจให้กับผู้ทรงสิทธิ

- **แนวทางการประเมินมูลค่าสิทธิบัตร/อนุสิทธิบัตรด้วยวิธีเฉพาะ (Other specialization Method)**

การประเมินมูลค่าทรัพย์สินทางปัญญาด้วยวิธีเฉพาะมีหลากหลายวิธี แต่วิธีที่มีการพัฒนามาอย่างยาวนานกว่า 20 ปี ได้รับการยอมรับ หากสามารถจัดการตัวแปรอันซับซ้อน คือ Technology Factor Method: TFM โดยวิธีนี้ได้แนวคิดมาจากวิธีการพิจารณารายได้ โดยวิธีนี้จะจำแนกประโยชน์และความสามารถในการแข่งขันที่เป็นจุดเด่นของสิทธิบัตร โดยการให้น้ำหนักคะแนนเปรียบเทียบกับประโยชน์และความสามารถในการแข่งของสิทธิบัตรอื่นๆที่มีฐานข้อมูลอยู่ แล้วแปลงคะแนนเป็นมูลค่าที่เหมาะสม

รายงานการประเมินมูลค่า

1. วัตถุประสงค์ของการประเมินมูลค่า
2. นิยามศัพท์ต่างๆ ที่ปรากฏในรายงานและเป็นศัพท์ทางวิชาการประเมินมูลค่า
3. รายละเอียดทรัพย์สินทางปัญญาที่จะประเมินมูลค่า
4. ขอบเขตและเงื่อนไขในการประเมินมูลค่า เช่น
    - ต้องได้รับความยินยอมในการตรวจสอบข้อมูลเพิ่มเติมจากผู้เกี่ยวข้อง
    - ผู้ประเมินจะเป็นผู้กำหนดอัตราคิดลดกลับและอัตราผลตอบแทนที่เหมาะสมบนพื้นฐานทางวิชาการ ซึ่งเป็นที่ยอมรับกันโดยทั่วไป
    - รายได้ของกิจการในทรัพย์สินทางปัญญาที่คาดการณ์ในอนาคต จะเป็นรายได้เฉพาะในระยะเวลาที่ทรัพย์สินทางปัญญานั้นยังได้รับความคุ้มครองทางกฎหมาย
    - ผู้ประเมินไม่จำเป็นต้องตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลที่เจ้าของทรัพย์สินทางปัญญาหรือผู้ว่าจ้างจัดหามาไว้ เพราะถือว่ามีการรับรองว่าถูกต้องแล้ว
    - ความเห็นเพิ่มเติมของผู้ประเมินเกี่ยวกับการประมาณทางการเงิน ถือเป็นความเห็นของผู้ประเมิน (Opinion) หากในอนาคตมีการเปลี่ยนแปลงไม่ตรงกับความเห็นนั้น ผู้ประเมินไม่จำเป็นต้องรับผิดชอบแต่อย่างใด

5. ขอบเขตและเงื่อนไขในการประเมินมูลค่า เช่น
   - ต้องได้รับความยินยอมในการตรวจสอบข้อมูลเพิ่มเติมจากผู้เกี่ยวข้อง
   - ผู้ประเมินจะเป็นผู้กำหนดอัตราคิดลดกลับและอัตราผลตอบแทนที่เหมาะสมบนพื้นฐานทางวิชาการ ซึ่งเป็นที่ยอมรับกันโดยทั่วไป
   - รายได้ของกิจการในทรัพย์สินทางปัญญาที่คาดการณ์ในอนาคต จะเป็นรายได้เฉพาะในระยะเวลาที่ทรัพย์สินทางปัญญานั้นยังได้รับความคุ้มครองทางกฎหมาย
   - ผู้ประเมินไม่จำเป็นต้องตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลที่เจ้าของทรัพย์สินทางปัญญาหรือผู้ว่าจ้างจัดหามาไว้ เพราะถือว่ามีการรับรองว่าถูกต้องแล้ว
   - ความเห็นเพิ่มเติมของผู้ประเมินเกี่ยวกับการประมาณทางการเงิน ถือเป็นความเห็นของผู้ประเมิน (Opinion) หากในอนาคตมีการเปลี่ยนแปลงไม่ตรงกับความเห็นนั้น ผู้ประเมินไม่จำเป็นต้องรับผิดชอบแต่อย่างใด
6. คำสั่งว่าจ้างพิเศษและสมมติฐาน (ถ้ามี)
7. หลักเกณฑ์การประเมินมูลค่า
8. กรรมวิธีประเมินมูลค่า
9. การสรุปมูลค่า
10. ชื่อและลายมือชื่อผู้ประเมินพร้อมวันเดือนปีที่ประเมิน
11. ภาคผนวก (เอกสารประกอบอื่นๆ ถ้ามี)

4. การอนุญาตให้ใช้สิทธิ (Licensing practice)

Licensing เป็นอีกรูปแบบหนึ่งที่ทำให้ผลงานวิจัยซึ่งก็คือทรัพย์สินทางปัญญาประเภทหนึ่ง ถูกนำไปใช้ประโยชน์ในเชิงพาณิชย์ (Intellectual Commercialization) ได้ ซึ่งมีกระบวนการดังนี้

1. ตรวจสอบสถานะและประเมินศักยภาพของงานวิจัยในด้านต่างๆ เช่น ความทันสมัยของเทคโนโลยีที่ใช้ ประดิษฐ์ความสามารถในการทำตลาด เป็นต้น
2. ประเมินมูลค่าเทคโนโลยีหรืองานวิจัย (Evaluation)
3. สรรหาผู้รับอนุญาตใช้สิทธิหรือเทคโนโลยี (Licensee)
4. เจรจา (Negotiation) ซึ่งมีหัวข้อการเจรจาในเรื่องระยะเวลาการอนุญาตให้ใช้สิทธิ ขอบเขตในการ
5. อนุญาตให้ใช้สิทธิหรือเทคโนโลยี การจ่ายค่าตอบแทนหรือค่ารอยัลตี้ให้กับผู้ให้สิทธิ
6. ทำสัญญาระหว่างผู้ให้สิทธิ (มหาวิทยาลัย) และผู้ขอใช้สิทธิ

การดูแลรักษาสิทธิ์ของผู้ให้สิทธิตลอดระยะเวลาที่สัญญามีผลบังคับใช้