

**Таблица 3** – Значения индикаторов энергетической безопасности Республики Беларусь

Показатели	Значения по годам			
	2010	2015	2020	2025
1. Отношение объема производства (добыче) первичной энергии к валовому потреблению ТЭР, %	14	14	16	17
2. Отношение объема производства (добычи) первичной энергии из возобновляемых источников энергии к валовому потреблению ТЭК, %	5	5	6	7

Примечание: составлено на основе [2]

Так, планируется поступательный рост основных показателей, определяющих уровень энергетической самостоятельности Республики Беларусь.

Энергетическая самостоятельность страны – важный показатель, который находится на контроле со стороны государственных органов Республики Беларусь.

Надзор и контроль за всеми направлениями работы в области энергоресурсов осуществляется согласно Постановлению Совета Министров Республики Беларусь № 26 от 10.01.1998 года, в последней редакции № 21 от 16.03.2018 года «Об утверждении положения о государственном энергетическом надзоре в Республике Беларусь».

Государственный энергетический надзор осуществляется с учетом требований Указа Президента Республики Беларусь № 510 от 16.10.2009 года «О совершенствовании контрольной (надзорной) деятельности в Республике Беларусь». Данный надзор осуществляется, в первую очередь, с целью обеспечения безопасности жизнедеятельности людей, а также бесперебойной работы энергетического оборудования.

В 2017 году было утверждено Постановление № 55 от 29.12.2017 года «Об утверждении Отраслевой программы развития организаций торфяной промышленности, входящих в систему Министерства энергетики Республики Беларусь на 2017-2020 года».

В 2018 году было принято Постановление Министерства энергетики № 41 от 09.11.2018 года «О некоторых вопросах деятельности организаций торфяной отрасли». Необходимость в принятии данного документа возникла в связи с изменениями рынков сбыта торфяной продукции, объемов производства, реализации, а также некоторых мероприятий Отраслевой программы.

Данная программа направлена на решение ряда задач, в первую очередь связанных с повышением конкурентоспособности торфяной продукции на внутренних и внешних рынках Республики Беларусь. Выполнение данной Программы приведет:

- к максимально возможному удовлетворению потребностей экономики страны в продукции из торфа;
- внедрению новейших технологий для использования в данной отрасли;
- повышению экономической эффективности работы организаций Министерства энергетики в целом.

Основные правила и технические требования при работе организаций газовой и других отраслей Министерства энергетики регулируются рядом технических кодексов.

Государственное регулирование данного направления осуществляется государственными органами посредством разработки различных программ; нормирования уровня расхода ресурсов; стимулирования энергосбережения и надзора со стороны государства.

Государственное регулирование газовой и других отраслей, относящихся к Министерству энергетики Республики Беларусь, осуществляется на основе законов, указов, декретов, НПА, ТНПА, концепций и программ.

**Заключение.** На особом контроле находится высокий уровень качества оказания услуг по энерго- и газоснабжению населения [1].

На современном этапе проводится значительная работа в области международного сотрудничества Республики Беларусь по вопросам создания общих энергетических рынков.

Для обеспечения энергетической стабильности и безопасности Республики Беларусь необходимо повышать надёжность и эффективность деятельности отраслей Министерства энергетики, так как от их стабильной работы зависит развитие экономики страны и рост благосостояния населения.

Значения всех основных показателей, характеризуют отрасли топливно-энергетического комплекса Республики Беларусь как динамически развивающиеся, перспективные и важные для всей экономики страны в целом.

#### СПИСОК ЦИТИРОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Дашкевич, Т. В. Инновационное развитие топливно-энергетического комплекса Республики Беларусь // Экономика и управление: социальный, экономический и инженерный аспекты: сб. науч. статей I Межд. науч.-практ. конференции УО БрГТУ, Брест, 22–23 ноября 2018; редкол.: В. В. Зазерская. – Брест : Изд-во БрГТУ, 2018. – С. 131–135.
2. Министерство энергетики Республики Беларусь: законодательство [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://minenergo.gov.by>.
3. Статистические данные о результатах деятельности предприятий топливно-энергетического комплекса Республики Беларусь [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.belstat.gov.by>.

Материал поступил в редакцию 24.09.2019

#### **DASHKEVICH T. V. Features of state regulation of the gas industry of Republic of Belarus**

Development of a world economic system leads to need of creation of uniform economic space which demands effective use of all types of resources: information, economic, technical factors.

Fuel and energy complex unites in itself various productions, which are engaged in production of the resources, major for the state. The enterprises of this sphere carry out also their processing, transformation and delivery to consumers.

The importance for national economy is played by the gas industry as a fuel and energy complex component. Work of this industry is regulated by public authorities of Republic of Belarus as stability of functioning of other economic subjects therefore consideration of questions of state regulation of fuel and energy complex, in particular, of the gas industry, is represented relevant depends on efficiency of its activity.

УДК 330.5

**Диковицкая Д. В.**

## ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ОПРЕДЕЛЕНИЮ СОЦИАЛЬНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

**Введение.** С тех пор, как Шумпетер в 1911 году опубликовал свою работу «Теория экономического развития», предприниматель-

ство является четко определенным понятием в экономической теории. Однако понятие социального предпринимательства не являлось

*Диковицкая Дарья Владимировна, ассистент кафедры экономической теории и логистики Брестского государственного технического университета.*

Беларусь, БрГТУ, 224017, г. Брест, ул. Московская, 267.

ключевым элементом в теории предпринимательства и почти в ней не упоминалось. Также не было упоминаний в учебниках и научных обзорах того времени.

Исследования социального предпринимательства начались во второй половине XX века. В своих трудах Стейарт и Хьорт подчеркивают, что исследование и развитие социального предпринимательства до недавних лет проводилось учеными и экспертами, которые, как правило, не были связаны со сферой предпринимательства [1].

Лепутр в своих работах говорит о том, что изучение социального предпринимательства характеризуется тематическими исследованиями и анализом конкретных историй успеха, которым, однако, не хватает теоретической базы и, следовательно, обобщения [2].

**Социальное предпринимательство** является междисциплинарным понятием, и, несмотря на широкое использование данного термина, его значение часто варьируется. Существует как минимум две основные его трактовки: американская и европейская. Разница в трактовках связана с различными концепциями капитализма и ролью правительства в регулировании экономики [3]. В американской традиции социальное предпринимательство обычно рассматривается с точки зрения широкого спектра деятельности, как в некоммерческом, так и в коммерческом секторах, а также при учете определенного количества условий в государственном секторе, в котором рыночные стратегии используются для получения доходов. В европейской традиции социальное предпринимательство часто рассматривается как иной способ ведения бизнеса.

В ходе изучения явления социального предпринимательства учеными из разных стран даны некоторые определения самого понятия.

Наиболее используемой в научных трудах является точка зрения Грегори Диза, директора Центра развития социального предпринимательства Университета Дюка (США), по мнению которого социальное предпринимательство «соединяет в себе страсть к социальной миссии со свойственной бизнесу дисциплиной, инновацией и решительностью».

Грегори Диз выделяет пять факторов, определяющих социальное предпринимательство:

- принятие на себя миссии создания и поддержания социальной ценности (блага);
- выявление и использование новых возможностей для реализации избранной миссии;
- осуществление непрерывного процесса инноваций, адаптации и обучения;
- решительность действий, не ограничиваемая располагаемыми ресурсами;
- высокая ответственность предпринимателя за результаты своей деятельности – как перед непосредственными клиентами, так и перед обществом [4].

Существуют и другие трактовки термина «социальное предпринимательство».

По мнению Фаулера, «социальное предпринимательство – это создание жизнеспособных (социально-экономических) структур, отношений, институтов, организаций и практик, которые приносят и поддерживают социальные выгоды» [5].

Эльворд считал, что «социальное предпринимательство создает инновационные решения насущных социальных проблем и мобилизует идеи, возможности, ресурсы и социальные механизмы, необходимые для устойчивых социальных преобразований» [6].

Остин, Стивенсон и Вей-Скиллерн определяют социальное предпринимательство как «инновационную деятельность, создающую социальные ценности, которая может происходить в некоммерческом, коммерческом или государственном секторах».

Маир и Марти рассматривают социальное предпринимательство как «процесс, включающий инновационное использование и комбинацию ресурсов для реализации возможностей для стимулирования социальных изменений и / или удовлетворения социальных потребностей» [7].

Передо и Маклин считают, что «социальное предпринимательство осуществляется в тех случаях, когда какое-то лицо или группа лиц: (1) стремятся к созданию социальной ценности; (2) демонстрируют способность распознавать и использовать возможности создать эту ценность («представить»); (3) используют инновации, начиная от собственного изобретения до адаптации чужой инновации, в

создании и / или распределении социальной ценности; (4) хотя бы принять на себя риски, уровень которых выше среднего, возникающие в процессе создания и распространения социальной ценности и (5) готовы создавать социальное предприятие, несмотря на скудность имеющихся инвестиций» [8].

Виверардена и Морт определяют социальное предпринимательство как «поведенческий феномен, выраженный в желании создать новые рабочие места и направленный на создание социальной ценности посредством использования имеющихся возможностей» [9]. Они считают, что применять бизнес-стратегии следует с целью более эффективного противостояния сложным социальным проблемам.

«Социальное предпринимательство включает в себя действия и процессы, предпринимаемые для выявления, определения и использования возможностей для увеличения социального благосостояния путем создания новых предприятий или управления существующими организациями на инновационной основе» [10].

Как видно, исследователями в разных странах социальное предпринимательство трактуется по-разному, поскольку географический и культурный контекст, в котором оно появляется и проявляется, различен [7]. В рамках «зонтичной конструкции» изучения социального предпринимательства рассматриваются и другие виды социальной предпринимательской деятельности, такие как социальные венчурные организации, некоммерческие организации, внедряющие отдельные бизнес-инструменты, гибридные организации или предприятия социального сотрудничества.

Несмотря на различные определения и трактовки, ключевым элементом, присутствующим во всех определениях, является социальная миссия как центральная движущая сила социальных предпринимателей [11].

Как указано в таблице 1, значительная часть научных усилий посвящена определению ключевых категорий в этой области: социальный предприниматель, социальное предпринимательство и общественная организация. Другое направление исследований посвящено описанию сходств и различий между коммерческими и деловыми предпринимателями [12, 13], некоммерческими предприятиями [5] и корпоративной социальной ответственностью [14].

Остин и соавторы в своих работах отмечают, что основное различие между социальным и другими видами предпринимательства связано либо с целью, либо с тем, что предприятие пытается максимизировать.

Исследователи предполагают, что для социальных предпринимателей цель деятельности заключается в том, чтобы максимизировать некоторую форму социального воздействия, обычно направленную на удовлетворение социальных потребностей, с которыми неправильно обращаются или игнорируют другие институты. А для коммерческих предпринимателей, наоборот, цель заключается в максимизации прибыли или повышении благосостояния акционеров.

**Таблица 1** – Направления исследований в сфере социального предпринимательства

Сфера	Исследуемые вопросы
Определение явления	Что такое социальное предпринимательство? Чем занимается социальный предприниматель? На что похожи социальные предприятия?
Сравнение социального предпринимательства с другими формами организации бизнеса	Каковы различия между социальным и коммерческим предпринимательством? Каковы различия между социальным предпринимательством и государством, некоммерческими организациями, активизмом?
Изучение основных элементов и процессов социального предпринимательства	Как проходит социальный предпринимательский процесс? Каковы социальные возможности? Как социальные предприниматели оценивают свое влияние?
Определение факторов окружающей среды	Каковы основные финансовые ограничения? Может ли социальное предпринимательство привлекать и развивать талантливых работников? Как социальные предприниматели взаимодействуют в своей среде?

Примечание – Источник: собственная разработка

На основе анализа данной таблицы можно сделать вывод о необходимости обоих типов предпринимателей, взаимодействующих друг с другом.

Согласно Лепутру, научное исследование социального предпринимательства затруднено из-за повышенного внимания к тематическим исследованиям и отдельным историям успеха, а также из-за отсутствия исследований, которые проверяют объем и обобщенность теоретических положений [2]. Частично это вызвано отсутствием исходных данных, необходимых для изучения и общего определения понятия.

На основании данных, полученных в Global Entrepreneurship Monitor, Лепутр в своих работах сравнивает распространенность социального предпринимательства в разных странах и предлагает комплексный метод оценки этого явления [2].

В рамках институциональной экономики были определены факторы, влияющие на социальное предпринимательство. Согласно этой структуре, институты включают любую форму ограничения, которую люди изобретают, чтобы сформировать свое взаимодействие. Норт проводит различие между формальными институтами, такими как политические и экономические правила и контракты, и неформальными, такими как кодексы поведения, отношения, ценности и нормы поведения.

В последнее время в случае социального предпринимательства исследования указывают на связь между социальным предпринимательством и институтами, где институциональный подход считается подходящей теоретической основой для анализа факторов окружающей среды, которые влияют на создание новых социальных предприятий [7, 15].

Тем не менее, существует очень мало исследований, в которых используется институциональный подход в области изучения социального предпринимательства и факторов, влияющих на социальную предпринимательскую деятельность. Ученые-институционалисты отмечают, что социальные предприятия отличаются от многих некоммерческих организаций своим предпринимательским подходом к стратегии достижения социальных целей [16].

Как и в сфере предпринимательства, одно направление исследований связано с формированием знаний о том, как социальные возможности открываются, создаются и используются [17]. Виверардена и Морт определяют процесс выявления и оценки социальных возможностей как отдельную деятельность, в которой социальные предприниматели ищут возможности для создания социальной ценности. Более того, авторы приходят к выводу, что на этот процесс одновременно влияют различные элементы: социальная миссия, организационная устойчивость и контекст [9]. Также Диз предполагает, что предпринимательские компоненты социальной предпринимательской деятельности включают в себя познание и использование социальных возможностей для создания социальной ценности [4]. Более того, по мнению Морта, Виверардена и Карнеги, социальные предприниматели имеют «способность распознавать возможности для создания лучшей социальной ценности для своих клиентов» [18]. Следовательно, социальные предприниматели мотивированы для решения проблемы, при которой рынки эффективно оценивают социальные улучшения и общественные блага [12].

Наконец, еще одна ключевая область интереса в исследованиях социального предпринимательства сфокусирована на устойчивости окружающей среды. В сфере предпринимательства, на новые (социальные) организации воздействуют конкретные факторы, часто связанные с культурными, экономическими или рыночными аспектами жизни общества. Эта проблема в исследовании социального предпринимательства поднимается Неком, Брашем и Алленом при обсуждении сложной, изменчивой и часто непредсказуемой среды, с которой сталкиваются социальные предприниматели, пытаясь одновременно выполнять социальные и экономические задачи. Кроме того, Амин, Кэмерон и Хадсон выдвинули идею о том, что межстрановые различия в социальной предпринимательской деятельности отражают различия в системах социального обеспечения, а также в политических и институциональных условиях. Исследования в этой области фокусируются на условиях, в которых действуют социальные предприятия, и имеют прямое отношение к их способности выполнять двойную миссию создания социальной ценности, а также

создания бизнес-модели, которая является финансово устойчивой. Таким образом, исследователи считают, что влияние факторов окружающей среды очень важно для появления и реализации социальных действий [7, 15]. Например, социальные предприниматели обычно обращаются к областям неудовлетворенных социальных потребностей или созданию новых социальных возможностей, которые государственный или частный сектора не смогли реализовать. Таким образом, социальные возможности и институциональные факторы взаимосвязаны [17]. Кроме того, отсутствие финансирования для развития социального капитала является одним из основных ограничений, с которыми сталкиваются социальные предприниматели при выполнении своей социальной миссии [14].

Определение социального предпринимательства может быть классифицировано в соответствии с различными аспектами жизнедеятельности, к которым оно относится, включая человека, организацию, процесс и окружающую среду [3]. Исходя из таких классификаций, изучение социального предпринимательства посвящено исследованиям:

- процессов предпринимательской деятельности, которые включают в себя обнаружение, оценку и реализацию возможностей, не обязательно связанных с созданием нового предприятия;
- организационных (формальных и неформальных) аспектов и действий;
- деятельности по достижению социальной цели.

Очевидно, что данный подход охватывает широкий спектр различных вопросов: некоммерческие, коммерческие и гибридные формы организаций и виды деятельности, возникающие из частного или государственного секторов без какого-либо ограничения их юридической формы, стратегии получения дохода, сферы деятельности или сектора, в котором они работают. На уровне государственные предприниматели рассматриваются как «подвиды» семьи предпринимателей [4]. Обзор литературы по социальному предпринимательству показал, что социальные предприниматели разделяют с коммерческими предпринимателями ряд поведенческих характеристик, таких как:

- способность обнаруживать возможности [4, 8, 19–23];
- стремление к инновациям [4, 7, 21];
- готовность нести риск [8, 10];
- проявление активного поведения в направлении выживания, роста и обслуживания рынка [9, 18].

Тем не менее, они демонстрируют ключевое различие в мотивации участия в социальной деятельности: социальные предприниматели демонстрируют социально-нравственную мотивацию в своих предпринимательских инициативах [20]. Например, Шоу и Картер на основании 80 интервью с социальными предпринимателями в Великобритании выявили их мотивацию социальными целями, такими как изменение ситуации для удовлетворения местных потребностей или решения какой-либо социальной проблемы. Однако эмпирически не исследованным остается то, какие детерминанты связаны с выбором отдельных лиц для участия в социальной предпринимательской деятельности по сравнению с коммерческой.

На организационном уровне в современной литературе обсуждаются вопросы разграничения благотворительной деятельности и социального предпринимательства. Идет дискуссия о том, подразумевает ли социальная миссия, что организация не может существовать в какой-либо иной организационно-правовой форме, кроме некоммерческой формы, и поэтому не может распределять какую-либо прибыль для своих инвесторов. Эта проблема широко обсуждается в европейских странах, где появились различные новые правовые формы (например, «Социальные кооперативы» в Италии, «Общественная компания по интересам» в Великобритании, «Социально-целевая компания» в Бельгии) [24].

Бак в своей работе утверждает, что основное расхождение между учеными заключается в том, является ли в социальном предпринимательстве созданием социально ценностного предложения основной задачей [4, 12, 14], а создание экономической ценности необходимым, но не достаточным условием [7], или, скорее, цель его состоит из создания смешанной стоимости [15]. Полученных опытным путем каких-либо выводов о целях общественных организаций мало.

Исключение составляют Ниссенс и Маир, которые подтверждают тезис о том, что социальные предприятия одновременно служат

нескольким целям, включая, по крайней мере, три различных вида: экономические, социальные и социально-политические. Тем не менее, Ниссенс добавляет, что социальные цели явно лежат в основе миссии, и что экономические цели поддерживают социальные цели, тем самым усиливая аргумент первенства.

Что касается использования человеческих ресурсов и определения размера организации, стоит отметить, что социальные предприниматели работают с широким кругом сотрудников с точки зрения формальных и неформальных отношений и типов контрактов [25, 26, 27]. Эта черта сама по себе, не отличает социальных предпринимателей от коммерческих предпринимателей, которые также используют ряд организационных форм.

Инновационное измерение организаций социального предпринимательства, согласно Баку, было выдвинуто всеми сторонниками так называемой «Школы социальных инноваций» [4, 21], согласно которым социальные предприниматели в первую очередь движимы видением и инновациями.

Однако эта характеристика была воспринята как должное в качестве одного из определяющих элементов социального предпринимательства без эмпирического обоснования.

**Заключение.** На основании изложенного можно сделать следующее заключение: на протяжении долгого времени при изучении предпринимательства понятие социального предпринимательства нигде не упоминалось как отдельная категория. Изучение данной категории началось в 1980-е годы прошлого столетия учеными в разных странах, большинство из которых не были никак связаны с предпринимательством и исследовали данное явление, основываясь лишь на анализе историй успеха, не уделяя внимания теоретическим основам. Многие западные ученые дают свои определения социального предпринимательства, однако их трактовки различны в зависимости от страны, где проводились исследования. Несмотря на различные определения, ключевым элементом, присутствующим во всех понятиях, является социальная миссия как центральная движущая сила социальных предпринимателей.

Социальное предпринимательство изучается в двух направлениях: определение основных категорий в этой области и описание сходств и отличий с другими видами предпринимательства. Ученые во всем мире разрабатывают подходы и методики для изучения социального предпринимательства, выявляют факторы, влияющие на него, предлагают характеристики и ключевые компоненты социальной предпринимательской деятельности, однако большинство из них принимаются как должное без эмпирического обоснования, поскольку полученных опытным путем каких-либо результатов достаточно мало.

#### СПИСОК ЦИТИРОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Стейарт, С. Предпринимательство как социальные изменения / С. Стейарт, Д. Хьорт. – Cheltenham : Эдвард Элгар, 2006. – 278 с.
2. Лепутр, Дж. Разработка глобальной стандартизированной методологии для измерения активности социального предпринимательства: Исследование по социальному предпринимательству Global Entrepreneurship Monitor / Дж. Лепутр // Экономика малого бизнеса. – 2011. – № 16. – С. 118–138.
3. Бак, С. Многочисленные лица социального предпринимательства: обзор вопросов определения, основанных на географических и тематических критериях / С. Бак // Предпринимательство и региональное развитие. – Специальный выпуск : Общественное, социальное и социальное предпринимательство. – 2009. – № 3. – С. 118–136.
4. Диз, Г. Смысл социального предпринимательства / Г. Диз // Стэнфордский университет: отчет о деятельности Центра предпринимательства Каумена. – 1998. – 6 с.
5. Фаулер, А. NGDO как исторический момент: помимо помощи социальному предпринимательству или гражданских инноваций? / А. Фаулер // Третий мир. – 2000. – № 21(4). – С. 637–654.
6. Алворд, С. Х. Социальное предпринимательство и социальная трансформация: предварительное исследование / С. Х. Алворд // Журнал прикладной поведенческой науки. – 2004. – № 40. – С. 260–282.

7. Маир, Дж. Исследование социального предпринимательства: источник объяснения / Дж. Маир, И. Морти // Журнал мирового бизнеса. – 2006. – № 1. – С. 35–49.
8. Передо, А. М. Социальное предпринимательство: критический обзор концепции / А. М. Передо, М. Маклин // Журнал мирового бизнеса. – 2006. – № 1. – С. 56–65.
9. Виверардена, Дж. Исследование социального предпринимательства: многомерная модель / Дж. Виверардена, Г. С. Морт // Журнал мирового бизнеса. – 2006. – № 1. – С. 21–35.
10. Захра, С. А. Типология социальных предпринимателей: мотивы, поисковые процессы и этические проблемы / С. А. Захра // Журнал Business Venturing. – 2009. – № 5. – С. 519–532.
11. Ледбитер, С. Подъем социального предпринимателя / С. Ледбитер. – Лондон : Демос, 1997. – 180 с.
12. Остин, Дж. Социальное и коммерческое предпринимательство: одно и то же, разное или оба? / Дж. Остин, Х. Стивенсон, Дж. Вей-Скиллерн // Теория и практика предпринимательства. – 2006. – № 1. – С. 1–22.
13. Спир, Р. Социальное предпринимательство: другая модель? / Р. Спир // Международный журнал социальной экономики. – 2006. – № 33(5/6). – С. 399–410.
14. Шарир, М. Оценка успеха социальных предприятий, инициированных отдельными социальными предпринимателями / М. Шарир, М. Лернер // Журнал мирового бизнеса. – 2006. – № 41(1). – С. 6–20.
15. Николс, А. Социальное предпринимательство: новые модели устойчивых социальных изменений / А. Николс – Нью-Йорк : Издательство Оксфордского университета, 2006. – 240 с.
16. Томсон Дж. Разнообразный мир социального предпринимательства / Дж. Томсон, Б. Доэрти // Международный журнал социальной экономики. – 2006. – № 33(5/6). – С. 361–375.
17. Захра, С. А. Глобализация возможностей социального предпринимательства / С. А. Захра // Стратегическое предпринимательство. – 2008. – № 2(2). – С. 117–131.
18. Морт, Г. С. Социальное предпринимательство: навстречу / Г. С. Морт, Дж. Виверардена, К. Карнеги // Теория и практика предпринимательства. – 2003. – № 12. – С. 567–585.
19. Джонсон, С. Литературный обзор социального предпринимательства, рабочий документ / С. Джонсон // Журнал Канадского центра социальной предпринимательства. – 2000. – № 1. – С. 1–16.
20. Николс, А. Социальное предпринимательство: новые модели устойчивых социальных изменений / А. Николс. – США : Издательство Оксфордского университета, 2006. – 850 с.
21. Робертс, Д. Изменение мира на бедных: концепция социального предпринимательства / Д. Робертс, С. Вудс // Международный журнал государственного управления. – 2005. – № 9. – С. 837–878.
22. Томсон, Дж. Социальное предпринимательство: новый взгляд на людей и потенциал / Дж. Томсон // Решение руководства. – 2000. – № 38(5). – С. 328–338.
23. Трейси, П. К теории социального венчурного франчайзинга / П. Трейси, О. Джавис // Теория и практика предпринимательства. – 2007. – № 31(5). – С. 667–685.
24. Ниссенс, М. Концепция социальных предприятий в Европе и Соединенных Штатах: сближение и расхождение / М. Ниссенс // Журнал Международной летней школы EMES. – 2008. – № 4. – С. 14–25.
25. Ниссенс, М. Социальное предпринимательство: на перекрестке рынков, государственной политики и гражданского общества / М. Ниссенс. – Лондон : Рутледж, Тейлор Фрэнсис Групп, 2006. – 208 с.
26. Тернер, Д. Социальные предприниматели и социальная интеграция: создание местного потенциала или реализация национальных приоритетов? / Д. Тернер, С. Мартин // Международный журнал государственного управления. – 2005. – № 9. – С. 797–806.
27. Видаль, И. Социальное предпринимательство и социальная интеграция : социальные предприятия в сфере трудовой интеграции / И. Видаль // Международный журнал государственного управления. – 2005. – № 9. – С. 807–825.

Материал поступил в редакцию 24.09.2019

**DIKOVITSKAYA D. V. Theoretical approaches to defining social entrepreneurship**

The article discusses theoretical approaches to the definition of social entrepreneurship. Special attention is paid to the interpretation of the concept of "social entrepreneurship", which are given by scientists from different countries at different periods of time, similarities and differences between them, research directions in this field, approaches and methods of study, factors, characteristics and key components of social entrepreneurship.

УДК 347.779.1

**Ермакова Э. Э.****ОСНОВНЫЕ ПОДХОДЫ К ОЦЕНКЕ СТОИМОСТИ ОБЪЕКТОВ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ**

Среди основных направлений деятельности в сфере интеллектуальной собственности, таких как защита, коммерциализация, управление интеллектуальной собственностью, важное место занимают такие виды работ, как оценка интеллектуальной собственности – деятельность, осуществляемая в процессе передачи прав на объекты интеллектуальной собственности и капитализация интеллектуальной собственности – деятельность, которая позволяет повысить общую стоимость и отраслевой рейтинг предприятия.

Особенности оценки интеллектуальной собственности определяются целями и задачами коммерческого использования объектов интеллектуальной собственности, при этом основной целью оценки является установление обоснованной рыночной стоимости объекта оценки, что в практической деятельности оценщика оказывается непростой задачей. Сложность определения обоснованной рыночной стоимости интеллектуальной собственности связана с необходимостью учёта целого ряда проблем экономического, технического и юридического характера, связанных с коммерциализацией интеллектуальной собственности.

Статья посвящена рассмотрению вопросов оценки результатов интеллектуальной деятельности, анализируются основные подходы к оценке стоимости объектов интеллектуальной собственности, определяются преимущества и недостатки практического применения рассматриваемых подходов при различных условиях.

Интеллектуальная собственность занимает всё более значимое место на рынке и является основной движущей силой экономического развития.

**Подходы к оценке стоимости объектов интеллектуальной собственности (ОИС).** Развитие теории и практики оценки ОИС продиктовано потребностью в чёткой и совершенной методологии измерений нематериальных активов для принятия инвестиционных решений, для реализации имущественных прав на рынке ИС и других целей.

В практической деятельности необходимость оценки объектов ИС возникает в следующих случаях:

- включение объекта в состав нематериальных активов предприятия при создании его собственными силами либо в случае приобретения прав у других лиц;
- заключение лицензионных соглашений о передаче прав на ОИС;
- внесение ОИС в уставный фонд предприятия;
- оценка бизнеса;
- использование ОИС в качестве залога при оформлении кредита;
- при слияниях и поглощениях;
- разрешение имущественных споров в случае нарушения исключительных прав для определения ущерба;
- другие случаи, не противоречащие законодательству.

Процесс оценки ОИС относится к услугам интеллектуального характера, в связи с уникальностью оцениваемых объектов. Сложность определения обоснованной рыночной стоимости ИС связана как с неоднозначностью позиций оценщиков в вопросах методологии, так и с необходимостью учёта целого ряда проблем экономического, технического и юридического характера, связанных с коммерциализацией ИС [1].

Традиционные подходы к оценке ОИС основываются на таких показателях, как затраты, доход и сравнительные характеристики.

Каждый из этих подходов и методы расчёта стоимости исключительных прав на объекты ИС имеют свои специфические особенности, достоинства и недостатки, применение их зависит от характеристик каждого объекта и данных, доступных для обоснования того или иного подхода. При возможности совместного применения нескольких методов можно получить сопоставимые результаты, которые обеспечат более качественную оценку.

Методы *затратного* подхода, направлены на оценку не столько объектов, сколько прав этой собственности [2]. Затратный подход предполагает определение стоимости ОИС как совокупности всех расходов, понесённых при создании объекта. Методы оценки стоимости интеллектуальной собственности в рамках затратного подхода учитывают все затраты, прямо или косвенно связанные с разработкой ОИС.

Методы *доходного* подхода в силу неопределённости исходной информации, ограничиваются методами капитализации ожидаемых чистых доходов в виде ожидаемой прибыли [2]. Доходный подход оценки применим при возможности использования интеллектуальной собственности с целью получения экономической выгоды и предусматривает прогнозирование величин будущих доходов и расходов.

Методы *рыночного* подхода (метод сравнительных продаж) имеют значительную специфику, далеко не универсальны и малоприменимы [2]. Сравнительный подход предлагает определение стоимости ОИС на основе анализа стоимости аналогичных объектов, т. е. методы сравнительного подхода базируются на принципе эффективно функционирующего рынка, на котором активно продаются и покупаются аналогичного типа объекты.

**Особенности затратного подхода к оценке стоимости ОИС.** Сущность затратного подхода заключается в определении текущей рыночной стоимости созданного собственными силами объекта посредством суммирования всех расходов, необходимых для его создания. В случае приобретения прав у других лиц, суммируются расходы, связанные с приобретением объекта с учётом сопутствующих этому процессу расходов.

Затратный подход представляет стоимость объекта оценки в виде затрат, направленных на его создание или приобретение. В затраты могут быть включены расходы прошедшего периода на создание (приобретение), правовую охрану, и доведение до готовности использования объекта.

При создании ОИС на предприятии включают все фактические затраты:

- на научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы;
- патентные исследования;
- проведение экспериментов и испытаний;
- услуги сторонних организаций;
- уплату патентных пошлин и поддержание патента в силе;
- разработку технической и конструкторской документации;
- иные затраты, связанные с созданием и доведением до готовности использования ОИС.

Определение первоначальной стоимости осуществляется посредством суммирования всех фактических затрат на создание объекта оценки, отражённых в бухгалтерской отчётности правообладателя, и рассчитывается по формуле [3]:

**Ермакова Элеонора Эриховна**, доцент кафедры управления, экономики и финансов Брестского государственного технического университета.

Беларусь, БрГТУ, 224017, г. Брест, ул. Московская, 267.

Экономика