

## **Критерії визначення соціального підприємництва**

Критерії запропоновані Українською Соціальною Академією:

1) соціальна місія: кожне соціальне підприємство вирішує реальну соціальну проблему на локальному чи глобальному рівні, долучаючись до вирішення глобальних проблем;

2) виражена підприємницька діяльність: соціальні підприємства адаптують методи ведення бізнесу для створення або підвищення соціальної цінності чи створення та функціонування бізнесу соціального призначення, який може приносити прибуток на користь підприємця, бізнесу та соціальної справи;

3) реінвестування прибутків: соціальне підприємство стабільно реінвестує свої прибутки у вирішення соціальних проблем. Така реінвестиція може здійснюватись або у вигляді перерахунку стабільного відсотка від прибутків на підтримку благодійних проєктів чи ініціатив, або ж інвестиція в розвиток самого підприємства, яке, наприклад, працевлаштовує вразливі групи населення;

4) соціальний вплив: соціальні бізнеси, крім аналізу та планування економічних показників, аналізують та ставлять конкретні цілі щодо вирішення соціальної проблеми та регулярно вимірюють і публічно звітують про свій соціальний вплив;

5) масштабованість та тиражованість: соціальні підприємства збільшують кількість напрямків й масштаби своєї діяльності задля збільшення соціального впливу;

6) інновації та системні зміни: соціальні підприємства застосовують інноваційні підходи та трансформують системи, які вже існують.

## Критерії (Данія)

У Данії організація будь-якої правової форми може отримати статус «соціальне підприємство» у разі, якщо вона відповідає п'яти критеріям:

1. Соціальна мета діяльності (підприємство має соціальні, професійні, медичні, екологічні та / або культурні цілі, а також сприяє активному громадянству).

2. Істотна комерційна складова у діяльності (підприємство має істотний елемент комерційної діяльності у вигляді продажу товарів та / або послуг, що становить значну частину загального обороту підприємства).

3. Незалежність від державного сектору (підприємство має свій власний реєстраційний номер і працює без значного впливу держави на процеси управління та менеджменту).

4. Соціальний розподіл прибутку (підприємство використовує свої прибутки для досягнення соціальних цілей та реінвестування у власне або інші соціальні підприємства).

5. Відповідальне корпоративне управління (підприємство має прозору систему управління бізнесом та якісну структуру менеджменту, що підтримує високий рівень етичних стандартів).

Соціальне підприємництво: посібник для викладачів курсу / за наук. редакцією к.е.н. А. О. Корнецького – К. : Фамільна друкарня Huss, 2019. – 160 с.