

Поняття соціального підприємництва та його співвідношення із суміжними категоріями у правовій площині

Міхайліна Т.В.¹, Мозговая Н.А.²

Опубліковано	Секція	УДК
31.08.2023	Право	347.7

DOI: <http://dx.doi.org/10.5281/zenodo.8323437>

Ліцензовано за умовами Creative Commons BY 4.0 International license

Анотація. Метою наукової статті є формулювання поняття соціального підприємництва, уточнення його ознак, а також його співвіднесення із суміжними категоріями у правовій площині.

У роботі зроблено висновок, що у правовій площині під соціальним підприємництвом має розумітися така господарська діяльність, не менше 50% прибутку якої реінвестується суб'єктом господарювання у реалізацію статутної суспільно корисної мети та(або) спрямовується на здійснення соціальних (громадських) проєктів.

Уточнено ознаки соціального підприємництва, зокрема: 1) здійснення господарської діяльності; 2) наявність соціально корисної мети та вирішення певних проблем громади та(чи) суспільства в цілому; 3) реінвестування суб'єктом господарювання не менше 50% прибутку у реалізацію статутної суспільно корисної мети та(або) спрямування на здійснення соціальних проєктів; 4) інноваційність діяльності, а саме, вирішення проблем нестандартними способами; 5) подвійність оцінки суб'єкта підприємницької діяльності з точки зору економічного та соціального ефекта; 6) масштабованість та тиражованість діяльності; 7) диверсифікація джерел фінансування.

Акцентується увага на тому, що закріплення зазначеного поняття та ознак у законодавстві, в тому числі, у Господарському кодексі України, не лише легалізує цей складний соціально-економічний феномен, а й надасть йому додатковий базис для розвитку.

Вноситься та обгрунтовується пропозиція, що слід виділяти та закріпити на законодавчому рівні два типи суб'єктів соціального підприємництва: 1) некомерційні (створені громадськими організаціями для забезпечення реалізації своєї статутної діяльності); 2) комерційні (створені іншими юридичними та фізичними особами).

Констатується, що дохід від діяльності перших не може розподілятися між власниками і у повному обсязі спрямовується на реалізацію статутних цілей громадського об'єднання. Такий тип соціального підприємництва збігається з розумінням здійснення підприємницької діяльності громадськими об'єднаннями. Другий тип соціального підприємництва, крім реалізації соціальної місії, спрямований

¹ д.ю.н., професор, професор кафедри теорії, історії держави і права та філософії права, Донецький національний університет імені Василя Стуса, <https://orcid.org/0000-0002-1129-2470>

² здобувач СО „Доктор філософії”, Донецький національний університет імені Василя Стуса

також і на отримання прибутку, який розподіляється між власниками у частці, що не перевищує 50%.

Ключові слова: сфера господарювання, соціальне підприємництво, соціальна відповідальність бізнесу, благодійна діяльність, волонтерська діяльність, господарська діяльність, правовідношення, принципи права, функції права.

The concept of social entrepreneurship and its relationship with related categories in the legal field

Annotation. The purpose of the scientific article is to formulate the concept of social entrepreneurship, clarify its features, as well as its correlation with related categories in the legal plane.

The paper concludes that in the legal plane, social entrepreneurship should be understood as such economic activity, at least 50% of the profit of which is reinvested by the business entity in the implementation of the statutory socially useful goal and(or) directed to the implementation of social (public) projects.

The signs of social entrepreneurship are clarified, in particular: 1) carrying out economic activities; 2) the presence of a socially useful goal and solving certain problems of the community and(or) society as a whole; 3) reinvestment by the business entity of at least 50% of the profit in the implementation of the statutory socially useful goal and(or) direction for the implementation of social projects; 4) innovativeness of activities, namely, solving problems in non-standard ways; 5) duality of the assessment of the business entity in terms of economic and social effect; 6) scalability and replication of activities; 7) diversification of sources of financing.

Attention is focused on the fact that the consolidation of this concept and features in the legislation, including Economic Code of Ukraine, not only legalizes this complex socio-economic phenomenon, but also provides it with an additional basis for development.

A proposal is made and justified that two types of social entrepreneurship entities should be distinguished and fixed at the legislative level: 1) non-profit (created by public organizations to ensure the implementation of their statutory activities); 2) commercial (created by other legal entities and individuals).

It is stated that the income from the activities of the former cannot be distributed among the owners and is fully directed to the implementation of the statutory goals of the public association. This type of social entrepreneurship coincides with the understanding of the implementation of entrepreneurial activities by public associations. The second type of social entrepreneurship, in addition to the implementation of a social mission, is also aimed at making a profit, which is distributed among the owners in a share not exceeding 50%.

Keywords: sphere of business, social entrepreneurship, social responsibility of business, charitable activities, volunteer activities, economic activities, legal relations, principles of law, functions of law.

Вступ

У важкі часи російської агресії економіка України перебуває у кризі та потребує підтримки й відновлення. Тому необхідно напрацювання нових підходів, а також соціальних, економічних та правових механізмів для досягнення окресленої вище мети. Одним з таких механізмів може стати соціальне підприємництво, яке позитивно зарекомендувало себе у багатьох зарубіжних державах. Проте, на сучасному етапі динаміка його розвитку у нашій державі є невтішною, і цьому є свої причини. Основною з них є відсутність легального закріплення інституту соціального підприємництва. Воно визначається виключно у науковій площині. Крім того, громадські організації

намагаються вести реєстр підприємств та підприємців, які за цими ознаками можуть бути віднесені до соціальних. Але для самих підприємств це не тягне жодних правових наслідків. Регламентація у законодавстві є надзвичайно важливою, у першу чергу, тому, що соціальне підприємництво є таким, що потребує державної підтримки, щонайменше на початковому етапі свого функціонування. І як наслідок відсутності легального статусу, відсутня і будь-яка допомога держави для розвитку соціальних підприємств та підприємців.

Крім того, проблематичним є розуміння соціального підприємництва, оскільки саме воно легального визначення не має, але у правовому полі існують категорії, які близькі до нього, і це створює ризик змішування.

Виходячи з викладеного, *метою наукової статті* є формулювання поняття соціального підприємництва, уточнення його ознак, а також його співвіднесення із суміжними категоріями у правовій площині.

Результати

У правовому полі України вже спостерігалися спроби легалізації терміну „соціальне підприємництво”, а саме, у 2013 році в законопроекті „Про соціальні підприємства” автори-правники навели таке визначення соціального підприємства: „суб’єкт господарювання, утворений юридичними та/або фізичними особами, пріоритетом діяльності якого є досягнення соціальних результатів, зокрема, у сфері охорони здоров’я, освіти, науки, культури, навколишнього середовища, надання соціальних послуг і підтримки соціально вразливих груп населення (безробітних, малозабезпечених, осіб похилого віку, осіб з інвалідністю та інших встановлених законодавством осіб)” [1]. Така спроба не увінчалася успіхом, тому по теперішній час прогалина залишається незаповненою. Проте, навіть при первинному погляді на запропоновану дефініцію виникають критичні зауваження, які наштовхують на думку про те, що у наведеній редакції правова норма не лише не вирішила б проблеми, а й створила б низку нових. Негативні коментарі стосуються моментів, починаючи з назви законопроекту, яка свідчить про виключення із процесів соціального підприємництва фізичних осіб-підприємців; і закінчуючи простим переліченням сфер соціального впливу такого підприємництва (до того ж, через вичерпний перелік), що вбачається абсолютно некоректним, зважаючи на стрімкий розвиток суспільних відносин. Крім того, з наведеного визначення не випливають інші, крім соціальної мети, критерії, які б дозволили ідентифікувати суб’єкт підприємництва як соціальний.

Тож, для ефективної легалізації інституту соціального підприємництва доцільно розпочати з аналізу доктринальних позицій у вітчизняній та зарубіжній юриспруденції, які дозволять сформулювати та уточнити поняття й ознаки цього міждисциплінарного феномену з метою подальшого закріплення його у законодавстві.

Засновник поняття «соціального підприємництва» Лауреат Нобелівської премії з економіки та соціальний підприємець Бангладеш Мухаммад Юнус (Muhammad Yunus), надає йому широкого тлумачення, відносячи до соціального підприємництва будь-яку інноваційну ініціативу, яка має на меті допомогу людям. Він розглядає такий вид підприємництва, як «ідейно-керований бізнес» (cause-driven business), при цьому прями переваги від діяльності даної структури отримує суспільство, а власник соціального бізнесу переважно отримує нематеріальну вигоду [2; 3, с. 142]. Таким чином, у перших визначеннях соціального підприємництва вже було закладено визначальні для нього характеристики. Зокрема, наявність певної ідеї та соціальної мети; реалізації цієї ідеї у інноваційний спосіб; кінцевого вигодоотримувача у вигляді суспільства та окремих його груп.

У 1998 році своє визначення соціального підприємництва намагався сформулювати професор Стенфордського університету Грегорі Діз (Gregory Dees). За його словами, соціальне підприємництво – це заснована на самоокупній основі господарська діяльність із виробництва соціально значущого продукту або послуги із застосуванням інноваційних рішень, які перетворюють на користь суспільства саму послугу та/або механізми її економічної реалізації, кінцева мета якої – не лише отримання прибутку, а й виробництво продукту або послуги, призначеної для вирішення суспільної проблеми [4; 5]. Причому, як можна побачити, якщо М. Юнус надавав соціальному підприємству виключно неприбуткового, соціального значення, то Г. Діз отримання прибутку таким підприємцем вже не виключає. Але обидва дослідники концентруються у визначенні на спільній рисі, а саме, – досягненні суспільного блага та наявності соціально-корисної мети.

D. Bornstein та S. Davis наголошують, що соціальне підприємництво передбачає процес, за допомогою якого громадяни створюють або трансформують установи для вирішення таких соціальних проблем, як бідність, неграмотність, деградація довкілля, порушення прав людини, корупція, з метою покращення життя багатьох людей [6, с. 11]. У той час як J. Maig та I. Lanuza характеризують соціальне підприємництво як широкий процес, який включає в себе комбінацію ресурсів для створення можливостей прискорення соціальних змін та/або задоволення соціальних потреб. Воно є інноваційною моделлю надання продуктів та послуг, спрямованих на задоволення базових потреб (прав), що залишилися поза увагою політичних та економічних інституцій [7, с.36]. Головна ознака в обох наведених дефініціях залишається незмінною. Тим не менше, у них авторами здійснюється спроба сепарувати соціальне підприємництво від держави, політичних інституцій та економіки (хоча останнє і є сумнівним).

У сучасній українській науці також наявна значна кількість визначень соціального підприємництва, хоча більшість з них сформульована представниками економічної доктрини.

Так, В. Смаль та В. Кокоть наголошують на тому, що соціальне підприємництво – це новаторська діяльність, спрямована на вирішення або пом'якшення соціальних проблем суспільства на умовах самооплатності та стійкості [8, с. 13]. Ознака новаторства у цьому формулюванні перекликається із ознакою інноваційності, яка наводилася вище. Разом з тим, з'являються ознаки стійкості та самооплатності.

Принципово іншою є група підходів, у якій соціальне підприємництво не відділяється, а, навпаки, пов'язується з економікою, господарською та підприємницькою діяльністю, що вже не виключає отримання прибутку.

Наприклад, О. Кіреєва зазначає, що соціальне підприємництво – це бізнес із передусім соціальними цілями, чий надлишок радше реінвестується на досягнення цих цілей або безпосередньо в громаду, а не здобувається задля максимізації прибутку акціонерів або власників [9], де вже прослідковується можливість отримання прибутку, механізм його використання, а також спроби опосередковано перейти до організаційно-правових форм здійснення соціального підприємництва.

І. Каменко формулює визначення соціального підприємництва як діяльність підприємств чи організацій, які функціонують з метою отримання прибутку і його спрямування на виконання соціальної місії в контексті вирішення суспільних проблем, або працюють у сфері неприбуткової діяльності, спрямованої на досягнення соціального ефекту [10]. У зазначеній дефініції, крім форм здійснення, можна побачити окремі види соціального підприємництва у вигляді комерційної або неприбуткової діяльності.

У посібнику А. Свинчука, А. Корнецького, М. Гончарової під соціальним підприємництвом розуміється систематична, в тому числі, інноваційна, господарська діяльність, яка передбачає вирішення соціальних проблем [11], тобто акцент зроблено на господарській активності, а не виключно на соціально корисній меті, яка, тим не менше, також має місце.

За словами У. Баймуратова, соціальне підприємництво представляє новий спосіб господарської діяльності, в якому з'єднується соціальне призначення організації з інноваційним підприємницьким підходом і досягненням фінансової стійкості і самоокупності. Відповідно до цієї позиції, соціальні підприємства, можуть створюватися як на основі комерційних підприємств, в результаті зростання соціальної відповідальності бізнесу, так і з ініціативи громадянського суспільства, на основі діяльності некомерційних організацій [12, с. 56]. Останнє формулювання можна вважати майже вичерпним та таким, що надає більшість ознак комплексного соціально-економічного феномена соціального підприємництва. Тим не менше, фіналізувати такі ознаки представляється можливим лише на основі аналізу множини підходів до цього явища, а також співвідношення його з суміжними категоріями.

У зарубіжних та вітчизняних джерелах наукової інформації зазначається, що залежно від розуміння суті та призначення соціального підприємництва можна виділити декілька підходів, які склалися щодо його змісту у світі. В американському контексті Social Enterprise Alliance (USA) визначає соціальне підприємництво як діяльність НПО (неприбуткової організації), що використовує бізнес-стратегії або засновує підприємство задля отримання доходу та направляє його на підтримку соціальної місії. У країнах Північної та Південної Америки під соціальним підприємництвом розуміють діяльність «некомерційних організацій, основною метою яких є вирішення соціальних проблем». Прикладом можуть служити неприбуткові корпорації в США. Джерелом фінансування таких корпорацій є донори, держава, населення. У Європі і, перш за все, у Великій Британії соціальне підприємництво визначається як бізнес з вираженою соціальною місією [13; 14, с. 464]. Тож, якщо розглядати підходи, що сформувалися у Північній та Південній Америці, соціальне підприємництво, хоча й має таку назву, але змістовно з підприємництвом мало пов'язане, оскільки воно, або не передбачає отримання прибутку від діяльності взагалі, або передбачає реінвестування його у повному обсязі на вирішення соціальної мети. Тобто, це ближче до розуміння діяльності громадських організацій у контексті законодавства України, аніж до підприємницької діяльності. Оскільки соціальне підприємництво за логікою утворення словосполучень та юридичних термінів має розглядатися як вид(тип) підприємництва як такого, воно не може бути повністю відмінним від родового щодо нього поняття. За філософським законом співвідношення загального та конкретного, конкретне явище, крім власних характеристик, має відповідати також ознакам, властивим класу предметів, явищ чи процесів у цілому. У зв'язку з цим, у вітчизняній правовій системі доцільніше спиратися на визначення соціального підприємництва, сформоване європейськими державами.

Таким чином, доцільним є відмежування соціального підприємництва від споріднених до нього категорій.

Перше, що варто зробити, це відмежувати соціальне підприємництво від загальної щодо нього категорії, а саме, від підприємництва як такого. Відповідно до ст. 42 Господарського кодексу України, підприємництво – це самостійна, ініціативна, систематична, на власний ризик господарська діяльність, що здійснюється суб'єктами господарювання (підприємцями) з метою досягнення економічних і соціальних результатів та одержання прибутку. Передбачається, що соціальне підприємництво так чи інакше має володіти цими всіма ознаками, проте у досліджуваній діяльності акцент

робиться на місії суб'єкта підприємницької активності, тобто соціальні результати, зазначені у загальному визначенні підприємництва, максимізуються та висуваються на рівень базового критерію.

Крім того, виходячи із попередніх доктринальних понять, інколи оспорується можливість отримання прибутку соціальними підприємцями (за американською моделлю), але це вважається нелогічним та, на наш погляд, призводить до повного змішування соціального підприємництва з діяльністю громадських організацій. Європейська модель соціального підприємництва не виключає отримання прибутку від такої діяльності, тим не менше, у різних національних правових системах нерідко не встановлюючи межу розподілу прибутку для того, щоб підприємництво вважалось соціальним. Тому вважається за доцільне усунути зазначену прогалину у праві і розуміти під соціальним підприємництвом таку господарську діяльність, не менше 50% прибутку якої реінвестується суб'єктом господарювання у реалізацію статутної суспільно корисної мети та(або) спрямовується на здійснення соціальних проєктів.

Отже, підприємництво та соціальне підприємництво у філософському сенсі співвідносяться як частина та ціле.

Враховуючи викладене, необхідно диференціювати соціальне підприємництво від діяльності громадських об'єднань. Громадським об'єднанням, відповідно до Закону України „Про громадські об'єднання” від 22 березня 2012 року, № 4572-VI, є добровільне об'єднання фізичних осіб та/або юридичних осіб приватного права для здійснення та захисту прав і свобод, задоволення суспільних, зокрема економічних, соціальних, культурних, екологічних, та інших інтересів.

Серед принципів утворення і діяльності громадських об'єднань ст. 3 згаданого Закону називає: 1) добровільність; 2) самоврядність; 3) вільний вибір території діяльності; 4) рівність перед законом; 5) відсутність майнового інтересу їх членів (учасників); 6) прозорість, відкритість та публічність.

Як видно, принцип відсутності майнового інтересу учасників громадських об'єднань чітко відділяє таку діяльність від підприємницької. Крім того, у ст. 1 Закону України „Про громадські об'єднання” чітко вказано, що „громадське об'єднання може здійснювати діяльність зі статусом юридичної особи або без такого статусу. Громадське об'єднання зі статусом юридичної особи є непідприємницьким товариством, основною метою якого не є одержання прибутку”.

Хоча на основі пп. 2 ч. 2 ст. 21 Закону № 4572 громадське об'єднання зі статусом юридичної особи має право здійснювати відповідно до закону підприємницьку діяльність безпосередньо, якщо це передбачено статутом громадського об'єднання, або через створені в порядку, передбаченому законом, юридичні особи (товариства, підприємства), якщо така діяльність відповідає меті (цілям) громадського об'єднання та сприяє її досягненню, але у ч. 6 ст. 3 Закону № 4572 чітко прописана заборона щодо розподілу між членами (учасниками) громадського об'єднання його доходів або майна (активів). Тобто весь отриманий дохід має бути спрямований на провадження діяльності, заради якої воно утворювалося. Такого ж висновку дотримуються й податківці в листі ДПСУ від 26.03.2013 р., № 1790/Щ/15-14-14 [15; 16].

Тому, виходячи з викладеного, слід виділяти та запровадити два типи суб'єктів соціального підприємництва:

1) некомерційні (створені громадськими організаціями для забезпечення реалізації своєї статутної діяльності);

2) комерційні (створені іншими юридичними та фізичними особами).

Дохід від діяльності перших не може розподілятися між власниками і у повному обсязі спрямовується на реалізацію статутних цілей громадського об'єднання. Такий

тип соціального підприємництва збігається з розумінням здійснення підприємницької діяльності громадськими об'єднаннями.

Другий тип соціального підприємництва, крім реалізації соціальної місії, спрямований також і на отримання прибутку, який розподіляється між власниками у частці, що не перевищує 50%. Така діяльність суттєво відрізняється від діяльності громадських об'єднань, тому можна констатувати, що соціальне підприємництво лише частково співпадає з діяльністю останніх.

Соціальне підприємництво також потребує свого відокремлення від соціальної відповідальності бізнесу (або соціально-відповідального бізнесу), хоча у літературі їх нерідко змішують.

Повністю погоджуємося з думкою В. Смаль та В. Кокотя, що не є соціальним підприємництвом:

- соціальна корпоративна відповідальність традиційних компаній. Наприклад, реалізована банком освітня програма не є соціальним підприємництвом, якщо, звичайно, вона не реалізується й не здійснюється у вигляді окремого, відособленого фінансово і контент-незалежного підприємства;

- добродійність, коли щось комусь віддається або надається безкоштовно, просто так. Звичайно, це можна робити, якщо в основі стійка бізнес-модель, яка генерує дохід, повністю або частково покриваючи добродійну діяльність;

- діяльність у сфері державної й муніципальної соціальної допомоги [8, с. 14].

Таким чином, повністю віддаючи належне соціальній відповідальності бізнесу як одному з трендів сучасності, тим не менше, доходимо висновку про суттєву різницю між цими явищами. Соціальна відповідальність може (і повинна у сучасному суспільстві) бути притаманна будь-якому суб'єкту підприємницької діяльності, зокрема й класичному, але у його статутних документах реалізація соціальної мети не висувається на перший план.

Так, дійсно, соціально відповідальний бізнес може сприяти розвитку соціальних підприємств. Представники корпорацій, наприклад, можуть надавати консультативну підтримку тим, хто керує соціальними підприємствами [17]. Але сама по собі така діяльність соціальним підприємництвом, звичайно, не є.

Тому категорично не можна погодитися з прикладом, що „соціальним бізнесом можна вважати серію кросівок «Адідас» для людей з проблемами опорно-рухового апарату, партію дешевих вітамінізованих йогуртів «Данон» для Азії, дешеві протимоскітні сітки BASF та інше” [18]. Безумовно, наведене є прикладом соціальної відповідальності бізнесу, реалізації бізнесом громадських (соціальних) проєктів, але соціальна мета не основною у діяльності цих компаній. З наведеного випливає необхідність розмежування соціального підприємництва ще й із соціальним (громадським) проєктом.

Поняття соціального (громадського) проєкту не є легалізованим, тому його можна вивести виключно з джерел наукової інформації.

Термін „громадський проєкт”, хоча й нерідко зустрічається під час розробки проєктної документації, але визначається там лише опосередковано. У загальному вигляді його можна охарактеризувати як комплекс заходів, засобів, що призначені для ідентифікації та вирішення проблем у широкому колі сфер суспільного життя.

На відміну від громадського проєкту, термін „соціальний проєкт” зустрічається та визначається у вітчизняній науковій літературі.

Так, за О. Безпалько та А. Колесник, „соціальним проєктом є певна модель та методи розв'язання якоїсь соціальної проблеми, соціальне нововведення, метою якого є створення, модернізація або підтримання в середовищі матеріальної чи духовної цінності” [19, с. 8; 20].

Виходячи з викладеного, по-перше, соціальний та громадський проект є синонімічними категоріями, а по-друге, поняття соціального (громадського) проекту є більш широким по відношенню до соціального підприємництва. Тобто, будь-яке соціальне підприємництво визначально є громадським проектом, але не будь-який соціальний проект може бути ідентифікований як соціальне підприємництво. Можна сказати, що ознаками обох цих явищ є наявність соціально корисної мети, проте їхні суб'єкти суттєво відрізняються.

Ще одне поняття, яке розглядається як близьке до соціального підприємництва, це благодійна діяльність. У контексті Закону України „Про благодійну діяльність та благодійні організації” благодійна діяльність – це добровільна особиста та/або майнова допомога для досягнення визначених цим Законом цілей, що не передбачає одержання благодійником прибутку, а також сплати будь-якої винагороди або компенсації благодійнику від імені або за дорученням бенефіціара. Тобто така допомога є безоплатною для кінцевого вигодонабувача.

Суб'єктами благодійної діяльності, відповідно до ст. 4 зазначеного Закону, є благодійні організації, які утворені та діють відповідно до цього Закону, а також інші благодійники та бенефіціари. На основі ст. 12 цього Закону, засновниками благодійних організацій можуть бути дієздатні фізичні та юридичні особи, крім органів державної влади, органів місцевого самоврядування, інших юридичних осіб публічного права.

Тож, ключова відмінність у діяльності благодійних організацій та суб'єктів соціального підприємництва передусім полягає у основі її здійснення. Благодійні організації завжди діють на неприбутковій основі. Разом з тим, суб'єкти соціального підприємництва можуть бути задіяні у виробництві товарів, наданні послуг, виконанні робіт на платній основі. І хоча благодійним організаціям не заборонено здійснювати господарську діяльність для реалізації їхніх статутних завдань, вона також повинна бути виключно неприбутковою.

Одним із видів благодійної діяльності за законодавством України визнається волонтерство (волонтерська діяльність), що також потребує визначення свого співвідношення із соціальним підприємництвом. В Законі України „Про волонтерську діяльність” її пропонується розглядати як одну із форм благодійної діяльності, вбачаючи в ній „добровільну, соціально спрямовану, неприбуткову діяльність, що здійснюється волонтерами шляхом надання волонтерської допомоги”. Волонтерською слід визнавати таку діяльність, яка здійснюється без морального і матеріального примусу, на основі вільного волевиявлення. Благодійною ж слід вважати безвідплатну діяльність, яка здійснюється без виплати винагороди і яка не має на меті корисливих цілей [21, с. 19]. Закон України „Про волонтерську діяльність” також визначає, що волонтером є фізична особа, яка на добровільній основі здійснює соціально спрямовану неприбуткову діяльність, завдяки наданню волонтерської допомоги. (ст. 1 Закону України). Отже, волонтерська діяльність відрізняється від соціального підприємництва, передусім, своїми суб'єктами, якими, на основі закону, можуть бути виключно фізичні особи. Соціальне ж підприємництво здійснюється або юридичними особами, або фізичними особами – підприємцями. Також волонтерська діяльність є тільки неприбутковою, натомість, соціальне підприємництво, залежно від засновників його суб'єкта, може бути як прибутковим, так і ні.

Висновки

На підставі викладеного, можна резюмувати, що у правовій площині під соціальним підприємництвом має розумітися така господарська діяльність, не менше 50% прибутку якої реінвестується суб'єктом господарювання у реалізацію статутної

суспільно корисної мети та(або) спрямовується на здійснення соціальних (громадських) проєктів.

Уточнено ознаки соціального підприємництва, зокрема:

- здійснення господарської діяльності;

- наявність соціально корисної мети та вирішення певних проблем громади та(чи) суспільства в цілому;

- реінвестування суб'єктом господарювання не менше 50% прибутку у реалізацію статутної суспільно корисної мети та(або) спрямування на здійснення соціальних проєктів;

- інноваційність діяльності, а саме, вирішення проблем нестандартними способами;

- подвійність оцінки суб'єкта підприємницької діяльності з точки зору економічного та соціального ефекта;

- масштабованість та тиражованість діяльності;

- диверсифікація джерел фінансування.

Закріплення зазначеного поняття та ознак у законодавстві, в тому числі, у Господарському кодексі України, не лише легалізує цей складний соціально-економічний феномен, а й надасть йому додатковий базис для розвитку.

Список використаних джерел:

1. Про соціальні підприємства: Проект Закону України від 11 березня 2013 р., № 2508. URL: http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/JG1X000A.html
2. Юнус М. Создавая мир без бедности. *Социальный бизнес и будущее капитализма*: монографія. Москва: Альпина Бизнес Букс, 2010. 307 с.
3. Кожемяченко О.О., Солосіч О.С., Голуб М.О. Соціальне підприємництво: світовий досвід та практичні аспекти становлення в Україні. *Сучасні проблеми економіки і підприємництва*. 2018. Вип. 21. С. 140-149.
4. Dees J.G. The meaning of „social entrepreneurship”. *Center for the Advancement of Social Entrepreneurship, Duke University's Fuqua School of Business*, 2001 (revised vers.). URL: www.caseatduke.org/documents/dees_sedef.pdf
5. Сотула О.В. Соціальне підприємництво як інноваційна модель розвитку економіки. *Ефективна економіка*. 2013. № 4. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2013_4_72
6. Bornstein D., Davis S. *Social Entrepreneurship: What Everyone Needs to Know*. Oxford University Press. Kindle Edition, 2012.
7. Mair J., Lanuza I.M. Social entrepreneurship research: A source of explanation, prediction, and delight. *Journal of World Business*. 2015. Vol. 41. P. 36-44.
8. Смаль В., Кокоть В. Що слід знати про соціальне підприємництво: посібник. Київ, 2017. 58 с.
9. Кіреєва О.Б. Соціальне підприємництво як засіб соціального розвитку. *Проблеми управління соціальним та гуманістичним розвитком*: матеріали III регіон. наук.-практ. конф. Дніпропетровськ: ДРІДУ НАДУ, 2009. С. 79-82.
10. Каменко І.С. Соціальне підприємництво в Україні економіко-правовий аналіз. URL: www.euneighbours.eu/sites/default/files/publications/2020-11/Legal%20report%20in%20Ukraine_Ukrainian_0.pdf
11. Свинчук А.А., Корнецький А.О., Гончарова М.А. та інші. Соціальне підприємництво: від ідеї до суспільних змін: посібник. Київ: ТОВ «ПІДПРИЄМСТВО «ВІ ЕН ЕЙ», 2017. 188 с.

12. Баймуратов У.Б. Нова соціальна економіка: парадигма і перспективи. *Науковий вісник Полтавського університету споживчої кооперації України*. 2010. № 2 (41). С. 54–59.
13. Esping-Andersen G. *The Three Worlds of Welfare Capitalism*. USA: Princeton University Press Polity Press, 1990. 248p.
14. Матвієнко-Біляєва Г.Л. Соціальне підприємництво: ефективний гібридний бізнес феномен. *Економіка і суспільство*. 2018. №14. С. 461-466.
15. Щодо обкладення податком на прибуток громадських організацій: Лист Державної податкової служби України від 26.03.2013 р., № 1790/Щ/15-14-14. URL: <https://ips.ligazakon.net/document/DPA1910?an=1>
16. Невская А. Чи оподатковується дохід громадської організації, отриманий від підприємницької діяльності. *Інтерактивна бухгалтерія*. 2013. № 58 (67). URL: <https://interbuh.com.ua/ua/documents/oneindustry/5784>
17. Сандакова О. Соціальне підприємництво: що це? *Наша громада*. 2010. № 1. С. 19-24.
18. Добрава Н.В. Соціальне підприємництво. *Економічні інновації*. 2015. Вип. 59. С. 112-117.
19. Безпалько О.В. Соціальне проектування: навч. посіб. Київ, 2010. 127 с.
20. Колесник А. Соціальні проекти: мінуси та переваги. URL: <https://freelancehunt.com/blog/sotsialni-proiekti-minusi-ta-pierievagi/>
21. Кривенко Ю. Цивільно-правовий договір як форма організації волонтерської діяльності. *Підприємництво, господарство і право*. 2018. №9. С. 18-23.