

**ЛЬВІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ІВАНА ФРАНКА**

**Історичний факультет**

---

(повне найменування назва факультету)

**Кафедра соціології**

---

(повна назва кафедри)

## **Пояснювальна записка**

*до бакалаврської(кваліфікаційної) роботи*

на тему:

«Соціальне підприємництво в умовах сучасної України»

Виконала: студентка 4 курсу, групи Ісс- 41с

054 Соціологія

(шифр і назва напрямку підготовки, спеціальності)

Ярошевська Д. Ю.

---

(прізвище та ініціали)

Керівник Коваліско Н.В.

(прізвище та ініціали)

Рецензент Пачковський Ю. Ф.

(прізвище та ініціали)

**Львів - 2022**

**ЛЬВІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**  
**імені ІВАНА ФРАНКА**

Факультет історичний

Кафедра соціології

Освітньо-кваліфікаційний рівень «бакалавр»

Напрямок підготовки 054 «Соціологія»

(шифр і назва)

Спеціальність 054 «Соціологія», ОПП Бізнес-соціологія

(шифр і назва)

«ЗАТВЕРДЖУЮ»

Завідувач кафедри соціології

проф. Пачковський Ю.Ф.

“ \_\_\_ ” \_\_\_\_\_ 20\_\_ року

**ЗАВДАННЯ**

НА БАКАЛАВРСЬКУ (КВАЛІФІКАЦІЙНУ) РОБОТУ СТУДЕНТУ

**Ярошевської Діани Юріївни**

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи: «Соціальне підприємництво в умовах сучасної України»,

науковий керівник роботи

Коваліско Наталія Володимирівна, доктор соціологічних наук, професор

кафедри соціології

(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

затверджена Вченою радою факультету від “21” березня 2022 року № 6

2. Строк подання студентом роботи 10 червня 2022 року

3. Вихідні дані до роботи

1. Соціологія і психологія [Текст]: навч. посібник / ред. : Ю. Ф. Пачковський. - К. : Каравела, 2009. - 760 с.

2. Популярні соціальні підприємства в Україні – Соціальне підприємництво в Україні. URL: [https://socialbusiness.in.ua/knowledge\\_base/populiarni-sotsial-ni-pidpryiemstva-v-ukraini/](https://socialbusiness.in.ua/knowledge_base/populiarni-sotsial-ni-pidpryiemstva-v-ukraini/) (дата звернення 15.05.22)

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити)

Розділ 1. Теоретико-методологічні вивчення соціального підприємництва

Розділ 2. Емпіричне вивчення феномену «соціального підприємництва» в умовах сучасної України

5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень) Додаток А

## 6. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада Консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
<b>Розділ 1</b>	проф. Коваліско Н. В.		
<b>Розділ 2</b>	проф. Коваліско Н. В.		

## 7. Дата видачі завдання

### КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної (магістерської) Роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1	Написання вступу до роботи	Листопад 2021 р.	
2	Написання теоретико-методологічного розділу	Листопад- січень 2021-2022 р.	
3	Розробка програми та інструментарію дослідження	Січень 2022 р.	
4	Збір первинних даних	Лютий 2022 р.	
5	Аналіз емпіричних даних, отриманих у ході дослідження	Березень 2022 р.	
6	Написання емпіричного розділу	Березень- квітень 2022 р.	
7	Підведення підсумків, робота над висновками до роботи	Травень- червень 2022 р.	

Студент: \_\_\_\_\_ Ярошевська Д.Ю.  
(підпис) (прізвище та ініціали)

Керівник роботи: \_\_\_\_\_ Коваліско Н. В.  
(підпис) (прізвище та ініціали)

## ЗМІСТ

<b>ВСТУП</b> .....	5
<b>РОЗДІЛ I. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ВИВЧЕННЯ СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА</b> .....	8
1.1. Поняття «соціального підприємництва» у міждисциплінарному дискурсі.....	8
1.2. Концептуальні підходи до вивчення соціального підприємництва в соціологічному дискурсі.....	13
1.3. Моделювання соціального підприємництва крізь призму феноменологічної парадигми .....	22
<b>Висновки до Розділу I</b> .....	25
<b>РОЗДІЛ II. ЕМПІРИЧНЕ ВИВЧЕННЯ ФЕНОМЕНУ «СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА» В УМОВАХ СУЧАСНОЇ УКРАЇНИ</b> .....	27
2.1. Соціальне підприємництво в контексті сучасного соціально- економічного розвитку.....	27
2.2. Соціологічний аналіз рівня соціальної відповідальності на львівських підприємствах .....	31
<b>Висновки до Розділу II</b> .....	35
<b>ВИСНОВКИ</b> .....	37
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ</b> .....	40
<b>ДОДАТОК А</b> .....	44

## ВСТУП

*Практична актуальність.* На сьогодні все більшої популярності набувають соціальні підприємства, які на відміну від класичних підприємств, що мають на меті отримання прибутку, першочергово займаються вирішення соціальних проблем та реінвестують прибутку в розвиток нових соціальних проектів. Про значний розвиток соціального підприємництва в Україні свідчать дослідження, проведені громадською організацією «Молодіжний центр з проблем трансформації соціальної сфери «СОЦІУМ-XXI» за фінансової підтримки Western NIS Enterprise Fund. Відтак, станом на 2016-2017 рр. в Україні було 150 соціальних підприємств.

Сучасний бізнес є одним з головних акторів ринку, тому важливо при впровадженні бізнес-ідей в життя, враховувати не лише матеріальну складову питання, але й творчий, інноваційний підхід соціально-орієнтованої спрямованості.

Отже, необхідно дослідити в окремому дослідженні концепт соціального підприємства не тільки в міждисциплінарному дискурсі, але й з точки зору реального впровадження соціального підприємництва в Україні, а також його відмінності від суміжного соціального інституту – соціальної (корпоративної) відповідальності бізнесу.

*Теоретична актуальність.* Соціальне підприємництво є актуальною та важливою тематикою у світлі тенденцій XXI століття. Концепція соціального підприємництва набуває чималої популярності у провідних розвинених країнах світу, що актуалізує напрямок дослідження. Соціальне підприємництво дозволяє вирішити ряд соціальних, культурних, екологічних проблем. Указана концепція допомагає залучати різноманітні організації для досягнення суспільно-корисних цілей, що в свою чергу дозволяє розвивати бізнес та захищати права людини.

В теоретичному історіографічному аспекті можемо виділити наступних вчених, які присвятили свої праці дослідженню підприємницької діяльності

та бізнесу: заруюжні вчені – У. Оучі, М. Фрідмен, Д. Севеджа; вітчизняні – А. С. Дядін, Ю. Пачковський, В. Пилипенко.

Так чи інакше природу соціального підприємництва розкрито у наукових доробках таких вчених як: Галушка З. І., Набатова О. О., Маркович І., Бажанова Н., Паляниця В., Доброва Н. В., Голуб'як Н. Р., Мартін Роджер, Осберг Салі та ін.

При цьому слід зауважити, що тематика дослідження потребує подальшого вдосконалення з точки дослідження практичного аспекту соціального підприємництва.

*Мета бакалаврської роботи* полягає у необхідності дослідити теоретичні та емпіричні засади функціонування соціального підприємництва в умовах сучасної України та світу на основі доктринальних розробок та передової практики.

*Завдання бакалаврської роботи* встановлюються нами з метою визначення орієнтирів дослідження тематики та можливості оцінки досягнутих результатів:

- 1). розкрити поняття «соціального підприємництва» у міждисциплінарному дискурсі;
- 2). визначити концептуальні підходи до вивчення соціального підприємництва в соціологічному дискурсі;
- 3). висвітлити основи моделювання соціального підприємництва крізь призму феноменологічної парадигми;
- 4). провести дослідження по соціальному підприємству в контексті сучасного соціально-економічного розвитку;
- 5). здійснити аналіз рівня соціальної відповідальності на Львівських підприємствах.

*Об'єктом бакалаврської роботи* є функціонуванням соціального підприємництва в Україні та світі.

*Предмет:* специфіка та місце соціального підприємництва в структурі українського бізнесу за сучасних умов.

*Теоретико-методологічні засади дослідження.* У даній роботі буде розглядатися концепція соціального підприємництва. Соціальне підприємництво буде розглянуто, перш за все, як соціальний інститут, який має свою мету, цілі, завдання, цінності та характеризується власною специфікою.

У ході дослідження нами використано загальнонаукові та спеціальні наукові методи. Зокрема, *метод аналізу та синтезу* використано при вивченні концептуальних підходів до соціального підприємництва; *метод порівняння* при аналізі показників розвитку соціального підприємництва та *метод якісного контент-аналізу*.

Також у роботі досліджуватимуться особливості реалізації концепції соціального підприємництва на прикладі підприємств України та думки експертів.

*Новизна дослідження.* Наукова новизна полягає в тому, що систематизовано інформацію про соціальне підприємництво, висвітлено концептуальні підходи до соціального підприємництва, запропоновано до розгляду результати власного соціологічного дослідження.

*Практичне значення результатів дослідження.* Результати бакалаврської роботи можуть бути використані для розвитку тематики соціального підприємництва, слугувати орієнтиром для подальших наукових досліджень.

### **Структура роботи**

Бакалаврська робота складається зі вступу, теоретичної та практичної частин, висновків та додатків.

**РОЗДІЛ І.**  
**ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ВИВЧЕННЯ**  
**СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА**

**1.1.Поняття «соціального підприємництва» у міждисциплінарному  
дискурсі**

Дослідженню передумов виникнення та сутності соціального підприємництва присвячено велику кількість наукових праць як вітчизняних, так і зарубіжних вчених. Зокрема, в історіографічному аспекті можемо виділити наступних вчених, які так чи інакше розкрили природу соціального підприємництва: Галушка З. І., Набатова О. О., Маркович І., Бажанова Н., Паляниця В., Доброва Н. В., Голуб'як Н. Р., Мартін Роджер, Осберг Салі та ін.

З аналізу праць вищезазначених науковців можемо відмітити, що на сьогодні у науковій доктрині склалося декілька підходів до розуміння поняття «соціальне підприємництво»:

I. Соціальне підприємництво – це насамперед бізнес, який поєднує у собі комерційну діяльність, соціальну мету (місію) та розподіл процентів від отримання прибутку на соціальні цілі;

II. Соціальне підприємництво – це соціально-орієнтована діяльність, яка не залежить від зовнішніх джерел фінансування, отримує дохід від власної діяльності, який в подальшому і спрямовується на розв'язання чи пом'якшення проблем соціального характеру;

III. Соціальне підприємництво – це спосіб соціальної підтримки певних груп населення;

IV. Соціальне підприємництво – це механізм сприяння економічному розвитку, підтримки підприємництва;

V. Соціальне підприємництво – це альтернативний державному механізм вирішення соціальних проблем [27].



Із вищенаведених підходів можемо помітити, що спільною рисою кожного з цих підходів є саме окреслення соціального підприємництва через мету, заради якої й існує дане явище, а саме – вирішення соціальних проблем.

Із тлумачення поняття «соціальне підприємництво» випливає, що воно пов'язане насамперед з соціальним підприємцем. Відтак найбільш поширене визначення соціального підприємця належить Грегорі Дізу, який виділив у своїй праці п'ять факторів, які визначають соціального підприємця:

- 1) прийняття на себе місії створення і підтримки соціальних цінностей (блага);
- 2) виявлення і використання нових можливостей для реалізації обраної місії;
- 3) здійснення безперервного процесу інновацій, адаптації і навчання;
- 4) рішучість дій, яка не обмежена ресурсами;
- 5) висока відповідальність підприємця за результати своєї діяльності - як перед безпосередніми клієнтами, так і перед суспільством [30].

Проте виникає логічне питання у чому ж основа відмінність соціального підприємництва від класичної моделі підприємництва. Так, згідно статті 42 Господарського кодексу України під підприємництвом розуміється самостійна, ініціативна, систематична, на власний ризик господарська діяльність, що здійснюється суб'єктами господарювання (підприємцями) з метою досягнення економічних і соціальних результатів та одержання прибутку [4]. Із даного визначення можна помітити, що крім отримання прибутку, метою підприємництва є також досягнення соціальних результатів. У доктрині підприємництво розглядають як інноваційну діяльність, що провадиться індивідами на власний ризик з метою задоволення потреб споживачів і отримання певної цінності, яка призводить до перерозподілу ресурсів [11, с. 125]. Тобто підприємництво – це форма організації господарської діяльності певної організації, основною метою якої

є отримання прибутку його власником. Підприємництво забезпечує потужну мотивацію для ефективної роботи. У більшості випадків особи, які мають власний бізнес і, отже, більш мотивовані, більше зацікавлені в якісній та продуктивній роботі, ніж працівники. Тому підприємництво відіграє особливу роль в економіці. Суть полягає в оновленні економічної системи та створенні інноваційного середовища, яке зруйнує традиційну структуру і відкриє шлях трансформації, і врешті-решт стане силою, яка сприяє просуванню економіки до ефективності. Раціоналізовано, економічно та постійно оновлюється. За сучасних економічних умов, поки підприємства працюють ефективно, можливий успішний соціально-економічний розвиток країни.

Натомість соціальне підприємництво, згідно позиції Пегети М. М., першочергово впливає на соціальні групи шляхом здійснення:

- соціальної підтримки, яка полягає у роботі з соціально незахищеними верствами населення, соціалізації і ресоціалізації соціально вразливих груп населення, реалізація проектів, орієнтованих на працевлаштування осіб без певного місця проживання і т.п.;
- забезпеченні трудової зайнятості населення за допомогою реалізації соціальних проектів, що забезпечують самозайнятність населення, створення робочих місць для соціальних організацій;
- зростанні соціально економічної ефективності регіонів за рахунок зменшення навантаження на бюджети всіх рівнів шляхом реалізації приватних соціальних підприємницьких проектів, чільну роль в яких займає держава. Ці завдання поставлені в області розвитку дошкільної, спеціалізованої і додаткової освіти, охорони здоров'я (в т.ч. приватних будинків престарілих), масового спорту та ін.;
- територіальному розвитку за рахунок насичення міського середовища та підвищення територіальної зв'язності, в тому числі за рахунок розвитку невикористовуваних земель і створення транспортної інфраструктури;

➤ розвитку культурного середовища за допомогою максимально ефективного використання соціальними підприємцями потенціалу культурних установ [16, с. 18].

На думку американських вчених Мартіна Роджера та Осберга Саллі основним відмінним аспектом соціального підприємництва є те, що воно передбачає певні соціальні реформи [22, с. 13].

Отже, відмінною рисою соціального підприємництва є перевага соціальної мети над комерційною. Основною метою соціального підприємця, для якого створюється організація чи фірма, є спочатку допомога суспільству, а потім отримання прибутку. Тому загалом соціальні підприємці займаються в галузях, які звичайна комерційна промисловість вважає непродуктивними або високоризикованими, але у яких перспективи подолання бідності, реабілітації людей з обмеженими можливостями та покращення довкілля є пріоритетними. З іншого боку, соціальне підприємництво не можна плутати з корпоративною соціальною відповідальністю, яка являє собою залучення соціальних і екологічних напрямків у діяльність бізнесу на засадах добровільності та взаємодії між усіма зацікавленими сторонами (групами впливу) з одночасним виходом на нові ринки, поліпшенням фінансових показників, підвищення продажу та лояльності споживачів, поліпшення іміджу та репутації брендів [10, с. 26].

Умовами для формування соціального підприємництва є наступні: демократичний режим правління; –наявність критичної маси неурядових організацій, здатних впливати на перебіг суспільних подій; відсутність антагоністичних і взаємовиключних полюсів серед більшості громадських організацій; втілення на місцевому рівні принципів субсидіарності й децентралізації, що збільшить потенційні можливості громади [3, с. 17].

Таким чином, можемо зазначити, що створення соціального підприємства передбачає визначення чіткої і зрозумілої місії соціального спрямування. Обов'язковими умовами діяльності соціального підприємства є: 1) переважання демократичного стилю прийняття рішень; 2) отриманні

доходи інвестуються в підприємство, а також спрямовуються на соціальні, екологічні цілі; 3) місія соціального підприємства спрямовується на створення суспільного багатства, а не на отримання приватного капіталу.

Отже, надалі у ході бакалаврської роботи ми розглядатимемо соціальне підприємництво саме як бізнес, який поєднує у собі комерційну діяльність, соціальну мету (місію) та розподіл процентів від отримання прибутку на соціальні цілі.

## **1.2 Концептуальні підходи до вивчення соціального підприємництва в соціологічному дискурсі**

Спершу варто зазначити, що підприємництво як феномен знаходить свої витoki ще з первісних часів, коли йшлося про процес обміну товаром, відповідно у випадку, коли був певний надлишок товару, його обмінювали на той що був потрібен людині. Згодом цей процес замінив такий винахід як гроші. Але сам термін «підприємництво» в науковий обіг введено не так давно, всього лише кілька століть тому. В історичному розвитку виділяють три стадії формування підприємництва: початкову, костатаційну та новітню.

Якщо брати перший період (початковий), то до нього можемо віднести таких представників: Р. Кантильой, Й. Тюнер, Г. Монгольд, Ж-Б. Сей, А. Маршал, М. Вебер. Слід детальніше розглянути кожного з вище перерахованих представників.

Річард Кантильйон був першим, хто запропонував наукове визначення «підприємець» у 1725 році, вважаючи що це людина яка діє в ризикованих умовах, тобто постійно ризикує [25]. На думку вченого, підприємець – це особа яка купує засоби виробництва, для подальшого виготовлення товару, та продажу його на ринку, з метою отримання прибутку, тобто для нього підприємцями були, перш за все, ремісники, купці, селяни, знать. Заслуга Кантильйона в тому, що західні економісти надалі розвивали його думку.

Якщо говорити про особливості початкового періоду, то йдеться мова саме про пошуки призначення місця і ролі особи підприємця в економічному поділі праці. Йоганн Тюнер, а також Ганс фон Мангольд ставили реалізацію підприємницької функції в залежність від доходу підприємця, тому що більша відстань між початком виробництва і кінцевою реалізацією готового продукту, тим більша невизначеність успіху, тим більший можливий ризик витрат для підприємців і тим більша очікувана віддача. Значний внесок у розвиток теорії підприємництва зробили роботи німецького соціолога, економіста, філософа та історика М. Вебера. Він говорив про протестантську етику капіталізм, яка була заснована на підприємницькій діяльності, вона стала методологічною основою розвитку фундаментальних ідей економічної діяльності в контексті соціальної культури. Жан-Батіст Сей пов'язував підприємництво з організацією людей у межах виробничої одиниці, а сам власник підприємства був головною особою в цій організації, тобто перебував у центрі виробництва і розподілу. У Сея є три фактори виробництва, які на його думку може поєднати тільки підприємець – це земля, капітал та праця.

Альфред Маршал вважав підприємців висококваліфікованими учасниками виробництва, а також у якості посередників між своїми робітниками та споживачами. Він наголошував на ролі підприємця у застосуванні нових технологій, які пришвидшать темпи виробництва і отримання продукту, тим самим збільшивши прибуток.

Якщо аналізувати другий період, то він відзначився наявністю багатьох світоглядних умов до розгляду такого феномена як «підприємництво». У цей період підприємництво вважалось складним видом людської діяльності, яке приносить користь всередині суспільства. Якщо брати представників цього періоду то це, насамперед, такі вчені як: Й. Шумпетер, К. Варнерід, Дж. Гелбрейта, Д. Белла, Г. Піншот.

Йозеф Шумпетер – один з головних соціологів-економістів даного періоду. Для нього підприємець – це економічний лідер, це творець інновацій,

який здатний вивести суспільство та певні економічні процеси на новий рівень розвитку [25]. На думку Шумпетера метою підприємництва є в основному інновації та трансформація виробництва підприємців. У своїй праці «Теорія економічного розвитку» (1912 р.) вчений вказував, що головним завданням підприємців є здійснення виробництва нового продукту, впровадження нових методів виробництва, відкриття і освоєння нових ринків збуту, використання нових джерел сировини, реорганізація конкретних галузей промисловості, або створення нових галузевих організацій. Для Шумпетера підприємництво – це функція господарсько-політичного середовища, яке визначає його можливості, типи, мотивації [29].

К. Варнерід розвивав ідеї Шумпетра. Вчений також розглядає підприємництво як діяльність, яка створює соціальні зв'язки та соціальні структури у тих сферах, у яких їх раніше не було, тобто під соціальними структурами він розумів фірму, компанію, підприємництво.

Дж. Гелбрейт та Д. Белл заперечували провідну роль традиційних підприємців в економіці, тому що у ті часи основну увагу звертали на представників управлінської праці, тобто менеджерів, які також мали ресурси і можливості для свого власного потенціалу. Як наслідок з'являється концепція «революція менеджерів» Гелбрейта та «постіндустріального розвитку» Белла, у якій вчені пояснювали, що наростання влади менеджерів як управлінців відбувається не просто так, а кожен з цих менеджерів вже є кваліфікованим робітником, який у майбутньому, а можливо і вже зможе керувати своїм підприємством.

Г. Піншот згадує таке поняття як «інтерпартнерство», тобто певний розвиток ініціативи підприємця всередині його організації, відповідно до цього інтерпренер – це людина, яка ініціювала і провадила свою діяльність в межах підприємства. Інтрапренерство виникло завдяки об'єктивним, так і суб'єктивним обставинам [25].

Підсумком цього періоду є усвідомлення важливості підприємництва, яке є не лише складовою виробництва, а й соціальною складовою суспільства, що прагне до самовдосконалення та саморозвитку.

Новітній період з'явився у 80-ті роки минулого століття та триває дотепер. Підприємству надається нове розуміння, як певного складного явища, що функціонує в умовах постійних змін. Також можна згадати умови, які були важливими на той час щодо визначення сутності підприємництва, наприклад поява інтернету та інформаційних технологій, процес економічної глобалізації, міграції, пришвидшення процесів мобільності, також з розпадом СРСР легітимізація підприємництва. Також надається новий підхід до бачення підприємництва, тобто соціального, коли відбувається перехід від традиційної моделі, яка була зорієнтована на прибуток, до сучасної, яка покликана вирішувати певні соціальні проблеми, які не має можливості вирішити держава. Сутність підприємництва реалізується через його основні функції – інноваційну, ресурсну, організаційну, мотиваційну (рис.1).

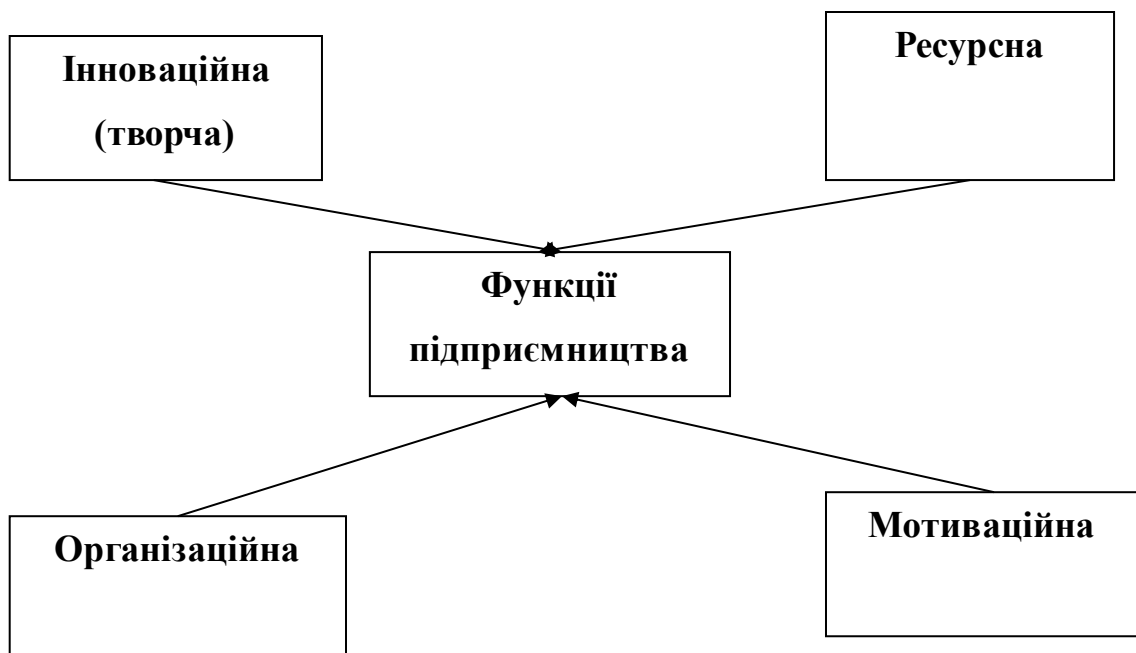


Рис. 1. Основні функції сучасного підприємництва [25]

Інноваційна функція полягає у реалізації нових комерційних ідей, а також у здійсненні техніко-економічних, наукових розроблень.

Ресурсна-мобілізація – у освоєнні ресурсів, наприклад матеріальних, фінансових, інтелектуальних, інформаційних.

Організаційна – відповідає за організацію виробництва, збут продукту, рекламу цього продукту через канали просування.

Мотиваційна – полягає у певному стимулюючому механізмі для досить ефективного використання ресурсів з урахуванням досягнень науки, технологій, нових стратегій управління, а також виробництва.

Таке розуміння підприємництва дає змогу розглядати його як ключову форму суспільної діяльності, як різновид людської творчості, результат неординарних дій, які є важливою основою досягнення економічного успіху.

На наш погляд, дане розуміння матиме як свіже онтологічне значення в структурі соціологічного знання, так і гносеологічний потенціал у інтерпретації соціальних змін і процесів. Світовий зсув цивілізації наприкінці XIX і на початку XX століття є цілком очевидною і логічною причиною цього. XXI століття, підживлюване взаємними політико-соціально-економічними та соціокультурними закономірностями і флуктуаціями, що послужили основою для створення певного відчаю теоретичного та пояснювального інструментарію, у тому числі й у теоретичній соціології.

У результаті ця тенденція зрештою робить класичну науку нездатною ефективно інтерпретувати соціальні зміни загалом, а класичну теорію підприємництва зокрема, належним чином відобразити справжнє положення та значення цього феномена в суспільстві. Одним із запропонованих теоретичних поглядів є утвердження «підприємництва» як способу пізнання, пізнання та пояснення соціальних подій і процесів не лише в онтологічному, а й на гносеологічному рівні. У цьому контексті висвітлена нами проблема зосереджена на двох формоутворюючих об'єкт-компонентах, які зводяться до кризових тенденцій соціологічної науки та потреби соціологічного змісту концептуалізації підприємництва у сфері соціології. Оцінюючи ступінь



розробленості питання, слід пам'ятати, що теоретики шукають метаметодологічний розв'язок у широкому діапазоні в межах проблеми теоретико-соціологічних криз (як в одному із згаданих нами об'єктів) та підходів до її вирішення. Це питання особливо важливе для сучасних західних соціологів, таких як Ж. Бодрійяр, Ф. Джеймсон, Дж. Хабермас, Е. Гідденс, Дж. Ф. Ліотар, Дж. Рітцер та М. Уотерсом. До цієї теми звертаються такі вітчизняні соціологи, як Степаненко В.П., Тарасенко В.І., Ю.О. Чернецький, В. М. Щербина та ін. Дискусійним питанням у системі теоретико-методологічних метапроблем соціологічного дослідження є суб'єктивність підприємництва як явища, складової соціальної системи (фундаментальної складової соціально-економічної системи), складової сукупності.

Загалом аргументи щодо змісту терміну «підприємництво», ймовірно, будуть неповними. Спочатку підприємництво характеризувалося в соціологічному вимірі як складова капіталістичного духу та сукупності історичних форм господарювання, сукупності соціальних груп, ідеологічної системи. Проте недостатньо висвітлений його соціально-функціональний аспект, а саме: роль і функції підприємництва, і не через призму економічного світогляду, а соціальний – роль і місце підприємництва в суспільному розвитку, зокрема; в історичному розвитку, в трансформаційних змінах, як самоорганізуючий фактор суспільства, рушійна сила суспільного розвитку, як соціально-економічний фактор зростання і форма ефективного суспільного зростання, - що реєструють Р. Кантільон, Дж. Б. Сея, А. Сміт, Д. Рікардо, Д. Тюрго, Ф. Кене, А. Маршалл, Дж. Кларк, В. Зомбарт, М. Вебер, Дж. Шумпетер, Ф. Найт та інші мають відповідні положення, хоча вони не є повністю прямими. Інший набір теоретичних матеріалів містить численні соціологічні поняття для аналізу соціальних процесів, у яких підприємництво згадується опосередковано, а не «в кінцевих ролях». Це праці Р. Арона, Д. Белла, Дж. Гелбрейта, П. Сорокін, Т. Адорно, Г. Маркузе, Е. Фромм, К. Поппер та багато інших, які оцінюють індустріальне та постіндустріальне

суспільство, глобальні виклики сьогодення, управлінські революції, фундаментальні та інструментальні ціннісні орієнтації. Теорії, концепції (у контексті нашої досліджуваної області), які допомагають нам усвідомити активний характер людини, опосередкований суб'єктивним статусом, біоопосередкований У працях Е. Еріксона, Е. Фромма, К. Хорні та інших обговорюється соціально -культурна сутність, серед іншого.

Соціальні аспекти господарювання і підприємництва, які представляють основу теоретико-методичних положень концепції соціального підприємництва розкриті у працях таких вчених:

1. А. Сміта, який у праці «Дослідження про природу та причини багатства народів» розглядав збільшення продуктивності праці як чинник природного розподілу виробленого продукту між різними класами народу: у його дослідженнях розкривається аспект витрат на громадські установи, які дотично відносимо до теорії підприємництва; у даному дослідженні також йдеться мова про підприємства, їх соціальні дії для забезпечення добробуту країни [23, с. 554];

2. Т. Веблена, у праці «Теорія ділового підприємства», серед положень, які можна віднести на користь концепції соціального підприємництва, розкрив культурні наслідки машинного виробництва, соціальні причини функціонування бізнесу. Він розглядав виробничу, господарську систему як соціальну одиницю, при цьому дуже критично ставився до: загальноприйнятої в капіталістичній системі виключної практики приймати, реалізовувати будь-які суспільні рішення з позиції вигоди – оцінки співвідношення доходів і витрат; практики, яка у значній частині зберігається у наш час і полягає в тому, що сучасна економічна політика уряду, який піклується про інтереси бізнесу, має суто меркантильний характер – тобто ця теза підтверджує наше переконання того, що соціальне підприємництво є похідна від рівня добробуту, капіталу, тощо і виникло виключно як креативна форма бізнесу. Отже, в дослідженнях Т. Веблена прослідковується активна позиція щодо необхідності переважання

соціальних цілей підприємництва над економічними. Зазначена науков праця Т. Веблена пронизана ідеями соціальних відносин на підприємствах капіталістичної економіки, розумінням організації як соціальної системи навіть щодо задіяних у виробництві машин і механізмів, що впливають на поведінку людей. Це значимий вклад у дослідження соціальних аспектів функціонування підприємництва, зокрема цікавим є висловлювання автора: «Дисципліна, яку формує зайнятість в машинному виробництві, як воно тут розглядається, є дисципліна мислення». Тобто у цій праці закладено фундаментальні витoki дослідження соціальних відносин на підприємстві, а також проглядається активна позиція з визнання переважаючої ролі соціальних цілей підприємства над економічними [8];

3. Соціальні ідеї розвитку підприємництва закладені у праці М. Вебера «Протестантська етика і дух капіталізму». У дослідженні просувалися ідеї залежності релігії і капіталізму, зокрема визнання зв'язку соціального розширення суспільства і віросповідань населення. М. Вебер наголошував на соціальній детермінації залежностей кількості власників капіталу, підприємців, від їхнього віросповідання – це соціальний аспект інтерпретації засад соціального підприємництва [2];

4. На сьогодні дослідження соціального підприємництва проводить відомий вчений Нобелівський лауреат М. Юнус, який розробив і запропонував фундаментальні основи соціального підприємництва як явища, механізму, здатного реально сприяти забезпеченню зростання добробуту населення, найбільш вразливих верств, які не володіють ніяким капіталом окрім своєї праці [5].

5. Парадигма соціального підприємництва також отримує розвиток у зв'язку з дослідженнями таких вітчизняних науковців як: Г. Матвієнко-Беляєва: розглядає соціальне підприємництво як ефективний гібридний бізнес-феномен, вважає, що: «соціальне підприємництво – це розвиток соціальної бізнес-ідеї, але з комерційною складовою, тобто гроші необхідні для вирішення соціальних потреб»; «...соціальне підприємництво формується

та існує як на основі бізнес-середовища у відповідності до розвитку соціальної відповідальності підприємництва, так і відповідно до вимог соціально-економічного розвитку суспільства, виникаючи на основі некомерційної підприємницької діяльності» [15, с. 464]. І. Березняк вважає, що: «соціальне підприємництво перебуває на стику традиційного підприємництва та благодійності»; «...бере від благодійності соціальну спрямованість діяльності, а від бізнесу – підприємницький підхід» [1, с. 26]; М. Куц: розглядає соціальне підприємництво в широкому розумінні, як функцію будь-якого бізнесу, що спрямований на створення благ для суспільства, зазначає, що «...будь-який бізнес можна розглядати як соціальне підприємництво з погляду інституційних схем» [14, с. 54].

Таким чином, логічно розглядати соціальне підприємництво в соціологічному дискурсі через формування концепції підприємництва з зародженням окремих концептів розуміння соціально-орієнтованого підприємництва.

### **1.3. Моделювання соціального підприємництва крізь призму феноменологічної парадигми**

Тематика дослідження зумовлює необхідність розгляду моделювання соціального підприємництва крізь призму феноменологічної парадигми. Так, для обраного предмета нами було обрано феноменологічну парадигму, розглянуто її суть, а потім розглянуто підприємництво через вищевказану парадигму.

Першочергово, пропонуємо з'ясувати суть феноменологічної парадигми. Так, феноменологічна соціологія являє собою теоретико-методологічну галузь соціології, що розглядає суспільство як реальність, утворену і відтворену духовними взаємодіями людей. Соціальна реальність виникає як між суб'єктивний світ, що існує для нас; лише завдяки освіті та навчанню, а також накопиченню власного досвіду спілкування з оточуючими

людьми ми можемо стати активними в цьому світі, дозволяючи нам встановлювати й досягати значущих цілей [26, с. 314].

Цей шлях не має справу з ненавмисними причинами людської поведінки. Якщо люди бачать свій сенсорний досвід таким, яким він є, він зіткнеться з безліччю безглузвих сприйнять, кольорів, звуків, запахів і почуттів. У результаті люди повинні упорядкувати навколишній світ як явища і класифікувати свої чуттєві переживання так, щоб вони мали певні риси.

Класифікація явищ є виключно функцією людського мозку. Щоб зрозуміти соціальне існування, феноменологи повинні дослідити, як люди класифікують зовнішнє середовище, підкреслюючи явища. Тільки так можна досягнути значення явища та його суті.

Ці концепції були розроблені в соціологічних дослідженнях учнем Гуссерля А. Шутцем, який іммігрував до США в 1930-х роках. Шутц був першим вченим, який спробував пояснити, як феноменологія відноситься до соціального життя. Фундаментальний внесок Шутца у «Феноменологію соціального світу» полягає в тому, що, на його думку, те, як люди класифікують і цінують зовнішній світ, не є просто особистим [13, с. 44].

Люди формують «стереотипи», тобто поняття, які додаються до категорій об'єктів на основі їхнього досвіду. Ці категорії не є унікальними для однієї особи; скоріше, їх поділяють усі члени суспільства. Їх передають дітям, коли вони вивчають мови, читають книги та спілкуються з людьми. Люди можуть спілкуватися з іншими, використовуючи стереотипи, засновані на припущенні, що вони сприймають світ однаково. Шутц вважає ці знання необхідними для виконання практичної діяльності в повсякденному житті, але не вважає їх закріпленими.

Насправді, загальні знання завжди змінюються в результаті людського контакту. Шутц стверджує, що хоча кожна людина має унікальну біографію та інтерпретує та переживає світ інакше, ніж інші, існування повсякденного знання дає змогу людям зрозуміти, принаймні частково, поведінку один одного; вони переконують себе, світ і суспільство в цій природної та

правильної характеристики життя. Відповідно до цієї точки зору, індивіди створюють зовнішній вигляд стабільного й організованого суспільства, тоді як насправді це сукупність індивідуальних експериментів із чіткою формою.

Коли люди взаємодіють, звичайні знання постійно змінюються. Шутц стверджує, що хоча кожна людина має унікальну біографію та інтерпретує та переживає світ інакше, ніж інші, існування повсякденного знання дає змогу людям зрозуміти, принаймні частково, поведінку один одного; вони переконують себе, світ і суспільство в цій природної та правильної характеристики життя [26].

Відповідно до цієї точки зору, індивіди створюють зовнішній вигляд стабільного й організованого суспільства, тоді як насправді – це сукупність індивідуальних експериментів із чіткою формою. Однак, оскільки доступність щоденних знань дає можливість людям знати, принаймні частково, події один одного, вони здатні переконати себе в природному та належному характері світу та суспільного життя.

Феноменологічний підхід дозволяє глибше зрозуміти природу управлінського потенціалу підприємства, а також методи його зростання в процесі повсякденної діяльності людей. Потенціал менеджменту в компанії розглядається як соціальне явище, що є сукупністю даних досвіду і проявляється в повсякденному професійному житті. Для дослідження управлінського потенціалу підприємства необхідний якісний дослідницький підхід.

Ефективне функціонування фірми, а також її конкурентоспроможність залежить від різноманітних елементів, найважливішим з яких є людина. Ефективне використання потенціалу працівників, а також їхнє безперервне зростання може стати ключем до успіху підприємства в сучасних умовах навколишнього середовища. Управлінська здатність персоналу компанії потребує ретельного дослідження. Промислові підприємства Львова (наприклад, ВАТ «Концерн-Електрон», ТОВ «Львівморепродукти», ЗАТ

«Шкіряне підприємство «Світанок») зараз шукають ефективні шляхи підвищення управлінської здібності працівників.

Як правило, це досягається шляхом створення кадрового резерву. Проблеми з ефективністю кадрового резерву, як-от підбір резервістів, їх навчання та тривалість цієї процедури, завжди викликали суперечливі реакції. Зазвичай управлінський потенціал підприємства розглядається як сукупність властивостей, рис людини, її талантів, необхідності виконання управлінських завдань. Управлінський потенціал людини визначається Ю.В. Зенцовою як «здатності та можливості особистості вирішувати питання у сфері управління та організації діяльності інших людей» [7, с. 42].

Соціальне підприємництво є окремим феноменом, а феноменологічний підхід дозволяє глибше зрозуміти природу соціального підприємництва крізь призму його функціонування у сучасному суспільстві.

### **Висновки до Розділу I**

Таким чином, за наслідками проведеного дослідження за темою Розділу I можемо підсумувати. Соціальне підприємництво у науковій доктрині розглядають крізь призму трьох підходів, як: 1) бізнес, який поєднує у собі комерційну діяльність, соціальну мету (місію) та розподіл процентів від отримання прибутку на соціальні цілі; 2) соціально-орієнтована діяльність, яка не залежить від зовнішніх джерел фінансування, отримує дохід від власної діяльності, який в подальшому і спрямовується на розв'язання чи пом'якшення проблем соціального характеру; 5) спосіб соціальної підтримки певних груп населення; 6) механізм сприяння економічному розвитку, підтримки підприємництва; 7) альтернативний державному механізм вирішення соціальних проблем.

Соціальне підприємництво відрізняється від підприємництва насамперед тим, що перше впливає на соціальні групи шляхом здійснення: соціальної підтримки, забезпеченні трудової зайнятості населення за допомогою реалізації соціальних проектів, зростанні соціально економічної

ефективності регіонів за рахунок зменшення навантаження на бюджети всіх рівнів шляхом реалізації приватних соціальних підприємницьких проєктів, чільну місце в яких займає держава; територіальному розвитку за рахунок насичення міського середовища та підвищення територіальної зв'язності, в тому числі за рахунок розвитку невикористовуваних земель і створення транспортної інфраструктури; розвитку культурного середовища за допомогою максимально ефективного використання соціальними підприємцями потенціалу культурних установ.

Крім того, в соціологічному дискурсі існує окремий концепт розвитку підприємництва, а також соціального підприємництва, яке розкривається у дослідницьких роботах вчених-соціологів.

У свою чергу у процесі вивчення соціального підприємництва важливу роль відіграє феноменологічний підхід, який дозволяє глибше зрозуміти природу управлінського потенціалу підприємства, а також методи його зростання в процесі повсякденної діяльності людей. Потенціал менеджменту в компанії розглядається як соціальне явище, що є сукупністю даних досвіду і проявляється в повсякденному професійному житті.



## РОЗДІЛ 2

### ЕМПІРИЧНЕ ВИВЧЕННЯ ФЕНОМЕНУ «СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА» В УМОВАХ СУЧАСНОЇ УКРАЇНИ

#### 2.1 Соціальне підприємництво в контексті сучасного соціально-економічного розвитку

Визначення рівня розвитку соціального підприємництва в Україні є важливим з точки зору соціально-орієнтованого підходу сучасного бізнесу. Тому у даній Главі проведемо статистичне дослідження з метою розуміння динаміки становлення та розвитку соціального підприємництва в Україні.

На сьогодні існує думка, що соціальне підприємництво не є новим явищем для України, оскільки дослідники (Зіновій Свереда, Юрій Лопатинський) переконані, що на початку ХХ століття Митрополит Андрей Шептицький активно впроваджував принципи соціального підприємництва і кооперації у веденні бізнесу в Західній Україні. Також згадують відомих підприємців-меценатів Ханенків, Терещенків, Яхненків, Симиренків, Харитоненків та інших, які інвестували велику частину своїх прибутків у розвиток української освіти і культури та соціальну сферу [20, с. 53].

Першим кроком для розвитку соціальних підприємств стало прийняття в 1991 році Закону України «Про основи соціальної захищеності інвалідів в Україні», згідно зі статтею 14 Закону з метою виконання статутних завдань і цілей зареєстровані громадські об'єднання осіб з інвалідністю, їх спілки мають право здійснювати необхідну господарську діяльність без мети отримання прибутку, а також господарську та підприємницьку діяльність шляхом створення госпрозрахункових установ і організацій із статусом юридичної особи, а також підприємств, заснованих на колективній власності громадських об'єднань. У статутах таких підприємств соціальна складова є основною метою створення і діяльності [6].

Далі у 2004 році «Мережа громадянської дії в Україні» (UCAN) за фінансової підтримки Агенції США з міжнародного розвитку (USAID)

реалізувала проект «Соціальне підприємництво» в Україні, а у 2010 році за ініціативи Британської Ради в Україні був створений Консорціум «Сприяння розвитку соціального підприємництва в Україні», до якого увійшли Фонд «Східна Європа», Міжнародний фонд «Відродження», комерційний банк «Ерстебанк» та міжнародна аудиторська компанія «PWC».

Важливе значення для розвитку соціального підприємництва мав 2013 рік. Саме у цьому році відбулося декілька знакових подій, а саме:

- Прийнято «Каталог соціальних підприємств України 2013 року» — перша спроба зібрати інформацію щодо підприємств, які себе вважали соціальними. До Каталогу увійшло 41 підприємство з різних областей України, різних галузей та організаційно-правових форм. «I Всеукраїнський Форум соціальних підприємців» відбувся у березні, у якому взяли участь 100 учасників, з яких лише чверть представляли соціальні підприємства, половина представляли громадські організації, що прагнули створювати соціальні підприємства, решта — донорські, освітні, наукові, державні структури;

- Запуск порталу «Соціальне підприємництво в Україні» [www.socialbusiness.in.ua](http://www.socialbusiness.in.ua) — інформаційний майданчик виключно про соціальне підприємництво;

- Перша спроба законодавчого регулювання соціального підприємництва. О.Б. Фельдман підготував законопроект № 2508 «Про соціальні підприємства», який був відхилений при розгляді Комітетом Верховної Ради з питань економічної політики.

У 2015 році — Western NIS Enterprise Fund (США), [www.wnisef.org](http://www.wnisef.org) за підтримки USAID відкриває Програму соціального інвестування, метою якої є надання фінансових ресурсів для розвитку соціальних підприємств у вигляді кредитів (під низькі кредитні ставки від 5 до 10% річних) через комерційні банки в Україні [17].

Крім того, у квітні 2015 року у Верховній Раді України було зареєстровано законопроект «Про соціальні підприємства», згідно з яким

соціальною підприємством визначався 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 та підтримки соціально вразливих груп населення (безробітних, малозабезпечених, осіб похилого віку, осіб з інвалідністю та інших встановлених законодавством осіб). Однак, на жаль, у серпні 2019 року проект відкликали [9].

За даними групи експертів у галузі права, економіки та соціально-політичних наук для проекту «EU4Youth – Розкриття потенціалу молодих соціальних підприємців в Молдові та Україні Каталог соціальних підприємств 2016-2017 років, виданий в рамках проекту «Соціальні підприємства в Україні» громадської організації «Молодіжний центр з проблем трансформації соціальної сфери «СОЦІУМ-XXI» за фінансової підтримки Western NIS Enterprise Fund, в Україні налічувалося 150 соціальних підприємств. З 2008 по 2017 рік було створено 112 соціальних підприємств, з яких 66 було зареєстровано у 2015-2016 рр., 78 соціальних підприємств мали до 5 осіб, 26 – 6-10 осіб, у 15 зареєстровано 11-20 офіційно зайнятих. Лише у чотирьох соціальних підприємствах працювало понад 100 працівників. 10 соціальних підприємств працювали лише завдяки підтримці волонтерів. Варто відмітити, що Каталог містить лише самозадекларовані підприємницькі ініціативи, які вважають себе соціальними підприємствами. Головними критеріями, за якими підприємства визнавались соціальними і вносились до цього Каталогу, були, зокрема:

- працевлаштування вразливих верств населення (ветерани АТО, ВПО, люди з інвалідністю, мешканці сільської місцевості таке інше);
- частина чи весь прибуток від діяльності спрямовується на підтримання статутної діяльності громадських організацій, благодійних організацій чи благодійних фондів;

- частина чи весь прибуток спрямовується на фінансування окремих видів послуг для соціально вразливих груп населення, підтримки соціальних, культурних чи спортивних заходів, проектів.

За даними базового дослідження від 2020 р. та аналізу інших аналітичних та статистичних джерел, станом на 2020 рік в Україні працюють близько 1000 підприємств, які можна віднести до соціальних. Прогресуючий зріст кількості соціальних підприємств у останні 6 років (82%) є своєрідною реакцією на прояви соціально-економічної кризи, що стала наслідком політичної та геополітичної кризи – військовий конфлікт на Сході України, анексія Криму, поява нових категорій осіб, які потребують соціальної підтримки – біженці з Криму та Донбасу, ветерани АТО, економічна стагнація, зріст інфляції тощо. Саме тому виникла гостра необхідність у пошуку альтернативних джерел фінансування та допомоги у вирішенні соціальних проблем найбільш уразливих категорій громадян. Що стосується географії розповсюдження соціальних підприємств, то вона охоплює всю Україну. Найбільша кількість соціальних підприємств знаходиться у м. Київ (20%), Львівській (10%), Полтавській (6%), Донецькій (6%), Київській (5%), Запорізькій (5%), Харківській (4%) областях. Найменше соціальних підприємств у Волинській області.

Прикладами соціальних підприємств є такі: 1) мережа компаній «Ветерано Груп», яка була створена ветераном АТО у 2015 році; 2) студія дизайнерських рішень з переробленого пластику та лабораторія досліджень вторинного застосування пластикових відходів Zelenew, заснована у 2014 році; 3) Львівська свічкова мануфактура, заснована 2013 року [17].

Отже, можемо відмітити, що не дивлячись на відсутність достатнього законодавчого регулювання на сьогодні досить перспективним є напрямок соціального підприємництва в Україні.

## **2.2 Соціологічний аналіз рівня соціальної відповідальності на прикладі львівських підприємств**

Соціальне підприємництво у сучасному світі є видом успішної діяльності, за основу якої береться вирішення соціальних проблем. У випадку, коли держава не зможе вирішити певний спектр соціальних проблем, на допомогу приходять соціальні інновації підприємництва. Тому розвиток соціального підприємництва є актуальним питанням, яке вимагає проведення окремого дослідження. Соціальне підприємництво, у свою чергу, можна прирівняти до благодійності.

Станом на сьогодні у Львові працює низка соціальних підприємств, що надають соціальні послуги населенню, забезпечують підтримку незахищених верст населення, залучають до трудової діяльності та надають можливості ресоціалізації людей, які цього потребують (колишні ув'язнені, наркотично залежні, люди, що страждають на алкоголізм тощо). При цьому такі підприємства вже навчилися самостійно заробляти кошти на утримання своїх організацій, тим самим забезпечивши свою незалежність від державного фінансування або міжнародних грантів [Додаток А.].

Тому проаналізуємо стан розвитку соціального підприємництва на прикладі Львівських підприємств та за результатами контент аналізу з'ясуємо, які підприємства у Львові є соціально відповідальними.

### **«WoodLuck»**

Майстерня WoodLuck засновувалася як соціальне підприємництво, і 10% від прибутку вони скеровують для сімей, які перебувають у скруті.

Головна їхня місія – це створювати зручні, атмосферні меблі, які відповідають індивідуальному стилю, залучаючи до роботи людей із вразливих груп населення.

Цінності:

1. Творимо разом: у нас злагоджена команда, яка працює разом із клієнтом, тому кожен відчуває свій внесок у кінцевий продукт;
2. Беремо відповідальність: відповідальність перед собою, клієнтом та суспільством;
3. Допомогаємо спільно: ми віддаємо частину своїх ресурсів (прибуток, час, продукцію) на розвиток спільноти;
4. Віримо в людей: віримо в творчий потенціал та силу духу кожної людини.

Також підприємство працевлаштовує чоловіків, які пройшли реабілітацію від алко- та наркозалежності в реабілітаційних центрах у Львові, а також тих, які повернулися з АТО; фінансово і матеріально підтримують соціальну програму БО Львівська освітня фундація «Добрий сусід». Ця програма спрямована на допомогу родинам в скрутному становищі, а також на активізацію громад на мікрорівнях.

### **«ЛедіДі Ательє»**

Інформація взята з офіційного сайту Львівської міської ради. «ЛедіДі Ательє» ГО – це ательє, яке створює дизайнерські хустини. Працівниками є особи з інклюзією. Зауважимо, що це є перше в Україні інклюзивне ательє Lady Di atelier. Одним із основних завдань організації є допомога іншим, а саме пропозиція надати роботу (доступне робоче місце) і допомогти реалізувати своїм працівникам свої таланти сповна.

Із соціальних мереж у наявності є тільки Фейсбук, на сторінці активно виходять пости про хустин, а також наявні мініролики, як люди з інклюзією, займаються виробництвом.

### **«Майстерня мрії»**

Майстерня мрії – це центр денного перебування для молоді з ментальними порушеннями. Працівники збираються з хлопцями та дівчатами, які мають аутизм, синдром Дауна чи різні порушення

когнітивного розвитку та проводять разом час. Разом з асистентами та волонтерами відвідувачі навчаються побутових навичок, займаються творчістю, відвідують екскурсії та проводять власні заходи. Центр виготовляє натуральний чай, прибуток з якого йде на розвиток Майстерні. Із соціальних мереж наявні Інстаграм та Фейсбук, на сторінках регулярно постяться матеріали, на яких відображується діяльність центру.

### **«Рукомисли»**

Засновником підприємства «Рукомисли» є громадська організація «Центр «Жіночі перспективи». Підприємство займається виготовленням унікальних аксесуарів (капелюхи, палантини, прикраси тощо) в техніці валяння та розпису по тканині.

Метою створення підприємства є сприяння у працевлаштуванні осіб, що опинились в складних життєвих обставинах. Для її реалізації підприємство проводить навчальні курси з виготовлення виробів в техніці валяння та з розпису по тканині, тренінги, арт-терапевтичні сесії, майстер-класи тощо.

Учасники отримують професійні навички, психологічну підтримку, що допомагає їм розкритись, віднайти внутрішні резерви та розширити свої можливості для самореалізації.

Із соціальних мереж в наявності тільки Фейсбук, на сторінці підприємства знову ж таки публікують фотографії своїх виробів для подальшого продажу, з прибутку якого їхнє підприємство функціонує.

### **«!FEST»**

Місія полягає у наступному: творити унікальний простір позитивних емоцій та вражень, робити себе, місто, країну та світ кращими.

Ціль: стати світовою компанією.

Цінності: унікальні та яскраві, пристрасні та небайдужі, патріотичні та відкриті - ми разом рухаємось вперед!

Якщо говорити про добродійність, то у Феста є фонд «ФОНД ВІЛЬНИХ ТА НЕБАЙДУЖИХ»

Фонд – це спільнота людей, об'єднана спільними цінностями та покликана робити добрі справи.

Пріоритетами діяльності фонду є медицина, освіта та інфраструктурні проекти. Фонд ставить перед собою цілі та досягає їх. Фонд наповнюється внесками небайдужих людей у закладах Холдингу емоцій «!FEST», а також бофонам (це їхня віртуальна валюта) членів спільноти LOKAL, які ті добровільно жертвують.

Натомість холдинг «!FEST», на нашу думку, є соціально відповідальним бізнесом, так як спочатку його заснування метою було досягнення своїх фінансових цілей.

Відтак, нами запропоновані наступні **гіпотези дослідження**:

1. Рівень соціального підприємництва у Львові є низьким;
2. Соціальне підприємництво у Львові є недостатньо поширеним;
3. Соціальні мережі підприємств недостатньо інформативні щодо соціальної відповідальності;
3. Соціальні підприємці на шляху до відкриття підприємства мають перешкоди з боку владних структур;
4. Влада не підтримує соціальне підприємництво ніяк, окрім зниження податків;

Гіпотеза про те, що рівень соціального підприємництва у Львові є низьким підтверджена тому, що присутній недостатній рівень обізнаності про соціальне підприємництво у громадськості та державних, бізнес установах.

Гіпотеза про те, що соціальне підприємництво у Львові є недостатньо поширеним підтверджена тому, що воно не легалізоване та юридично не визнане.

Гіпотеза про те, що соціальні мережі підприємств недостатньо інформативні щодо соціальної відповідальності спростована. Аналізуючи



сайти та соціальні мережі соціальних підприємств, можемо сказати, що у більшості з них активно налаштована таргет-реклама, працюють смм-спеціалісти та активно ведуться соціальні сторінки.

Гіпотези про те, що соціальні підприємці на шляху до відкриття підприємства мають перешкоди збоку владних структур та влада не підтримує соціальне підприємництво ніяк, окрім зниження податків спростована. Львівська міська рада допомагає соціальним підприємствам з рекламою, а саме безкоштовним висвітленням рекламних плакатів на білбордах міста.

## **Висновки до Розділу II**

У соціального підприємства виділяють три основні риси: економічна стійкість, вміння вирішувати соціальні проблеми та найважливіше, про що часто забувають, — застосування в цих рішеннях інноваційних підходів.

Аналізуючи сайти підприємств можемо зазначити, що перші три підприємства є соціальними підприємствами, адже їхня місія та ціль полягає не в одержанні прибутку як такого, а саме у вирішенні соціальних проблем міста Львова та його жителів, допомозі у працевлаштуванні людей з інклюзією, людей, які проходять лікування від наркозалежності або малозабезпеченим сім'ям.

Різниця між корпоративною соціальною відповідальністю та соціальним підприємництвом полягає в бізнес-моделі.

Соціально відповідальний бізнес – це певні етичні практики, стандарти, рішення чи ініціативи компанії, які виражають відповідальне ставлення цієї ж компанії до свого персоналу, до належного виробництва свого продукту чи надання якісних послуг, до клієнтів, партнерів та всіх, на кого може вплинути діяльність самої компанії, що і показує холдинг фест.

Соціальне підприємство, натомість, зобов'язується виконувати соціальну місію з самих початків свого створення.

Аналізуючи соціальні підприємництва, можемо сказати, що місія кожного соціального підприємства – це не тільки бізнес, а допомога різним людям, вирішення соціальних проблем. Головна мета соціальних підприємств – це соціальні зміни. Зазвичай вони відбуваються завдяки вирішенню наявної проблеми, яку недооцінили чи проігнорували інші інституції. Приклади з наведених вище інтерв'ю є: екологія, незаможне населення, група індивідів з різними соціальними статусами, особи з інклюзією тощо.

Основна відмінність соціального підприємництва – це наявність місії і можна сказати, що місія у всіх однакова – творити світ кращим та добрішим, вирішувати соціальні проблеми.

У кожного соціального підприємництва є зафіксований відсоток від прибутку на досягнення соціальної мети.

Наразі простежується тенденція все більшого розвитку соціального підприємництва України. Соціальне підприємство має великий внутрішній потенціал. Аналізуючи відповіді респондентів, сміливо можемо зробити висновок, що Львівська міська рада допомагає соціальним підприємствам.

Соціальні підприємці – це надзвичайно охочі та талановиті люди, які несуть вагомий внесок в покращення країни.

## ВИСНОВКИ

Нами було здійснено дослідження тенденцій та перспектив розвитку соціального підприємництва в сучасній Україні. Результати роботи дозволяють стверджувати про досягнення мети та завдань наукових пошуків.

По-перше, розкриті поняття «соціального підприємництва» у міждисциплінарному дискурсі. Встановлено, що соціальне підприємництво у науковій доктрині розглядають крізь призму таких підходів підходів, як: 1) бізнес, який поєднує у собі комерційну діяльність, соціальну мету (місію) та розподіл процентів від отримання прибутку на соціальні цілі; 2) соціально-орієнтована діяльність, яка не залежить від зовнішніх джерел фінансування, отримує дохід від власної діяльності, який в подальшому і спрямовується на розв'язання чи пом'якшення проблем соціального характеру; 5) спосіб соціальної підтримки певних груп населення; 6) механізм сприяння економічному розвитку, підтримки підприємництва; 7) альтернативний державному механізм вирішення соціальних проблем.

Соціальне підприємництво відрізняється від підприємництва насамперед тим, що перше впливає на соціальні групи шляхом здійснення: соціальної підтримки, забезпеченні трудової зайнятості населення за допомогою реалізації соціальних проектів, зростанні соціально економічної ефективності регіонів за рахунок зменшення навантаження на бюджети всіх рівнів шляхом реалізації приватних соціальних підприємницьких проектів, чільну роль в яких займає держава; територіальному розвитку за рахунок насичення міського середовища та підвищення територіальної зв'язності, в тому числі за рахунок розвитку невикористовуваних земель і створення транспортної інфраструктури; розвитку культурного середовища за допомогою максимально ефективного використання соціальними підприємцями потенціалу культурних установ. Крім того, в соціологічному дискурсі існує окремий концепт розвитку підприємництва, а також соціального підприємництва, яке розкривається у дослідницьких роботах вчених-соціологів.

По-друге, визначено концептуальні підходи до вивчення соціального підприємництва в соціологічному дискурсі. З'ясовано, що в соціологічному дискурсі існує окремий концепт розвитку підприємництва, а також соціального підприємництва, яке розкривається у дослідницьких роботах вчених-соціологів.

По-третє, висвітлено основи моделювання соціального підприємництва крізь призму феноменологічної парадигми. Встановлено, що у процесі вивчення соціального підприємництва важливу роль відіграє феноменологічний підхід, який дозволяє глибше зрозуміти природу управлінського потенціалу підприємства, а також методи його зростання в процесі повсякденної діяльності людей. Потенціал менеджменту в компанії розглядається як соціальне явище, що є сукупністю даних досвіду і проявляється в повсякденному професійному житті.

По-четверте, здійснено аналіз показників розвитку соціального підприємництва в контексті сучасного розвитку держави. Визначено, що у соціального підприємства виділяють три основні риси: економічна стійкість, вміння вирішувати соціальні проблеми та найважливіше, про що часто забувають, — застосування в цих рішеннях інноваційних підходів.

По-п'яте, вдалося висвітлити результати соціологічного дослідження. Аналізуючи всі соціальні підприємництва, можна зробити висновок, що місія кожного соціального підприємства – це не тільки бізнес, а допомога різним людям, вирішення соціальних проблем. Головна мета соціальних підприємств – це соціальні зміни. Зазвичай вони відбуваються завдяки вирішенню наявної проблеми, яку недооцінили чи проігнорували інші інституції. Приклади з наведених вище інтерв'ю є: екологія, незаможне населення, група індивідів з різними соціальними статусами, особи з інклюзією тощо. Основна відмінність соціального підприємства – це наявність місії і можна сказати, що місія у всіх однакова – творити світ кращим та добрішим, вирішувати соціальні проблем.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ

1. Березяк І. І. Дискусійні питання теорії соціального підприємництва в Україні / Наукові записки Національного університету «Острозька академія», серія «Економіка», випуск 28, 2015. URL: <https://ecj.oa.edu.ua/articles/2015/n28/7.pdf> (дата звернення 27.05.22)
2. Вебер М. Протестанська етика і дух капіталізму / пер. З нім. О. Погорілий, Київ, Основи, 1994. URL: [https://chtyvo.org.ua/authors/Weber\\_Max/Protestanska\\_etyka\\_i\\_dukh\\_kapitalizmu/](https://chtyvo.org.ua/authors/Weber_Max/Protestanska_etyka_i_dukh_kapitalizmu/) (дата звернення 10.05.22)
3. Голуб'як Н. Р. Соціальне підприємництво як механізм вирішення соціально-політичних проблем / S.P.A.C.E. № 2/2017. URL: <http://lib.pnu.edu.ua:8080/bitstream/123456789/2686/1/Golubyak%20SPACE%202-2017.pdf> (дата звернення 22.05.22)
4. Господарський кодекс України: закон України / Відомості Верховної Ради України (ВВР), 2003, № 18, № 19-20, № 21-22, ст. 144. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15#Text>
5. Добрава Н. В. Соціальне підприємництво. URL: <http://dspace.oneu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/4298/1/Соціальне%20підприємництво.pdf> (дата звернення 25.05.22)
6. Закон України «Про основи соціальної захищеності осіб з інвалідністю в Україні». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/875-12#Text> (дата звернення 15.05.22)
7. Зенцова Ю. С. Вплив короткострокового соціально-психологічного тренінгу на управлінський потенціал особистості : дис. ... канд. психол. наук / Ю. С. Зенцова. - Казань, 2003. - С. 42 (дата звернення 15.05.22)
8. Інституціональна економічна теорія Торстейна Веблена. URL: [https://pidru4niki.com/88073/politekonomiya/institutsionalna\\_ekonomichna\\_teoriya\\_torsteyna\\_veblena](https://pidru4niki.com/88073/politekonomiya/institutsionalna_ekonomichna_teoriya_torsteyna_veblena) (дата звернення 14.05.22)
9. Каменко І. С. Аналітичний звіт «Соціальне підприємництво в Україні: економіко-правовий аналіз». URL:

[https://www.euneighbours.eu/sites/default/files/publications/2020\\_11/Legal%20report%20in%20Ukraine\\_Ukrainian\\_0.pdf](https://www.euneighbours.eu/sites/default/files/publications/2020_11/Legal%20report%20in%20Ukraine_Ukrainian_0.pdf) (дата звернення 15.05.22)

10. Комарова К. В., Ковальчук Н. В. Соціальна відповідальність як складова стратегії розвитку бізнесу на підприємствах України / Науково-виробничий журнал «Інноваційні економіка», № 5-6, 2016. URL: <http://212.1.86.13/jspui/bitstream/123456789/2470/1/Соціальна%20відповідальність%20як%20складова%20стратегії.pdf> (дата звернення 19.05.22)

11. Корнецький А. О. Еволюція підприємництва та його типологія / Економічна наука, № 12, 2021. URL: [http://www.economy.in.ua/pdf/12\\_2021/23.pdf](http://www.economy.in.ua/pdf/12_2021/23.pdf) (дата звернення 17.05.22)

12. Кот Л. До питання про природу у сутність соціального підприємництва / Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка, № 12 (165), 2014. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/do-pitannya-pro-prirodu-i-sutnist-sotsialnogopidpriemnitstva/viewer> (дата звернення 18.05.22)

13. Кравцов Ю.С. Конспект лекцій з дисципліни. «Феноменологічна та інституціональна соціологія». Кам'янське: ДДТУ, 2017. 44 с. URL: <http://www.dstu.dp.ua/Portal/Data/7/15/7-16-mz8.pdf> (дата звернення 15.05.22)

14. Куц М. Р. Соціальне підприємництво: основні ідеї та перспективи дослідження соціології / Наукові записки, Том 174. Соціологічні науки, 2015. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/149248622.pdf> (дата звернення 16.05.22)

15. Матвієнко-Біляєва Г. Л. Соціальне підприємництво: ефективний гібридний бізнес феномен / Економіка і суспільство, Випуск № 14/2018. URL: [https://economyandsociety.in.ua/journals/14\\_ukr/64.pdf](https://economyandsociety.in.ua/journals/14_ukr/64.pdf) (дата звернення 17.05.22)

16. Пегета М. М. Соціальне підприємництво як інструмент реалізації цілей сталого розвитку (на прикладі компанії «Good Bread from Good People») / кваліфікаційна робота бакалавра з менеджменту, 2021, Київ. URL: <http://rep.knlu.edu.ua/xmlui/bitstream/handle/787878787/2004/Pereta.pdf?sequence=1&isAllowed=y> (дата звернення 20.05.22)

17. Популярні соціальні підприємства в Україні – Соціальне підприємництво в Україні. URL: [https://socialbusiness.in.ua/knowledge\\_base/popularni-sotsial-ni-pidpriemstva-v-ukraini/](https://socialbusiness.in.ua/knowledge_base/popularni-sotsial-ni-pidpriemstva-v-ukraini/)(дата звернення 15.05.22)
18. Проект Закону України «Про соціальне підприємництво» від 23.04.2015 № 2710. URL: [http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4\\_1?pf3511=54903](http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_1?pf3511=54903) (дата звернення 19.05.22)
19. Сайт Львівської міської ради. URL: <https://city-adm.lviv.ua/portal/catalog/pidpriemstva/sotsialni-pidpriemstva> (дата звернення 20.05.2022)
20. Свинчук А. А., Корнецький А. О., Гончарова М. А., Назарук В. Я., Гусак Н. Є., Туманова А. А. Соціальне підприємництво: від ідей до суспільних змін / Посібник, Київ, ТОВ «Підприємство «ВІ ЕН ЕЙ», 2017, 188 с. URL: [https://krliman.gov.ua/upload/editor/soc\\_biznes.pdf](https://krliman.gov.ua/upload/editor/soc_biznes.pdf) (дата звернення 23.05.22)
21. Сіренко Н. М., Лункіна Т. І. Соціальне підприємництво в Україні: основні аспекти / Міжнародний науково-виробничий журнал «Сталий розвиток економіки», № 1, 2016 [30]. URL: [http://dspace.mnau.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/1904/1/1\\_2016%20сіренко%20рус.pdf](http://dspace.mnau.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/1904/1/1_2016%20сіренко%20рус.pdf) (дата звернення 15.05.22)
22. Смаль В., Кокоть В. Що слід знати про соціальне підприємництво / посібник Федерації канадських муніципалітетів, 2017. URL: [http://pleddg.org.ua/wp-content/uploads/2017/11/Social\\_Entrepreneurship\\_-\\_Guide-WEB-1.pdf](http://pleddg.org.ua/wp-content/uploads/2017/11/Social_Entrepreneurship_-_Guide-WEB-1.pdf) (дата звернення 21.05.22)
23. Сміт А. Дослідження про природу і причини багатства народів, 2018, Київ, Наш формат. URL: <https://kniga.biz.ua/pdf/8118-Bagatstvo.pdf> (дата звернення 11.05.22)
24. Соціальне підприємництво: від ідеї до суспільних змін. Посібник / Свинчук А.А., Корнецький А.О., Гончарова М.А., Назарук В.Я., Гусак Н.Є., Туманова А.А. – К: ТОВ «ПІДПРИЄМСТВО «ВІ ЕН ЕЙ», 2017 – 188 с. (дата звернення 15.05.22)

25. Соціологія і психологія [Текст]: навч. посібник / ред. : Ю. Ф. Пачковський. К. : Каравела, 2009. 760 с.
26. Соціологія: словник термінів і понять / Є. А. Біленький, М. А. Козловець, І. В. Саух та ін. ; К. : Кондор, 2006. 372 с.
27. Шаульська Л. В. Розвиток соціального підприємництва як напрям державного регулювання ринку праці / Економіка і організація управління, № 2 (22), 2016. URL:[https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&e&source=web&cd=&ved=2ahUKEwjI3abTqZv4AhXSMewKHX2gCXQQFnoECAMQAQ&url=https%3A%2F%2Fjeou.donnu.edu.ua%2Farticle%2Fview%2F4823%2F4854&usg=AOvVaw1pnl\\_zrdzo\\_oSoYOIRBgnu](https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&e&source=web&cd=&ved=2ahUKEwjI3abTqZv4AhXSMewKHX2gCXQQFnoECAMQAQ&url=https%3A%2F%2Fjeou.donnu.edu.ua%2Farticle%2Fview%2F4823%2F4854&usg=AOvVaw1pnl_zrdzo_oSoYOIRBgnu) (дата звернення 12.05.22)
28. Швець Г. О. Соціальне підприємництво: теоретичні та практичні аспекти / Економіка і організація управління, № 3 (39) 2020. URL: <https://jeou.donnu.edu.ua/article/view/9719> (дата звернення 20.05.22)
29. Шумпетер Й. А. Теорія економічного розвитку: дослідження прибутків, капіталу, кредиту, відсотка та економічного циклу / Пер. з англ. В. Старка, Київ, Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2011. URL: [https://chtyvo.org.ua/authors/Shumpeter\\_Yozef\\_A/Teoriia\\_ekonomichnoho\\_rozvytku\\_Doslidzhennia\\_prybutkiv\\_kapitalu\\_kredytu\\_vidsotka\\_ta\\_ekonomichnoho\\_ts/](https://chtyvo.org.ua/authors/Shumpeter_Yozef_A/Teoriia_ekonomichnoho_rozvytku_Doslidzhennia_prybutkiv_kapitalu_kredytu_vidsotka_ta_ekonomichnoho_ts/) (дата звернення 10.05.2022)
30. 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: [http://www.caseatduke.org/documents/dees\\_sedef.pdf](http://www.caseatduke.org/documents/dees_sedef.pdf) (дата звернення 15.05.22)



## ПРОГРАМА СОЦІОЛОГІЧНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ

*«Рівень соціальної відповідальності на львівських підприємствах»**1.Методологічна частина**1.1 Опис проблемної ситуації*

Соціальне підприємництво у сучасному світі є видом успішної діяльності, за основу якої береться вирішення соціальних проблем. Коли держава не зможе вирішити певні соціальні проблеми, на допомогу приходять соціальні інновації підприємництва. Тому розвиток соціального підприємництва є актуальним питанням, яке вимагає проведення окремого дослідження. Соціальне підприємництво, у свою чергу, можна прирівняти до благодійності .

Станом на сьогодні у Львові працює низка соціальних підприємств, що надають соціальні послуги населенню, забезпечують підтримку незахищених верст населення, залучають до трудової діяльності та надають можливості ресоціалізації людей, які цього потребують (колишні ув'язнені, наркотично залежні, люди, що страждають на алкоголізм тощо). При цьому такі підприємства вже навчилися самостійно заробляти кошти на утримання своїх організацій, тим самим забезпечивши свою незалежність від державного фінансування або міжнародних грантів.

Соціальне підприємництво можна назвати як модний тренд серед неприбуткових організацій України. В Україні вже давно успішно існують підприємства, які займаються вирішенням соціальних питань: Urban Space 100 та 500, «Горіховий Дім», «Манівці», «Ясна Річ», «ІнваФішки», Woodluck, «Третя після опівночі» тощо. Їх досвід надихає інших до створення соціального підприємництва.

Тому цікавість з боку громадськості до цього феномену кожного року росте. В умовах сучасної України соціальне підприємництво стало реальним механізмом вирішення проблеми суспільства, наприклад соціальна відповідальність бізнесу, яка турбується про те, щоб продукти їхньої

діяльності не шкодили навколишньому світу, а соціальне підприємництво може займатися незахищеними верствами населення України та допомагати, наприклад, з робочими місцями. Тобто мета такого підприємництва – вирішення суспільних актуальних проблем.

*1.2 Тема дослідження:* «Рівень соціальної відповідальності Львівських підприємств».

*1.3 Мета:* 1) Визначити рівень соціальної відповідальності Львівських підприємств, опираючись на інформацію з офіційних веб-сайтів; 2) Дізнатися історію створення та успіху соціального підприємства.

*1.4 Завдання:*

1. Дослідити, чи є обрані підприємства соціально відповідальними, за такими критеріями як: 1) форма підприємства (наприклад, громадська організація (з комерційним проектом), благодійний фонд (з комерційним проектом)); 2) Чітко виражені цілі підприємства; 3) Демократичне управління; 4) Не є соціально відповідальним бізнесом.

2. З'ясувати механізм функціонування таких підприємств;

3. Провести аналіз порівняння наповнення сайтів обраних підприємств;

3.1 Здійснити аналіз соціальних мереж підприємств;

3.2 З'ясувати, які засоби поширення інформації про своє існування використовуються підприємствами.

4. Дослідити, які перешкоди наявні на етапі відкриття соціального підприємства.

*1.5 Об'єкт дослідження:* підприємства Львова та власники соціальних підприємств (соціальні підприємці).

*1.6. Предмет дослідження:* рівень соціального підприємництва у Львові.

*1.7. Теоретична інтерпретація базових понять:*

Соціальне підприємництво – це підприємництво, підприємницька діяльність покликана вирішити соціальні проблеми та задовольнити потреби суспільства. Можна зауважити, що соціальне підприємництво – це унікальна

можливість поєднання соціальної місії з бажанням отримати прибуток, надати певні послуги та реалізувати товари.

#### *1.8. Робочі гіпотези дослідження:*

1. Рівень соціального підприємництва у Львові є досить низьким;
2. Соціальне підприємництво у Львові є недостатньо поширеним;
3. Соціальні мережі підприємств є недостатньо інформативні щодо соціальної відповідальності;
4. Соціальні підприємці на шляху до відкриття підприємства мають перешкоди збоку владних структур;
5. Влада не підтримує соціальне підприємництво жодним чином, окрім зниження податків.

## **2. Методична частина**

*2.1 Методи й техніки отримання інформації:* У ході даного дослідження вважаємо доцільним використання методу якісного контент-аналізу, оскільки він дає можливість поглиблено та змістовно отримати відкриті, повні відповіді на необхідну тему. Для здійснення контент-аналізу ми вирішили обрати такі підприємства як: «!FEST», «Майстерня Мрії», «ЛедіДі Ательє», «Рукомисли», «WoodLuck», «Світоч» - обрані підприємства позиціонують себе як соціально відповідальні, так само про це зазначається на офіційному вебсайті Львівської міської ради [19], тому ми будемо опиратись на офіційний інформаційний ресурс цих підприємств. У контент-аналізі ми будемо порівнювати сайти обраних нами підприємств на наявність розгорнутої інформації про них (історія), у чому полягає їхня місія, цінності, чи співпрацюють вони з благодійними фондами, також на наявність соціальних мереж (Instagram, Twitter, Facebook, Tiktok) та методи й особливості викладання постів, а також коментарі під постами.

*2.2 Принципи відбору учасників дослідження:* Для здійснення контент-аналізу ми вирішили обрати такі підприємства як: !FEST, «Майстерня Мрії», «ЛедіДі Ательє», «Рукомисли», «WoodLuck», «Світоч» - це є одні з найпопулярніших Львівських підприємств. Оскільки ще одним об'єктом

дослідження є соціальні підприємці, то ми виріши що це буде вибірка, чоловіків та жінок віком від 18-65 , головною умовою буде, щоб респонденти володіли соціальним підприємством саме у м. Львові.