

Стартуй: соціальне підприємництво в молодіжному центрі

Практичний посібник зі створення соціального підприємництва



Посібник розроблено на основі фіксованого досвіду реалізації проєкту «Стартуй: соціальне підприємництво в молодіжному центрі» проєкту «EU4Youth Phase III – Strengthening sustainability and social inclusion of young people» реалізується ГО «Молодіжна платформа» та School of ME у партнерстві з Міністерством закордонних справ Литовської Республіки та Central Project Management Agency (CPVA) за підтримки Міністерства молоді та спорту України та фінансової підтримки Європейського Союзу.

Мета посібника — узагальнити практичні інструменти та описати підходи для створення соціального підприємництва на базі молодіжних центрів для підвищення їхньої фінансової сталості та посилення соціального впливу на громаду. Видання містить надихаючі приклади, які допоможуть перетворити бізнес-ідеї на дієві рішення та практики. В основу посібника покладено досвід проєкту «Стартуй: соціальне підприємництво в молодіжному центрі», який допоміг ініціативним командам з 8-ми молодіжних центрів України створити життєздатні підприємства, що не лише дають прибуток, а й розв'язувати соціальні проблеми.

Видання буде помічним для молодіжних центрів та просторів, громадських та благодійних організацій, органів місцевого самоврядування, освітніх та культурних установ та всіх, хто зацікавлений у розвитку фінансової сталості молодіжної інфраструктури та розвитку соціального капіталу територіальних громад через створення соціального підприємництва.

Авторські права: ГО «Молодіжна платформа»

Упорядниця: Ірина Ткаченко, ГО «Агенція сталого розвитку “Хмарочос”»

(м. Кропивницький)

Всі права захищені. Тексти можуть бути відтворені в некомерційних цілях з належним зазначенням джерела.

Про авторів проекту «Стартуй: соціальне підприємництво в молодіжному центрі»:

ГО «Молодіжна платформа» — громадська організація, яка вже понад 10 років працює у секторі молодіжної політики та молодіжної роботи. Організація з 2021 року спеціалізується на творенні та посиленні роботи молодіжних центрів та молодіжних рад. Експертиза організації також поширюється на творення систем молодіжної політики у громадах та інноваційних інструментів молодіжної роботи, підтримку роботи молодіжних працівників та працівниць. Офіс громадської організації знаходиться у м.Луцьк, Волинська область.

School of ME, або Школа усвідомленого підприємництва — громадська організація/ стартап односторонців, який розробляє і впроваджує проекти з соціального, шкільного, молодіжного підприємництва для досягнення ціннісних змін у підприємницькій екосистемі. Офіс організації знаходиться у м. Київ.

CPVA (Central project management agency) — організація, яка має понад 20 років досвіду в управлінні проектами й працює над тим, щоб державні інвестиції приносили користь та відповідально управлялися. CPVA не тільки адмініструє проекти міжнародного співробітництва, а й надає методологічну підтримку з питань державних інвестицій державним та муніципальним органам влади та установам, консультує з питань, пов'язаних з проектами державно-приватного партнерства. Головний офіс організації знаходиться у м. Вільнюс, Литва.

Список скорочень

СП — соціальне підприємництво
СБ — соціальний бізнес
КСВ — корпоративна соціальна відповідальність
ОГС — організація громадянського суспільства
ГО — громадська організація
БФ — благодійний фонд
МЦ — молодіжний центр
ОМС — орган місцевого самоврядування
ЗУ — Закон України
ОПФ — організаційно-правова форма
ГКУ — Господарський кодекс України
ПКУ — Податковий кодекс України

Зміст

Вступ.

Молодь. Ідеї. Дії. Чому соціальне підприємництво — це можливість для молодіжних центрів

Розділ 1.

Що таке соціальне підприємництво і як воно може посилити молодіжні центри

Розділ 2.

Правові та організаційні підходи до створення соціального підприємництва у молодіжному центрі

Розділ 3.

Дорожня карта створення соціального підприємництва у молодіжному центрі

Розділ 4.

Надихайся і надивляйся. Досвід проєкту «Стартуй: соціальне підприємництво в молодіжному центрі»

Розділ 5.

Рекомендації для ОМС щодо підтримки соціального підприємництва у громаді на базі молодіжних центрів

Висновки

Додатки

Інструменти для розробки бізнес-моделей соціального підприємництва
Шаблони документів

Список використаних джерел

Вступ



Молодь. Ідеї. Дії. Чому
соціальне підприємництво —
це можливість для
молодіжних центрів

Вступ. Молодь. Ідеї. Дії. Чому соціальне підприємництво — це можливість для модіжних центрів

Якщо у вас виникає питання, як створювати соціальну цінність та бути прибутковими одночасно, — запрошуємо до діалогу та дослідження досвіду тих, хто повірив в ідею соціального підприємництва, пілотував свій соціальний бізнес, зокрема у молодіжному центрі.

Цей посібник — не про те, як перетворити молодіжний центр на бізнес. Тут ви знайдете відповіді, як зробити його роботу стійкішою, фінансово спроможною та соціально впливовішою за допомогою соціального підприємництва.

Це не фантазія, а реальність — молодіжні центри, які не лише створюють можливості для розвитку молоді, а й самі стають на кілька кроків ближче до фінансової самозарадності завдяки власному соціальному бізнесу.

У складних умовах, пов'язаних з військовим вторгненням російської федерації в Україну, українська молодь демонструє відповідальність, стійкість, спроможність будувати інноваційні соціальні бізнеси та згуртовувати спільноти. Під час повномасштабного вторгнення в Україні соціальне підприємництво набуває нових вимірів, зокрема і в молодіжній сфері.

Соціальне підприємництво сьогодні вже не сприймається як екзотика. Це інструмент, відповідальний і непростий, зокрема і для побудови фінансової сталості молодіжних центрів чи громадських/благодійних організацій, розвитку людського капіталу у громадах та розширення можливостей для молоді.

У цьому посібнику узагальнено описані дослідниками практичні інструменти та перевірені підходи до створення соціального підприємництва, їх адаптовано під сучасний контекст та потреби молодіжних центрів України, що додає виданню актуальності.

В основу покладено досвід проєкту **«Стартуй: соціальне підприємництво в молодіжному центрі»**, який допоміг ініціативним командам з 8-ми молодіжних центрів України перетворити ідеї на життєздатні підприємства, що не лише дають прибуток, а й розв'язують соціальні проблеми.

Впевненості у дієвості соціального підприємництва додають численні успішні приклади молодіжного та шкільного соціального підприємництва, які, зокрема впроваджуються за підтримки ГО «School of ME» та інших організацій і міжнародних партнерів, які підтримують Україну.

Кілька важливих нотаток з рефлексії команд проєкту, які започаткували на базі молодіжних центрів¹:

Коли молодіжний центр запускає соціальне підприємство, він переходить від постійного пошуку фінансування до позиції «ми самі створюємо ресурс, який працює на нас і на спільноту». Це відкриває двері до нових форматів: навчальні майстерні, креативні простори, кав'ярні, студії, курси, екоініціативи, нові сервіси та послуги — усе це може приносити дохід і водночас бути корисним для молоді.

Соціальне підприємництво підсилює сам центр — робить його стабільним, гнучким, незалежним, а також розширює горизонт для самої молоді: тут можна навчитися підприємництву, креативності, лідерству. Молоді люди не просто «відвідують центр», вони стають його частиною, творцями змін.

Це простір, де ідеї перетворюються на дії, а дії — на вплив. І коли молодіжний центр починає працювати як соціальне підприємство, він стає точкою росту — не тільки для себе, а й для молодіжних спільнот громади.



Підсумковий форум “Стартуй: соціальне підприємництво в молодіжному центрі”

¹Як соціальне підприємництво може змінити молодіжні центри та підтримати розвиток молоді
<https://youthplatform.com.ua/yak-sotsialne-pidpriemnytstvo-mozhe-zminyty-molodizhni-tsentry-ta-pidtrymaty-rozvytok-molodi/>

Розділ

01



Що таке соціальне
підприємництво і як воно
може посилити молодіжні
центри

Розділ 1. Що таке соціальне підприємництво і як воно може посилити молодіжні центри

Соціальне підприємництво — це бізнес, який балансує між комерційною та неприбутковою діяльністю. Окрім працюючої бізнес-моделі, має певну вимірювану соціальну цінність.

Мохаммад Юнус, міжнародний експерт, професор²

Це — бізнес із соціальною метою. Створений для покращення життя інших людей. Мету бізнесу не зведено до отримання фінансової вигоди засновником, вона полягає у створенні соціальної цінності для громади чи суспільства загалом і подолання суспільно значущої проблеми.

Аліна Бочарнікова, тренерка з соціального підприємництва³

Це розв'язання чи пом'якшення соціальних проблем за допомогою бізнес-інструментів в інноваційний спосіб.

Дослідники Дж. Мейр (Mair J.) та І.Марті (Marty I.)⁴

Бізнес із соціальними цілями, доходи якого реінвестуються в реалізацію місії або на благо спільноти, а не розподіляються між акціонерами й власниками.

Українська соціальна академія⁵

Соціальне підприємництво — активна підприємницька діяльність, повноцінний бізнес, який розв'язує соціальну проблему і створює стабільну соціальну цінність.

П'ять ознак соціального підприємництва (за Грегорі Дізоє):

- Прийняття на себе місії створення і підтримки соціальної цінності (а не лише цінності для конкретної людини).

² Офіційний сайт Мохаммада Юнуса www.muhammadyunus.org/post/2113/social-business

³ Бочарнікова А.В. #SimpleSE. Про соціальне підприємництво – просто! / Бочарнікова А.В. – К.: СТ-ДРУК, 2020. – 68 с.
<https://drive.google.com/drive/folders/1cNMRsj8JHd3VFg5t9m6e21EKfWyU4oJ>

⁴ Social entrepreneurship research: A source of explanation, prediction, and delight // Journal of World Business. – 2006, vol. 41, p. 36–44.

⁵ Навчальний посібник з соціального підприємництва / Українська соціальна академія [Електронний ресурс]. - Режим доступу:
https://siplatform-live.s3.eu-central-1.amazonaws.com/files/posibnyk_usa.pdf

- Безперервний пошук та використання нових можливостей для служіння обраній місії.
- Участь у процесі творення інновацій, адаптації та навчання.
- Рішучість дій, активність і масштаби яких не повинні обмежуватись наявними ресурсами.
- Висока відповідальність підприємця за результати своєї діяльності – як перед безпосередніми клієнтами, так і перед суспільством.

З кінця 1970-х років у Великій Британії та у Європі загалом використовується наступне визначення: «Соціальне підприємство – юридично зареєстрована організація, яка перебуває у спільній власності та контролюється членами цієї організації на принципах рівності у власності. Підприємство здійснює комерційну діяльність, створює соціальну цінність, зменшує вплив від власної діяльності для екології. Соціальна цінність та екологічна безпека є невід’ємною частиною діяльності соціального підприємства, або ж на їхнє досягнення підприємство скеровує частину прибутку»⁶.

У нормативному полі України чіткого визначення соціального підприємництва досі немає. Громадські організації (ОГС) та благодійні фонди (БФ) керуються Законом України «Про громадські об’єднання» та Законом «Про благодійну діяльність та благодійні організації», які дозволяють їм продавати товари та надавати послуги. Відповідно до останніх змін у Господарському кодексі України, підприємницька діяльність може мати на меті досягнення соціальних результатів. Відсутність чіткого законодавчого визначення соціального підприємництва дає більше свободи у виборі форми діяльності, що дозволяє обирати найзручніші варіанти для реалізації соціальних ініціатив.

Відсутність чіткого законодавчого визначення соціального підприємництва дає більше свободи у виборі форми діяльності, що дозволяє обрати оптимальний варіант для себе⁷.

Попри складні умови — війну, міграцію, невизначеність на законодавчому рівні — соціальне підприємництво в Україні демонструє зростання. Розширюється кількість навчальних програм, посилюється підтримка молоді, а підприємства у цій сфері сприяють не лише розв’язанню соціальних проблем, а й зміцненню економіки на рівні громад.

⁶ Спреклі Ф. Посібник з планування соціального підприємства: пер. з англ. — Київ: Британська Рада, 2011. — 68 с. — С. 4. — URL:

http://www.britishcouncil.org.ua/sites/default/files/posibnik_z_planuvannya_socialnogo_pidpriemstva.pdf

⁷ Корнецький А. Все, що ви хотіли знати про соціальне підприємництво: конспект майстерні Артема Корнецького [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://www.irf.ua/vse-shho-vy-hotily-znaty-pro-soczialne-pidpriyemnytvo-konspekt-majsterni-artema-korneczkogo/>

Яка відмінність між соціальним підприємництвом та соціально відповідальним бізнесом?

Головна їх відмінність — це місія. Якщо підприємство є соціально відповідальним, це не означає, що воно відмовляється від своєї головної мети — збільшення прибутку. Соціальне підприємництво ж створюється і працює виключно на свою місію, головна його мета – розв'язання соціальних проблем.

Прибуток соціального підприємництва спрямовується на досягнення його соціальної місії.

Які підприємства не є соціальними?

1. Будь-який бізнес, що декларує корпоративну соціальну відповідальність (КСВ). Такі компанії мають на меті отримання прибутку як такого, а сама КСВ є їх добровільним зобов'язанням та має другорядний характер. Діяльність соціального ж підприємства спрямовується на розв'язання соціальної проблеми за допомогою отриманого прибутку.
2. Бізнес у соціальній сфері. Існує хибне уявлення, що компанії, які заробляють на соціальних послугах, є соціальними підприємствами. Наприклад, приватні медичні центри й клініки; приватні дошкільні (дитячі садочки) та освітні заклади; приватні пансіонати для літніх людей; приватні соціальні служби. Проте такі підприємства не є соціальними, оскільки ані соціальної мети, чіткого розподілу прибутку у них немає. Соціальний складник такі компанії, швидше, експлуатують для отримання комерційної вигоди для себе чи акціонерів.
3. Надання платних соціальних послуг організаціями різних форм власності. Державні соціальні служби можуть запроваджувати платні соціальні послуги, які плутають із соціальними підприємствами, оскільки такі послуги мають соціальну мету та комерційний складник. Однак насправді вони не відповідають критеріям соціального підприємництва, адже не реінвестують дохід у соціальну мету⁸.

Які бізнеси вважають соціальними⁹?

- Працевлаштовують вразливі, соціально незахищені та малопредставлені групи населення, здійснюють адаптацію та соціалізацію співробітників, створюючи умови й підтримку для реалізації їхнього потенціалу, і забезпечують справедливую винагороду.
- Регулярно реінвестують частину доходу в реалізацію своєї соціальної місії.
- Створюють соціально значущі товари або послуги.

⁸ Соціальне підприємництво. Бізнес-модель. Реєстрація. Оподаткування / Долуда Л., Назарук В., Кірсанова Ю. – Київ, ТОВ «Агентство «Україна», 2017. - 92 с.

⁹ Що таке соціальний бізнес і чому він потрібен Україні: розглядаємо основи соцпідприємництва [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.village.com.ua/village/business/sotsialne-pidpryemnytstvo/349889-social-business>

За якими моделями може працювати соціальне підприємництво?

- **Модель перерозподілу доходу або прибутку** — передбачає реінвестування частини зароблених коштів у соціальні цілі після покриття операційних витрат та амортизації.
- **Модель працевлаштування соціально вразливих груп населення** — підприємство створює робочі місця та умови для людей, які мають обмежений доступ до ринку праці.
- **Змішаний тип.** Часто соціальні підприємства використовують поєднання двох або трьох моделей для досягнення більшого впливу.

Артем Корнецький, співзасновник і керівник «School of ME»¹⁰

Усвідомлене підприємництво — це більше, ніж просто тренд, це необхідність для кращого майбутнього. Воно базується на трьох ключових цінностях: люди, планета, прибуток, і тому його основою є повага до працівників, клієнтів, партнерів, турбота про довкілля, справедливий розподіл прибутків. Соціальний бізнес є різновидом усвідомленого. Він поєднує прибутковість із розв'язанням соціальних проблем: від працевлаштування людей з інвалідністю до боротьби з екологічними змінами. Усі чинні підприємства — хоч мікро-, хоч корпорації — можуть додати соціальну складову в будь-який момент.

Важливо. Якщо бізнес працює за моделлю працевлаштування соціально вразливих людей, він має враховувати положення Закону України «Про соціальні послуги»¹¹.

Згідно із цим законом, до вразливих груп населення належать особи та сім'ї, які мають високий ризик опинитися в складних життєвих обставинах через вплив несприятливих зовнішніх або внутрішніх чинників.

Серед таких чинників:

- похилий вік;
- інвалідність;
- часткова або повна втрата рухової активності, пам'яті;
- невиліковні хвороби або хвороби, що потребують тривалого лікування;
- психічні та поведінкові розлади, у тому числі внаслідок вживання психоактивних речовин;
- втрата соціальних зв'язків (зокрема під час перебування в місцях позбавлення волі);

¹⁰ Що таке соціальний бізнес і чому він потрібен Україні: розглядаємо основи соціалізму підприємництва [Електронний ресурс]. – Режим доступу:

<https://www.village.com.ua/village/business/sotsialne-pidpryemnytstvo/349889-social-business>
<https://www.village.com.ua/village/business/sotsialne-pidpryemnytstvo/349889-social-business>

¹¹ Закону України «Про соціальні послуги» [Електронний ресурс]. – Режим доступу:
<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2671-19#Text>

- бездомність;
- безробіття;
- малозабезпеченість;
- насильство за ознакою статі;
- жорстоке поводження з дитиною;
- домашнє насильство;
- шкода, завдана пожежею, стихійним лихом, катастрофою, бойовими діями, терористичним актом, збройним конфліктом, тимчасовою окупацією тощо.

Підтвердити статус людини як соціально вразливої можуть офіційні документи (за наявності), наприклад:

- посвідчення особи з інвалідністю;
- посвідчення учасника бойових дій;
- довідка внутрішньо переміщеної особи (ВПО);
- медичний висновок;
- інші офіційні документи.

У випадках, коли людина не має відповідного документа через обставини або бар'єри, але фактично відповідає ознакам вразливості, її статус може бути обґрунтований у межах вашої моделі діяльності. Наявність таких документів або характеристик може стати підтвердженням соціального спрямування бізнесу.

Підсумуємо¹²:

Соціальне підприємництво — це бізнес

Не має значення, який це бізнес: традиційний чи інноваційний, у сфері виробництва, послуг, освіти чи сільського господарства — він має бути рентабельним. Саме прибутковість визначає підприємницьку частину і є ключовим критерієм підприємництва.

Чітко визначені соціальні цілі

Соціальне підприємство відрізняється тим, що соціальний ефект є основною метою, а не побічним наслідком, як це буває у випадку корпоративної соціальної відповідальності (КСВ).

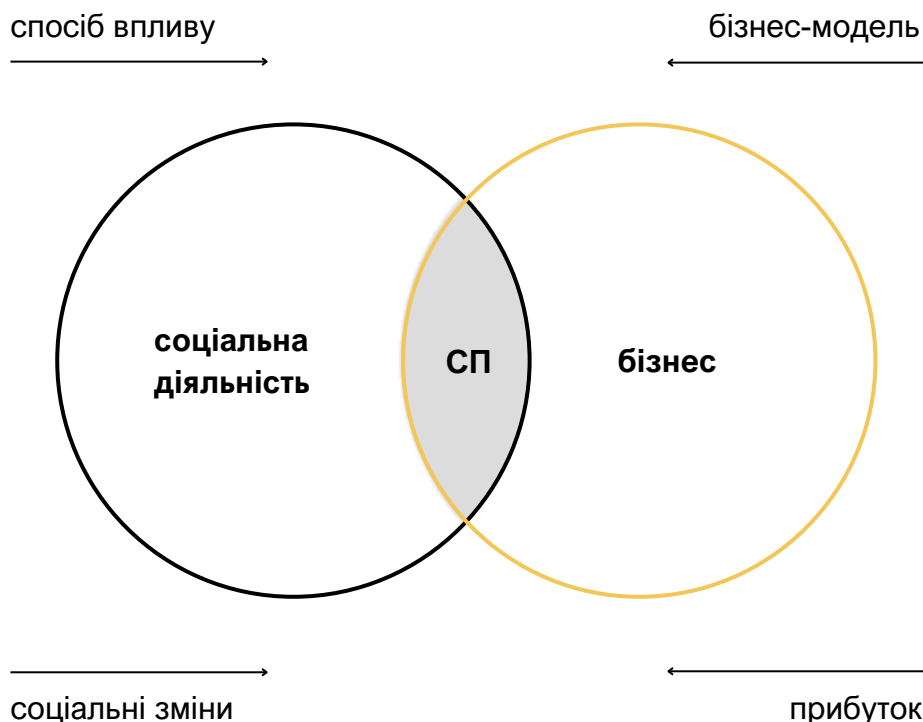
Бізнес-планування з урахуванням потрібного результату (PPP):

Profit – прибуток: забезпечує фінансову сталість і незалежність.

People – люди: сприяння зайнятості, підтримка громади, розв'язання соціальних проблем.

¹² Соціальне підприємництво. Бізнес-модель. Реєстрація. Оподаткування. / Долуда Л., Назарук В., Кірсанова Ю. – Київ, ТОВ «Агентство «Україна», 2017. – 92 с.

Planet – планета: екологічна відповідальність, сталий підхід до природних ресурсів.



Формула соціального підприємництва (Концепція Аліни Бочарнікової)¹³

Соціальне підприємництво — це про баланс. Це бізнес, що створює зміни, де прибуток є не самоціллю, а інструментом для досягнення суспільного блага.

Один із визначальних принципів СП: прибуток не розподіляється між власниками, а реінвестується в розвиток діяльності або на досягнення соціального ефекту.

Можливі варіанти розподілу прибутку¹⁴:

Повна реінвестиція у розвиток підприємства, розширення його діяльності.

Часткова реінвестиція, частина йде на соціальні цілі.

Повне спрямування прибутку на соціальні цілі.

Організаційно-правова форма підприємства впливає на можливості такого розподілу.

¹³ Бочарнікова А.В. #SimpleSE. Про соціальне підприємництво – просто! / Бочарнікова А.В. – К.: СТ-ДРУК, 2020. – 68 с.

¹⁴ Соціальне підприємництво. Бізнес-модель. Реєстрація. Оподаткування. / Долуда Л., Назарук В., Кірсанова Ю. – Київ, ТОВ «Агентство «Україна», 2017. – 92 с.

Ключові фактори успішності соціального підприємництва¹⁵:

Здатність отримувати прибуток

Економічна сталість забезпечує можливість реалізовувати соціальну місію без постійної зовнішньої підтримки.

Здатність генерувати позитивні соціальні зміни

Підприємство має чітку соціальну мету — впливати на спільноту, розв'язувати проблеми та покращувати якість життя.

Баланс між соціальною місією та бізнес-логікою

Успішне соціальне підприємство не жертвує соціальним ефектом заради прибутку, але й не ігнорує фінансову ефективність.

Здатність масштабувати діяльність і прибуток задля розширення соціального впливу

Розвиток і зростання прибутковості дозволяє підприємству охоплювати більше бенефіціарів, посилювати свій вплив та впроваджувати нові ініціативи.

Прозорість та довіра з боку громади та партнерів

Довіра до соціального підприємства є критично важливою — її формують через відкритість, звітність і сталі результати.

Інноваційність та адаптивність

Успішне соціальне підприємство готове змінюватися відповідно до потреб громади, тенденцій ринку та нових викликів.

Як соціальне підприємництво може посилити молодіжні центри

Соціальне підприємництво як бізнес-модель, що поєднує комерційну діяльність із соціальним впливом, дозволяє молодіжним центрам не лише залучати фінанси для своєї програмової роботи, а й створювати сталі ресурси, які працюють на розвиток громади та самих молодих людей.

Посилення фінансової спроможності та незалежності

Соціальне підприємництво допомагає молодіжним центрам генерувати власні доходи, які, хоч і не завжди повністю покривають витрати, суттєво зменшують залежність від зовнішнього фінансування.

Залучення молоді та розвиток компетенцій і відповідальності

Участь у підприємницьких проєктах надає молоді практичні навички, розвиває підприємницьке мислення і мотивує брати активну роль у житті громади.

¹⁵ Бочарнікова А.В. #SimpleSE. Про соціальне підприємництво – просто! / Бочарнікова А.В. – К.: СТ-ДРУК, 2020. – 68 с.

Соціальний вплив і підвищення репутації центру

Через реалізацію соціальних ініціатив молодіжні центри розв'язувати локальні проблеми, покращують якість життя, здобувають довіру та авторитет у громаді.

Створення нових можливостей та розвиток партнерств

Соціальне підприємництво відкриває нові формати діяльності центру і сприяє становленню ефективної співпраці з бізнесом, владою та громадськими організаціями.

Розвиток молодіжного соціального капіталу

Підприємницькі ініціативи сприяють формуванню мережі довіри та співпраці серед молоді, що допомагає їм ефективніше реалізовувати спільні ідеї та впливати на розвиток громади.

Не лише моделі: яких принципів слід дотримуватися соціальним бізнесам

Не всі люди мають однакові можливості для працевлаштування або започаткування власної справи. Вони ростуть у різних життєвих умовах, можуть не мати достатнього досвіду, професійних навичок чи фінансових ресурсів для старту бізнесу. Тому, окрім вибору моделей соціального підприємництва, команди мають впроваджувати практики, які забезпечують рівний доступ та участь усіх учасників у бізнес-процесах.

Цю ідею відображає концепція GESI (гендерна рівність і соціальна інклюзія), що забезпечує рівні можливості для людей з різним соціальним походженням — чоловіків, жінок і небінарних осіб, допомагаючи їм зробити вагомий внесок у розвиток і розбудову України на національному, політичному, соціальному, економічному та культурному рівнях¹⁶.

¹⁶ Стандарт молодіжних центрів [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://youthplatform.com.ua/wp-content/uploads/2025/01/Standarty-molodizhnykh-tsentriv.pdf>

Розділ

02



Правові та організаційні
підходи до створення
соціального підприємництва
при молодіжному центрі

Розділ 2. Правові та організаційні підходи до створення соціального підприємництва при молодіжному центрі

В українському законодавстві не унормовано конкретної організаційно-правової форми для соціального підприємництва. Проте це не означає, що в соціального підприємництва взагалі немає правової бази ¹⁷.

За результатами аналізу законодавства України та фахових досліджень з соціального підприємництва подаємо узагальнену інформацію про можливі організаційно-правові форми створення соціального підприємництва, податкові особливості, які важливо знати та врахувати командам молодіжних центрів.

Анна Гладка, експертка ГО «School of ME»¹⁸

«Наразі не існує спеціального законодавства, що регулює соціальне підприємництво, але це не означає, що це, відносно нове явище не може існувати в межах чинного українського законодавства, оскільки соціальні підприємства можуть реєструватися в тих організаційно-правових формах, що доступні для звичайного бізнесу».

В цьому є свої переваги: можливість вибрати для соціального підприємства оптимальну організаційно-правову форму з погляду бізнес-моделі та особливостей оподаткування, спроможності команди молодіжного центру адмініструвати соціальне підприємництво.

Примітка

«Підприємство – самостійний суб'єкт господарювання, створений суб'єктами для задоволення суспільних та особистих потреб шляхом систематичного здійснення виробничої, науково-дослідної, торгівельної, іншої господарської діяльності. Підприємства можуть створюватись як для здійснення підприємництва, так і для некомерційної господарської діяльності» (62 стаття Господарського кодексу України).

Організаційно-правові форми для здійснення соціального підприємництва в Україні¹⁹:

¹⁷ Соціальне підприємництво. Бізнес-модель. Реєстрація.Оподаткування. / Долуда Л., Назарук В., Кірсанова Ю. – Київ, ТОВ «Агентство «Україна», 2017. – 92 с

¹⁸ Кожна історія соціального підприємництва — унікальна [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.prostir.ua/?focus=kozhna-istoriya-sotsialnoho-pidpryemnytstva-unikalna>

¹⁹ Соціальне підприємництво. Бізнес-модель. Реєстрація.Оподаткування. / Долуда Л., Назарук В., Кірсанова Ю. – Київ, ТОВ «Агентство «Україна», 2017. – 92 с. - С. 29.

Доходи (прибутки) / їх частини НЕ будуть розподілятися	Доходи (прибутки) / їх частини планується розподіляти
Неприбуткові організації	Юридичні особи - Загальна система - Спрощена система - Підприємства та організації, засновані організаціями осіб з інвалідністю
Благодійні організації	ФОП - Загальна система - Єдиний податок - Незалежна професійна діяльність (особи, які самостійно надають професійні послуги без реєстрації ФОП, Оподаткування: 18% ПДФО + 1,5% військовий збір (з чистого доходу), також сплачують ЄСВ).
Релігійні організації	Спільна діяльність Укладання договорів про спільну діяльність між суб'єктами різних організаційно-правових форм: Організації громадянського суспільства; Підприємницькі суб'єкти; Фізичні особи.
ОСББ, ЖБК (житлово-будівельний кооператив), с/г обслуговуючі кооперативи	
Інші неприбуткові організації	

У разі, якщо доходи (прибутки), зокрема підприємницькі, не планується розподіляти – найбільш зручною та економічно вигідною формою організації соціального підприємництва без сплати податку на прибуток виступає її здійснення через неурядову організацію громадянського суспільства з отриманням ознаки неприбутковості (через неприбуткову організацію): благодійну організацію, громадську організацію, релігійну організацію, сільськогосподарські обслуговуючі кооперативи тощо.

На відміну від громадських об'єднань, комунальні молодіжні центри не мають чітко визначених інструкцій і типових алгоритмів для ведення підприємницької діяльності, що створює труднощі в реалізації ефективної роботи.

До того ж молодіжні центри можуть функціонувати у різних формах — як окремі

комунальні установи (КУ) або як структурні підрозділи при органах місцевого самоврядування чи інших закладах. Така організаційно-правова специфіка обмежує їхню автономність у фінансових рішеннях, зокрема щодо запровадження платних послуг, укладання договорів чи управління доходами. При цьому надання платних послуг можливе, але вимагає дотримання процедур, передбачених для бюджетних установ, а також затвердження переліку послуг і тарифів органом управління або місцевою радою. Це варто враховувати на етапі планування та запуску підприємницьких ініціатив у межах молодіжного центру.

Соціальне підприємництво на базі неприбуткової організації

Законодавче обґрунтування.

Згідно з ч. 2 п. 2 ст. 21 Закону України «Про громадські об'єднання» (далі – Закон про ГО) громадське об'єднання має право здійснювати 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.

Відомості про здійснення підприємницької діяльності громадським об'єднанням включаються до Єдиного державного реєстру юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань. ГО мають отримати КВЕД на відповідний вид підприємницької діяльності, який планують систематично здійснювати. У цьому разі витрати на здійснення підприємницької діяльності визнаватимуться статутними (цільовими).

Відповідно до п. 1 ст. 24 Закону про ГО громадські об'єднання зі статусом юридичної особи для виконання статутної мети (цілей) мають право володіти, користуватися і розпоряджатися коштами та іншим майном, яке, відповідно до закону, передане такому громадському об'єднанню його членами (учасниками) або державою, набуто як членські внески, пожертвування громадян, підприємств, установ та організацій, набуто в результаті підприємницької діяльності такого об'єднання, підприємницької діяльності створених ним юридичних осіб (товариств, підприємств), а також майном, придбаним коштом власних коштів, тимчасово наданим у користування (крім розпорядження) чи на інших підставах, не заборонених законом.

Залежно від організаційно-правової форми інвесторів підприємницької діяльності громадського об'єднання, що водночас є членами та засновниками (учасниками), виділяють такі форми громадського об'єднання (ст. 7 та ст. 8 Закону про ГО):

- **громадська організація** (якщо засновниками (учасниками) та членами є фізичні особи);
- **громадська спілка** (якщо засновниками є юридичні особи приватного права, при цьому членами (учасниками) можуть бути юридичні особи приватного права, зокрема громадські об'єднання зі статусом юридичної особи, та фізичні особи).

- кількість засновників громадського об'єднання не може бути меншою, ніж дві особи.

Примітка

Міністерство фінансів України надало роз'яснення стосовно питання можливості здійснення громадськими об'єднаннями підприємницької діяльності й включення таких об'єднань до Реєстру неприбуткових установ та організацій (лист від 6.02.2019 № 11210-09-5/3214): положення Податкового кодексу України не обмежують можливість здійснення громадськими об'єднаннями, які є неприбутковими організаціями для цілей оподаткування податком на прибуток підприємств, підприємницької діяльності для досягнення мети, заради якої вони були створені, а саме виключно для фінансування видатків на утримання такої неприбуткової організації, реалізації мети (цілей, завдань) та напрямів діяльності, визначених її установчими документами²⁰.

Важливо:

Одним із принципів діяльності громадських об'єднань є відсутність майнового інтересу: члени (учасники) громадського об'єднання не мають права на частку майна громадського об'єднання та не відповідають за його зобов'язаннями.

Доходи або майно (активи) громадського об'єднання не підлягають розподілу між його членами (учасниками) і не можуть використовуватися для вигоди будь-якого окремого члена (учасника) громадського об'єднання, його посадових осіб (крім оплати їхньої праці та відрахувань на соціальні заходи) (п. 6 ст. 3 Закону про ГО).

Тобто громадське об'єднання має право вести підприємницьку діяльність та отримувати дохід (прибуток) від неї. Проте такий дохід (прибуток) не може бути розподілений між засновниками, учасниками, членами громадського об'єднання тощо і має бути спрямований виключно на досягнення статутної мети.

Висновки: профільне та податкове законодавство дозволяє громадському об'єднанню самостійно створювати соціальне підприємство, тобто провадити певну підприємницьку діяльність (наприклад, надавати соціальні послуги, виконувати роботи, надавати в оренду приміщення тощо) з метою досягнення статутних цілей (які виключають наміри отримати прибуток), та не сплачувати податок з доходів (прибутків) з комерційної діяльності за умови дотримання п. 133.4 ст. 133 ПКУ щодо вимог до установчого документа та ведення діяльності.

²⁰ Кожна історія соціального підприємництва — унікальна [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.prostir.ua/?focus=kozhna-istoriya-sotsialnoho-pidpryemnytstva-unikalna>

Законодавче обґрунтування.

- Згідно із ч. 4 ст. 16 Закону України «Про благодійну діяльність та благодійні організації в Україні» благодійні організації можуть здійснювати господарську діяльність, метою якої не є отримання прибутку та яка сприяє досягненню статутних цілей.
- Фактично йдеться про некомерційну господарську діяльність (ч. 2 ст. 3, ст. 52 Господарського кодексу України (далі — ГКУ). Це також підтверджує ч. 5 ст. 131 Господарського кодексу України: благодійна організація має право здійснювати неприбуткову господарську діяльність, спрямовану на виконання її цілей, визначених установчими документами (статутом організації). Аналогічні положення передбачені й Цивільним кодексом України (далі – ЦКУ). Так, за ст. 85 та ст. 86 ЦКУ непідприємницькі товариства не мають на меті одержання прибутку для його наступного розподілу між учасниками, але можуть поряд зі своєю основною діяльністю здійснювати підприємницьку діяльність, якщо ця діяльність відповідає меті, для якої вони були створені, та сприяє її досягненню.

Благодійна організація може бути створена у наступних формах (ст. 13 Закону про БО):

- **благодійний фонд** (благодійна організація, яка діє на підставі статуту, має учасників та управляється учасниками, які не зобов'язані передавати цій організації будь-які активи для досягнення цілей благодійної діяльності. Активи благодійного фонду можуть формуватися учасниками та/або іншими благодійниками. Благодійний фонд може бути створено одним чи кількома засновниками);
- **благодійне товариство** (благодійна організація, яка створена не менше ніж двома засновниками та діє на підставі статуту);
- **благодійна установа** (благодійна організація, установчий акт якої визначає активи, котрі один або кілька засновників передають для досягнення цілей благодійної діяльності коштом таких активів та/або доходів від таких активів. Засновник / засновники благодійної установи не беруть участі в управлінні благодійною установою).

Примітка

Розмір адміністративних витрат (на утримання благодійної організації) не може перевищувати 20% від доходу організації в поточному році (п. 3 ст. 16 Закону про БО).

Висновки: профільне та податкове законодавство дозволяє благодійній організації самостійно створювати соціальне підприємство, тобто провадити певну господарську діяльність (наприклад, створення сувенірної продукції або пошиття одягу) з метою досягнення статутних цілей, але винятково без розподілу отриманого

доходу (прибутку), та не сплачувати податок з доходів (прибутків) від господарської діяльності – за умови дотримання п. 133.4 ст. 133 ПКУ щодо вимог до установчого документа та ведення діяльності.

Для створення соціального підприємництва на базі благодійної організації потрібні:

- Статут благодійної організації повинен містити інформацію про джерела її активів (доходів) та може визначати особливості діяльності та її припинення (ч. 2, 3 ст. 14 Закону про «Про благодійну діяльність та благодійні організації в Україні»).
- КВЕД на вид підприємницької діяльності, який планує систематично здійснювати. У цьому разі здійснення витрат, пов'язаних із провадженням підприємницької діяльності та отриманням доходів (прибутків), є статутним (цільовим) використанням коштів та інших активів організації²¹.

Примітка

Пільги та вимоги з боку Податкового кодексу України:

Згідно з п. 133.4 громадське об'єднання не є платником податку на прибуток за виконання умов, аналогічних до умов для благодійних організацій. Статут громадського об'єднання має містити обов'язкові відомості, передбачені ст. 11 Закону про ГО.

Громадська організація отримує ознаку неприбутковості 0032. Щодо використання доходів (прибутків) від здійснення підприємницької діяльності на адміністративні цілі – законодавчого обмеження немає: громадське об'єднання може спрямувати усі 100 % доходів (прибутків) від підприємницької діяльності на утримання, тобто на адміністративні витрати, але це має бути відображено в кошторисі та закріплено рішеннями відповідних керівних органів.

Здійснення іншими неприбутковими організаціями соціального підприємництва

Податковий кодекс дозволяє досить широкому колу неприбуткових організацій отримувати доходи від господарської, зокрема й підприємницької, діяльності та не сплачувати податок на прибуток за умови виконання вимог п. 133.4 ст. 133 ПКУ та відповідного профільного закону для такого виду неприбуткової організації.

Залежно від мети та цілей діяльності можуть бути створені різноманітні соціальні підприємства:

- виробництво та продаж церковних виробів (релігійні організації) (профільний закон – Закон України «Про свободу совісті та релігійні організації»);

²¹ Соціальне підприємництво. Бізнес-модель. Реєстрація. Оподаткування. / Долуда Л., Назарук В., Кірсанова Ю. – Київ, ТОВ «Агентство «Україна», 2017. – 92 с.

- надання послуг водозабезпечення, побутових послуг іншим, ніж члени, особам (дачні (дачно-будівельні) кооперативи, садівничі та гаражні (гаражно-будівельні) кооперативи (товариства),
- сільськогосподарські обслуговуючі кооперативи, кооперативні об'єднання сільськогосподарських обслуговуючих кооперативів) (профільні закони – Закон України «Про кооперацію», Закон України «Про сільськогосподарську кооперацію») тощо.

Важливо!

У статутних документах неприбуткової організації повинна бути передбачена можливість здійснювати підприємницьку діяльність, яка має відповідати меті діяльності неприбуткової організації.

Відповідно до абз. 1 ст. 3 Національного класифікатора України «КЛАСИФІКАЦІЯ ВИДІВ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ» ДК 009:2010 об'єктами класифікації є види економічної діяльності юридичних осіб, відокремлених підрозділів юридичних осіб і фізичних осіб-підприємців (далі – суб'єкти), що їх на вищих рівнях класифікації групують у галузі. Згідно з абз. 2 ст. 1 основне призначення КВЕДу – визначати та кодувати головні та другорядні види економічної діяльності юридичних осіб, відокремлених підрозділів юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців. Таким чином, внесення відповідного виду КВЕДу для підприємницької діяльності, яка відповідає меті діяльності неприбуткової організації, до Заяви про державну реєстрацію змін до відомостей про юридичну особу, що містяться в Єдиному державному реєстрі юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань, є необхідним чинником збереження статусу неприбутковості у разі здійснення соціального підприємництва.

Неприбуткова організація має спрямовувати свої доходи (прибутки) лише на ті цілі, завдання, напрями та види діяльності, які передбачені її статутними документами.

У разі порушення цієї умови організація може бути виключена з Реєстру неприбуткових установ та організацій зі сплатою податку на прибуток від всієї суми витрат, що будуть розглядатись як нестатутні (нецільові), зокрема у разі розподілу доходів / прибутків серед засновників, учасників, членів, членів органів правління, працівників та пов'язаних осіб.

Податкові та інші пільги для соціальних підприємств, створених на базі благодійних, громадських та релігійних організацій.

Неприбуткові організації, внесені до Реєстру неприбуткових установ та організацій, не є платниками податку на прибуток підприємств. Проте у разі здійснення діяльності в рамках соціального підприємництва, наявності найманих працівників, виплат на користь фізичних осіб, майна, постачання товарів, послуг, що є об'єктами оподаткування іншими податками та зборами за ПКУ, неприбуткова організація зобов'язана реєструватись платником, сплачувати, звітувати з відповідних податків і

зборів. Але може мати ряд пільг по сплаті податків.

Пільги з податку на додану вартість

У разі, якщо загальна сума від здійснення операцій з постачання організацією (зокрема неприбутковою) товарів / послуг, що підлягають оподаткуванню, протягом останніх 12 календарних місяців сукупно перевищує 1 млн гривень (без урахування ПДВ), така організація зобов'язана зареєструватися як платник ПДВ (п. 181.1 ст. 181 ПКУ).

При цьому, за ПКУ, до розрахунку загальної суми оподатковуваних операцій з постачання товарів/послуг включаються операції, що:

- підлягають оподаткуванню за основною ставкою 20%;
- підлягають оподаткуванню за ставкою 7%;
- підлягають оподаткуванню за ставкою 0%;
- звільнені (умовно звільнені) від оподаткування ПДВ.

Тобто, по суті, до розрахунку граничної суми 1 млн грн беруться всі обороти, крім як за тими операціями, що не є об'єктами оподаткування ПДВ. Звільнені від ПДВ операції включаються до розрахунку ліміту, хоч і не передбачають сплати ПДВ (адже операція є об'єктом, просто не оподатковується як пільга).

Також організація має право добровільно зареєструватись платником ПДВ – незалежно від обсягів постачання (п. 182.1 ст. 182 ПКУ). Положення про реєстрацію платників ПДВ затверджено наказом Мінфіну від 14.11.2014 р. № 1130 (протягом наступних років вносилися зміни). Після реєстрації платником ПДВ організація має право нараховувати податковий кредит при придбанні та повинна нараховувати податкові зобов'язання при постачанні (крім операцій, які хоча і є об'єктом оподаткування, але звільняються від ПДВ як пільга). Порядок оподаткування ПДВ передбачено розділом V та підрозділом 2 розділу XX ПКУ.

Організація соціального підприємництва шляхом укладання договорів про спільну діяльність суб'єктів різних ОПФ (організацій громадянського суспільства, підприємницьких суб'єктів, фізичних осіб).

Тема створення соціального підприємництва на базі комунальних закладів знаходиться у фокусі стратегічних комунікацій донорів, громадських організацій та експертних інституцій, які займаються підтримкою та розвитком соціального підприємництва, молодіжної політики²².

Громадська організація «Школа усвідомленого підприємництва» розробила рекомендації щодо механізмів створення молодіжних центрів з підприємницькою діяльністю.

²² Механізми створення молодіжних центрів з підприємницькою діяльністю [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://drive.google.com/drive/u/0/folders/1N2AH64OSKtLIVcsMVRWYkIZ4iRNiVAQ6>

Для планування бізнес-моделі СП потрібно враховувати організаційно-правову форму МЦ (аналіз його нормативної бази, балансоутримувачі, статус приміщень і обладнання, специфіка працевлаштування фахівців тощо), контекст громади, спроможність команди, досвід проектної діяльності та існуючі кооперації з громадськими організаціями.

В Україні триває процес створення закладів у сфері культури територіальними громадами та державними органами, які можуть мати різні організаційно-правові форми. На базі таких закладів, зокрема комунальних підприємств та установ культурної сфери, можуть створюватися молодіжні центри.

Місцеві молодіжні центри можуть мати статус юридичної особи незалежно від їх організаційно-правової форми, типу власності чи підпорядкування.

Центри комунальної форми власності можуть засновуватись на базі закладів освіти, культури, охорони здоров'я або соціального захисту через реорганізацію, за умови ухвалення відповідного рішення органом місцевого самоврядування — засновником цих установ. Така реорганізація проводиться відповідно до чинного законодавства.

Фінансування молодіжних центрів забезпечується коштом коштів засновників, а також з інших джерел, не заборонених законом.



Підсумковий форум “Стартуй: соціальне підприємництво в молодіжному центрі”

Юридичні моделі соціального підприємництва на базі молодіжних центрів

В Україні не існує окремої організаційно-правової форми «соціальне підприємство». Соціальний підприємець самостійно обирає оптимальну для себе форму роботи.

На початковому етапі найчастіше використовуються такі форми: громадська організація, благодійна організація, фізична особа-підприємець (ФОП), товариство з обмеженою відповідальністю (ТОВ), а також різні комбінації цих варіантів. Також можливе використання інших форм, зокрема: приватне підприємство, кооператив, релігійна організація, підприємства, створені ГО осіб з інвалідністю, відкриті акціонерні товариства тощо.

Вибір організаційно-правової форми є стратегічно важливим, оскільки саме він визначає особливості оподаткування, рівень юридичної відповідальності та розподіл ризиків між засновниками.

Нижче наведено основні моделі, що відповідають українському законодавству та враховують особливості діяльності й організаційно-правових форм молодіжних центрів.

Додаткову інформацію та практичні поради щодо юридичних особливостей соціального підприємництва на базі ГО та молодіжних центрів можна отримати тут:

Соціальне підприємництво на базі молодіжних центрів. Практичні рекомендації

https://home.ednannia.ua/analytics/data-catalog/476?fbclid=IwY2xjawLwNRdleHRuA2FlbQlzMABicmlkETFvNWgyTGhldzJ3dk9vZURpAR4oXpxDgFrXlIJATh0poD6e9SND2VR8b-tZUOfPJXl8p6PAKIQ4y4VAIGCkPg_aem_HnJF6rMad4Ua2JUBOUz1VQ_

Відео «Реєстрація соціального підприємства: юридичні аспекти» https://www.youtube.com/watch?v=87lsKXn1dbg_

Відео «Як розпочати соціальне підприємництво для ГО та підприємців-початківців»

https://www.youtube.com/watch?v=xy-gd-zljYk_

Організаційно- правова форма	Переваги	Ризики (з урахуванням специфіки послуг/продуктів молодіжних центрів)	Приклади послуг, продуктів
Фізична особа-підприє- мець	Простий та швидкий процес реєстрації (реєстрація можлива онлайн через Дію або в ЦНАП; не потребує засновницьких документів). Бізнес-діяльність ведеться від імені засновника. Мінімальні адміністративні вимоги та спрощена звітність. Низьке податкове навантаження (за спрощеною системою оподаткування, для 1–3 групи ФОП діють фіксовані ставки та простий облік доходів). Приватний підприємець може самостійно вести	Повна особиста відповідальність за фінансові зобов'язання (ризик для приватного майна). ФОП — індивідуальна форма, що не передбачає колегіального ухвалення рішень, розподілу прав/прибутків чи спільної відповідальності. Неможливість передачі бізнесу без переоформлення на іншу особу. Людський фактор та конфлікти інтересів²³. У назві — виключно ПІБ, обмежені можливості створення бренду СП. Не всі донори, органи влади чи партнери співпрацюють	Молодіжна кав'ярня / кондитерська / кейтеринг Соціальна мета 1: працевлаштування молоді з вразливих категорій, розвиток підприємницьких навичок. Соціальна мета 2: створення молодіжного фонду для підтримки ініціатив молоді. Соціальна мета 3: Надання безоплатних послуг для молоді з уразливих категорій *Отримані доходи можуть бути скеровані на підтримку роботи молодіжного центру Що потрібно врахувати: державна реєстрація оператора ринку харчових продуктів; наявність приміщення (договір оренди з відповідним цільовим призначенням); оформлення персоналу (КЗпП або ФОП);

	бухгалтерський облік, оскільки законодавство не висуває особливих вимог. Просте закриття — ліквідація не потребує складних юридичних процедур. Підходить для тестування бізнес-ідеї або запуску окремого продукту без складної структури.	із ФОП (особливо у проєктах з публічним фінансуванням). Підвищені вимоги до безпеки при роботі з неповнолітніми, особливо у сфері освіти, дозвілля, соціальної підтримки. Для окремих видів діяльності можуть бути необхідні ліцензії, дозволи, реєстрації або сертифікація.	медичні книжки для працівників з контактами із харчовими продуктами; касовий апарат (РРО / ПРРО); дотримання пожежної безпеки та акт від ДСНС (за потреби). Бренд-майстерня Соціальна мета: працевлаштування молоді, фінансування молодіжних ініціатив, отримані доходи можуть бути скеровані на підтримку програмової діяльності МЦ. Що можна виготовляти: футболки, екосумки, блокноти з брендованим дизайном тощо; сувенірна продукція, символіка громади чи МЦ; продукція, що створюється під час майстер-класів або навчань; послуги з розробки мерчу, дизайну. Важливо: дотримання вимог безпеки виробництва.
--	--	---	---

ФОП — один із варіантів для тестування бізнес-моделі соціального підприємництва. Для ініціатив, що перебувають на ранній стадії розвитку або не мають ресурсів для створення юридичної особи, реєстрація фізичної особи-підприємця (ФОП) може бути зручним інструментом для старту. Вона дозволяє швидко розпочати діяльність з мінімальними витратами та простою системою обліку.

ФОП може бути перехідною формою на початковому етапі, але при масштабуванні або залученні грантового фінансування доцільно розглянути створення ГО, БО або ТОВ залежно від спроможності команди МЦ, цілей і моделі діяльності СП. Вибір цієї форми доцільно розглядати як інструмент для перевірки ідеї або діяльності з низьким рівнем фінансових та юридичних ризиків, з подальшою перспективою переходу до більш структурованих форм (наприклад, ГО, БО або ТОВ) у разі масштабування.

ФОП за своєю суттю — приватна особа, тому її інтереси не завжди повністю збігаються з колективною місією молодіжного центру. У випадку, коли ФОП діє в межах або на базі молодіжного центру (наприклад, працівник, волонтер або партнер МЦ реєструє ФОП для ведення соціального підприємництва), можуть виникати непрозорі ситуації, конфлікти інтересів або напруження в команді.

Молодіжна веломайстерня

Соціальна мета:

Працевлаштування молоді з вразливих категорій, навчання ремонтним і технічним навичкам. Популяризація здорового способу життя та екологічного транспорту. Надання безплатних або пільгових послуг з ремонту велосипедів для молоді з обмеженими можливостями.

Основна діяльність:

Ремонт, технічне обслуговування та налаштування велосипедів. Продаж запчастин та аксесуарів для велосипедів. Проведення навчальних курсів і майстер-класів з ремонту велосипедів. Організація велопокатушок та просвітницьких заходів.

Організаційні аспекти:

Громадська організація (ГО) Громадське об'єднання зі статусом юридичної особи є непідприємницьким товариством, основною метою якого не є одержання прибутку. ГО зі статусом юридичної особи має право здійснювати підприємницьку (господарську) діяльність безпосередньо, якщо це передбачено статутом	Відсутність статутного капіталу. Можливість отримання статусу неприбуткової організації. Правовий захист статусу неприбутковості, що забезпечує довіру донорів, державних органів і громадськості. ГО зі статусом неприбуткової організації не є платниками податку на прибуток підприємств, що дозволяє спрямовувати більше коштів на реалізацію соціальних ініціатив. Можливість бути платником ПДВ (ГО можуть добровільно реєструватися платниками ПДВ, що може бути вигідно при здійсненні операцій з постачання товарів або	Обмежений вплив засновників на підприємницьку діяльність. Засновники, які не входять до складу керівних органів, фактично не впливають на щоденне господарське управління ГО. Це знижує особисту контрольність, але одночасно обмежує оперативне реагування засновників. Безподатковий статус обмежує залучення приватних інвестицій. Ризик втрати статусу неприбутковості. Обмеження у веденні комерційної діяльності (деякі компанії не співпрацюють із некомерційними організаціями). Недостатній кадровий ресурс у сфері бухгалтерського обліку та звітності. Необхідність дотримання обмежень щодо господарської діяльності.	Оформлення персоналу (трудові договори або ФОП). Наявність обладнаного приміщення з відповідним договором оренди. Дотримання норм охорони праці. Використання касового апарату (РРО/ПРРО). Використання доходів: Підтримка молодіжного центру, розвиток молодіжних ініціатив. Сушіння сухофруктів та ягід Соціальна мета: Працевлаштування молоді, розвиток навичок перероблювання сільськогосподарської продукції. Підтримка місцевих фермерів і виробників. Надання безоплатних консультацій та майстер-класів із сушіння. Основна діяльність: Сушіння та фасування сухофруктів і ягід.
--	---	---	---

відповідає її меті. <i>Наприклад: «ГО не має мети одержання прибутку як основної діяльності; доходи або майно ГО не підлягають розподілу між членами (учасниками) і використовуються виключно на невідплатну суспільну діяльність ГО»</i> Статут має визначати джерела надходжень ГО (членські внески, добровільні	послуг, не пов'язаних із основною метою організації). Відсутність необхідності оформлення свідоцтва платника ПДВ чи єдиного податку. Необхідне ведення бухгалтерського обліку і річна звітність, що вимагає професійного підходу, відповідно до чинного законодавства України. Спрощена система бухгалтерської звітності та подачі звітів в державні органи. Є основним грантоотримувачем. Можливість залучення різноманітних джерел фінансування добровільними пожертвами, а також	Колегіальна структура управління може сповільнювати ухвалення рішень, особливо у ситуаціях, що потребують оперативної реакції або гнучкості. Високий рівень навантаження — ГО зобов'язані вести бухгалтерський облік, фінансову звітність, подавати звіти до податкових органів, донорам і державним установам у суворих строках та форматах. Залежність від зовнішнього фінансування. Залежність від компетентності, мотивації та відповідальності членів організації та керівництва МЦ, можливі конфлікти інтересів, що можуть негативно вплинути на ефективність і репутацію ГО. ведення СП.	Продаж готової продукції (на ринках, онлайн). Організація майстер-класів та курсів з домашнього сушіння. Розробка нових рецептів і продуктів на основі сушених фруктів. Організаційні аспекти: Державна реєстрація оператора харчової продукції. Наявність обладнаного приміщення з умовами для сушіння. Медичні книжки для персоналу, офіційне оформлення. Використання касового апарату. Використання доходів: Підтримка молодіжних програм, організація соціальних заходів.
---	---	---	---

внески і пожертви, гранти, державне й місцеве фінансування, доходи від господарської діяльності тощо) та порядок використання цих коштів²⁴.	грантовим, державним і місцевим бюджетним фінансуванням, що підвищує фінансову стійкість проєктів. Колегіальна структура управління: загальні збори, правління, ревізійні органи. Наявність політик та процедур. Використання прибутку виключно на соціальні цілі, що підвищує соціальну значущість і легітимність діяльності.	Складність балансування між соціальною місією та Обмежена професійна підготовка у сфері управління бізнесом — команда ГО, що здебільшого сфокусована на соціальних аспектах, може не мати достатніх компетенцій у сфері фінансів, маркетингу та підприємництва, що ускладнює розвиток СП.	
---	--	---	--

²⁴ ЗУ Про громадські об'єднання

<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/4572-17/print#:~:text=8,%D1%82%D0%B0%20%D1%96%D0%BD%D1%88%D0%BE%D0%B3%D0%BE%20%D0%BC%D0%B0%D0%B9%D0%BD%D0%B0%20%D0%B3%D1%80%D0%BE%D0%BC%D0%B0%D0%B4%D1%81%D1%8C%D0%BA%D0%BE%D0%B3%D0%BE%20%D0%BE%D0%B1%27%D1%94%D0%B4%D0%BD%D0%B0%D0%BD%D0%BD%D1%8F>

Ведення СП через ГО при молодіжних центрах в Україні є прийнятним інструментом для реалізації соціальних ініціатив, що сприяють розвитку молоді та громади в цілому. Однак, для забезпечення успішної діяльності необхідно дотримуватися вимог законодавства, забезпечувати прозорість фінансової діяльності та активно залучати ресурси для реалізації статутних цілей. Важливо враховувати, що будь-який отриманий прибуток має бути спрямований виключно на досягнення статутних цілей.

Профільне та податкове законодавство дозволяє громадському об'єднанню самостійно створювати соціальне підприємство, тобто провадити певну підприємницьку діяльність (наприклад, надавати соціальні послуги, виконувати роботи, надавати в оренду приміщення тощо) з метою досягнення статутних цілей (які виключають наміри отримати прибуток), та не сплачувати податок з доходів (прибутків) з комерційної діяльності за умови дотримання п. 133.4 ст. 133 ПКУ щодо вимог до установчого документа та ведення діяльності²⁵.

Для успішного запуску соціального підприємництва через ОПФ ГО, молодіжним центрам слід чітко прописати статутні цілі, які мають включати право на господарську діяльність, що відповідає соціальній місії. Важливо суворо дотримуватися правила неприбутковості, щоб зберегти статус неприбуткової організації та користуватися податковими пільгами: будь-які доходи мають використовуватися виключно на статутні завдання, без розподілу серед учасників²⁶. Критично важливим є якісна система бухгалтерського обліку та фінансова звітність. Важливо дотримуватися законодавчих вимог щодо обліку та прозорості, щоб уникнути штрафів або виключення з Реєстру неприбуткових

²⁵ https://dp.tax.gov.ua/media-ark/local-news/666072.html?utm_source=chatgpt.com

²⁶ https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v55-6810-14?utm_source=chatgpt.com#Text

організацій²⁷.

Будь-яка юридична особа, в тому числі неприбуткова організація, може стати платником ПДВ у відповідності до пп.180.1 ПКУ, якщо вона: планує провадити господарську діяльність і реєструється за своїм добровільним рішенням як платник податку ПДВ; підлягає за законом реєстрації як платник податку. Більш детально про оподаткування податком на прибуток благодійної та гуманітарної допомоги під час дії воєнного стану в Україні – в Інформаційному листі № 7/2022 ДПС – за посиланням <https://tax.gov.ua/zakonodavstvo/podatki-ta-zbori/informatsiyni-listi/630400.html>

Окремою важливою юридичною дією, яка стосується її успішного фінансування, є відкриття банківського рахунку. Це робиться вже після того, як організацію офіційно зареєстровано. Необхідно обрати банк, який має опцію відкриття рахунків для некомерційних юридичних осіб, прийти до його відділення з усіма реєстраційними документами організації та відкрити рахунок. Для відкриття банківського рахунку юридичної особи один із засновників організації, який стане її фінансовим підписантом, повинен бути повнолітнім.

²⁷ https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v55-6810-14?utm_source=chatgpt.com#Text

Товариство з обмеженою відповідальністю (ТОВ)	ТОВ може бути засноване як фізичною, так і юридичною особою. Можливість будувати великий бізнес і залучати інвесторів та кредиторів. Внеском у статутний фонд можуть бути кошти, майно, цінні папери. Співзасновники не відповідають своїм майном, несуть ризик збитків у межах внесеного статутного капіталу в ТОВ. Офіційне закріплення соціальної мети діяльності СП у статуті, визначено рівень впливу кожного члена ТОВ на процес ухвалення рішень.	Складна адміністративна та бухгалтерська звітність, що потребує залучення фахівців і додаткових витрат. Процедура реєстрації дорожча і складніша. Закриття ТОВ — складний і тривалий процес. Адміністративне навантаження, яке може бути важким для молодіжних проєктів з обмеженими ресурсами, браком досвіду та кадрів. Обмеження на використання прибутку у разі, якщо частина коштів повинна йти на соціальні цілі, що може зменшувати інвестиційні можливості. Обов’язкове використання реєстраторів розрахункових операцій (РРО).	
---	---	---	--

	Можливість створити прозору систему управління та органів контролю в організації. Використання загальної (18%) або спрощеної системи оподаткування (5% без ПДВ, 3% із ПДВ). Можливість розпоряджатися прибутком, на свій розсуд. Дозвіл на отримання ліцензії і здійснення ліцензованих видів робіт.	Податок на дивіденди (на загальній системі – 5%, на єдиному – 9%). Обов'язкова наявність юридичної адреси. МЦ може працювати у тимчасових або орендованих приміщеннях, не маючи постійної юридичної адреси. Не всі донори підтримують фінансування ТОВ. ТОВ складно закрити.	
--	--	--	--

Товариство з обмеженою відповідальністю (ТОВ) — це ефективна юридична форма для соціального підприємства. Головна перевага ТОВ — обмежена відповідальність учасників, що дозволяє ризикувати лише внесеним капіталом та залучати інвесторів для масштабування діяльності.

При цьому ТОВ на базі молодіжного центру вимагає статутний капітал, ведення складної бухгалтерії, наявності юридичної адреси та дотримання формальних процедур, що може створювати додаткові витрати і адміністративне навантаження.

Незважаючи на це, ТОВ забезпечує прозоре управління і можливість ефективно реалізовувати соціальні ініціативи на більш високому рівні.

Для детальнішого ознайомлення з можливими бізнес-моделями організації соціального підприємництва рекомендуємо прочитати: [Бочарнікова А.В. #SimpleSE. Про соціальне підприємництво – просто! — Київ: СТ-ДРУК, 2020. — 68 с.](#)

Поради для вибору організаційно-правової форми соціального підприємництва на базі молодіжного центру

- **Обирайте організаційно-правову форму для мінімізації ризиків**

Правильно обрана організаційно-правова форма допомагає мінімізувати юридичні та фінансові ризики. Вона забезпечує захист відповідальності засновників, дозволяє легально отримувати фінансування та партнерську підтримку, а також спрощує ведення звітності. Чітка правова структура робить діяльність більш прозорою і стійкою до зовнішніх викликів.

- **Аналізуйте специфіку діяльності та продуктів/послуг/сервісів**

Враховуйте вид послуг, масштаб діяльності та вимоги до якості та безпеки продукту (особливо для харчової продукції, соціальних чи медичних послуг).

- **Консультуйтеся з юристами й бухгалтерами**

Фахівці допоможуть оцінити ризики, податкові наслідки та юридичні вимоги.

- **Оцініть податкові навантаження і звітність**

Різні форми мають різні податкові режими (спрощена система, загальна система, податок на прибуток).

- **Передбачайте можливості для залучення інвестицій і грантів**

Деякі донори працюють лише з ГО або ТОВ, комерційні інвестори — з ТОВ.

- **Подбайте про прозорість і легкість ведення звітності**

Чітка структура допоможе побудувати довіру партнерів і клієнтів.

- **Враховуйте можливість масштабування**

Обирайте форму, яка дозволить розвивати соціальний бізнес без складних переоформлень.

- **Перевірте вимоги до ліцензій, реєстрацій та дозволів**

Для певних видів діяльності (медичні, освітні, харчові) можуть бути особливі вимоги.

Соціальне підприємництво молодіжного центру повинно не лише отримувати дохід, а й приносити прибуток. Прибуток дає змогу підприємству розвиватися, покращувати свою діяльність, розширювати спектр послуг та реалізовувати соціальні ініціативи, орієнтовані на молодь, що є його основною місією.

ЧЕКЛІСТ. Перевір статут громадського об'єднання (громадської організації/громадської спілки) ²⁸

У частині документа «Загальні положення» вказано:

Організація є непідприємницьким товариством, основною метою якого не є одержання прибутку.

Статут громадської організації містить мету діяльності, що збігається із соціальною метою роботи соціального підприємства.

Серед напрямків роботи організації зазначено:

Здійснення підприємницької діяльності, увесь дохід від якої спрямовується на реалізацію мети діяльності громадської Організації згідно зі статутом.

У напрямках роботи можна додати види підприємницької діяльності без зазначення коду КВЕД. Зверніть увагу, мета діяльності організації й вибір підприємницької діяльності повинні бути зіставними й відповідати розв'язання соціальної проблеми! Наприклад: надання послуг з перекладу жестовою мовою.

У частині документа «Права організації» вказано:

Організація має право здійснювати в порядку, передбаченому чинним законодавством, підприємницьку діяльність безпосередньо або через створення в порядку, передбаченому законом, юридичних осіб (товариств, підприємств), якщо така діяльність відповідає меті (цілям) Організації та сприяє її досягненню.

У частині «Кошти та майно» перелічено наявні джерела фінансування:

Майно Організації складається з коштів або майна, набутого в результаті підприємницької діяльності Організації, підприємницької діяльності створених нею юридичних осіб (товариств, підприємств); пасивних доходів; доходів від основної діяльності Організації відповідно до цього Статуту та законодавства.

У частині «Кошти та майно» також зафіксовано заборону їх розподілу:

Забороняється розподіл отриманих доходів (прибутків) або їхньої частини серед засновників (учасників у розумінні Цивільного кодексу України), членів такої організації, працівників (крім оплати їхньої праці, нарахування єдиного соціального внеску), членів органів управління та інших пов'язаних із ними осіб.

Скористайся сервісами юридичної допомоги для перевірки статуту.

²⁸ Бочарнікова А. #SimpleSE. Про соціальне підприємництво – просто! / Бочарнікова А.В. – К.: СТ-ДРУК, 2020. – 68 с. – С. 53.

SWOT-аналіз СП на базі МП (за результатами фокус-групи з представниками 8-ми молодіжних центрів проєкту «Стартуй: соціальне підприємництво в молодіжному центрі»)

Матеріали заходу/фокус-групи База для посібника

Напрацювання будуть корисними для стратегічного планування молодіжних центрів, громадських організацій, розробки проєктних заявок, адвокації молодіжних соціальних підприємств.

S Сильні сторони	W Слабкі сторони
Місійна та ціннісна основа • Виразна і зрозуміла соціальна місія: вирішення конкретних проблем громади (працевлаштування молоді, підтримка ВПО, розвиток підприємництва, підтримка соціальних ініціатив молоді, залучення молоді до волонтерства тощо), розвиток соціального капіталу громади. • Емоційна складова: продукти мають «історію», викликають довіру, споживач відчуває свою причетність до змін, впливу на вирішення соціальної проблеми. • Ціннісна основа: підтримка сталого розвитку, солідарності, згуртованості, інклюзивності, соціальної відповідальності громади.	Юридичні бар'єри • Соціальне підприємництво залишається неунормованим на законодавчому рівні: відсутність спеціального статусу чи пільгових умов. • Юридичні моделі та дорожні мапи створення СП на базі МЦ перебувають у процесі формування та тестування — відсутні типові алгоритми або шаблони. • Недостатня юридична експертиза: нестача фахівців, які консультують зі специфіки організації СП; навіть серед експертів спостерігається розрізнене бачення правових моделей. • Команди часто змушені самостійно шукати або конструювати юридичні моделі, що потребує часу і несе ризики помилок.
Продукт і ринок Унікальність та індивідуальність продукту (мерч із локальною айденікою, авторські дизайни, соціальна тематика).	Податкові бар'єри: масштабування СП до прибуткової моделі може тягнути за собою обов'язкову реєстрацію платника ПДВ, що є обтяжливим для невеликих команд.

Команда і людський капітал

- Формування локальної спільноти фахівців: навчені, мотивовані команди, які пройшли акселераційні освітні програми, працювали з донорами, постачальниками, мають досвід у координації, менторстві, реалізації проєктів (в тому числі міжнародних).
- Здатність людей у команді до адаптації, креативність, розуміння соціальних потреб молоді, розуміння контексту громади.

Інфраструктурна і технічна база

- Молодіжний центр уже має обладнані приміщення, доступ до техніки, меблів, зони для проведення заходів — це зменшує стартові витрати на запуск СП.
- Часто МП мають доступ до комунального майна на пільгових умовах, що дає змогу ефективніше використовувати ресурси громади.
- Наявність інтернету, обладнання, мультимедійної техніки дозволяє впроваджувати сучасні послуги: друк, фото-відео сервіси, дизайн, коворкінг, майстерні тощо.

Фінансові та ресурсні виклики

- Відсутність стартового капіталу або «фінансової подушки» — гальмує запуск, навіть якщо є команда та ідея.
- Високі комунальні витрати при відсутності стабільного доходу.
- Великі витрати на рекламу, яку СП часто не може собі дозволити, а без неї — слабка впізнаваність.
- Постійний пошук додаткових ресурсів (людських, матеріальних, технічних).
- Несформована система локальної підтримки: немає типової програми підтримки СП в громадах, механізмів підтримки чи локальних грантів.

Операційні проблеми

- Нестабільність технічного забезпечення: відсутність сервісу в громадах, обладнання виходить з ладу, потребує ремонту.
- Брак досвіду користування специфічним обладнанням, потреба у додатковому навчанні персоналу.
- Неналагоджені ланцюги постачання: відсутність баз перевірених постачальників, труднощі з логістикою.

- Неоперативність виготовлення продукту або надання послуг — низька швидкість знижує лояльність клієнтів.
- Сезонність попиту: активність клієнтів нестабільна, це створює періоди простою.

Командні виклики

- Брак людських ресурсів у командах: МЦ часто мають обмежений штат, поєднують роботу над СП із основною програмною діяльністю.
- Нестача часу у членів команди — частина з них залучена як волонтери або працює за сумісництвом.
- Відсутність механізмів фінансової мотивації та утримання ключових людей.

Комунікаційні бар'єри

- Низька обізнаність громади про місію та діяльність СП.
- Слабка комунікація з ОМС — потрібне активне просування ідеї СП як інструменту вирішення соціальних викликів.
- Складність у доступі до клієнтів: фізичні точки можуть бути в незручних місцях, онлайн-просування — недостатнє.
- Несформований ринок для СП, низька культура підтримки соціальних ініціатив: споживачі зацікавлені, але не завжди готові платити.

Особливості продуктів і послуг СП на базі МЦ

- Соціальний компонент є пріоритетним, що відрізняє СП від класичного бізнесу — значна частина прибутку або ресурсу спрямовується на вирішення соціальних проблем, що може знижувати комерційну ефективність.
- Обмежений асортимент і нішевість продукції чи послуг — молодіжні СП часто фокусуються на сувенірах, локальних подієвих товарах, навчальних послугах, майстерках тощо, що не є масовими.
- Висока залежність від креативності та людського ресурсу — якість послуг напряму залежить від внутрішнього потенціалу команди.
- Нестабільність попиту: через специфіку ринку та аудиторії деякі продукти або послуги затребувані лише в певний сезон або контекст (наприклад, шкільні заходи, літні фестивалі, подієвий мерч).
- Висока витратність часу на створення продукту (handmade, унікальні дизайни, персоналізовані послуги), що не завжди відповідає ринковим очікуванням клієнта за ціною або швидкістю.
- Відсутність сталих каналів реалізації: обмежений вихід на роздрібні мережі, платформи, партнерські точки продажу.
- Недостатня диференціація — часто товари або послуги мають конкуренцію на ринку, але не виділяються чіткою соціальною складовою або історією бренду.

S Сильні сторони	W Слабкі сторони
Партнерства і кооперації • Розширення партнерств з місцевим бізнесом у форматі коворкінгів, спільних продуктів, послуг, спонсорства. • Створення між-СП кооперацій/партнерств — партнерство кількох молодіжних СП (обмін товарами, розподіл функцій, спільний маркетинг). • Підтримка з боку великих компаній у межах політик КСВ (корпоративної соціальної відповідальності). • Інтеграція з культурним середовищем громади (фестивалі, виставки, ярмарки тощо). Виробництво і технічний потенціал • Розширення власного виробництва та друку (футболки, сувеніри, соціальні листівки тощо). • Наявність базового обладнання та реалізованих кейсів — передумова для масштабування. • Акредитація лабораторій, студій чи майстерень як довгострокова інвестиція. • Сертифікація та ліцензування продуктів і сервісів — підвищення довіри, вихід на нові ринки. Професійний/експертний розвиток і знання • Підвищення експертності команд, зокрема у сфері бізнес-моделювання, маркетингу, фінансів.	Адміністративно-фінансова вразливість • Скорочення або припинення підтримки з боку ОМС — особливо щодо оплати комунальних послуг. Це підвищує витрати підприємства, ставить під загрозу стабільність діяльності, особливо якщо відсутні альтернативні джерела доходу. • Зміна місцевих політик, влади, що не підтримує ідею СП. • Ризик втрати статусу неприбутковості у разі офіційної реєстрації прибуткової діяльності без належного юридичного супроводу. Людський ресурс і внутрішня мотивація • Вигорання та плінність кадрів, особливо в невеликих громадах, де кадровий резерв обмежений. • Невизначеність командного бачення, втрата мотивації або фокусу через високе навантаження, відсутність швидких результатів або зміни в складі команди (виїзд, служба в ЗСУ тощо). • Обмеженість професійних компетенцій, брак управлінського досвіду, знань з підприємництва. • Складність делегування: багато процесів тримається на 1–2 ключових особах. • Слабка інституційна пам'ять про ведення СП і поєднання його з програмною діяльністю молодіжного центру.

- Нарощування навичок підприємництва в молоді — навчання через участь у реальних кейсах.
- Формування нового покоління соціальних підприємців, що мислять інноваційно і соціально відповідально.
- Поширення напрацьованого досвіду, включаючи помилки та успішні практики, як ресурс для інших команд.

Інновації та цифрові інструменти

- Розробка мобільного застосунку з вбудованим онлайн-магазином (вітрина для продажів продукції СП).
- Вихід на маркетплейси — розширення каналів збуту, в т.ч. міжнародного.
- Побудова бренду з глобальним позиціонуванням — через якість, цінності, історію.

Масштабування моделей

- Формування спільнот навколо брендів, створених на базі МЦ — амбасадори, клієнти, волонтери.
- Передача успішних моделей іншим громадам (через франшизу, менторство, гайдлайни).
- Розширення асортименту.

Фінансові інструменти

- Можливість отримання дофінансування — як від донорів, ОМС, держави, так і через соціальне інвестування.

Економічні ризики

- Коливання цін на сировину та логістику — особливо у воєнний час. Це безпосередньо впливає на собівартість і прибутковість.
- Ризик вкладення особистих або неповернення коштів — відсутність гарантій повернення інвестицій.
- Довгий шлях до самоокупності та масштабування — від ідеї до стабільного бізнесу можуть пройти роки.
- Високий поріг входу у деяких сферах — потреба в дорогому обладнанні або сертифікації.

Репутаційні ризики

- Недовіра клієнтів на старті — через новизну, відсутність сертифікації чи акредитації, скромні умови, просте обладнання.
- Нерівномірна якість послуг або продуктів — якщо команда змінюється, не встигає забезпечити однакову якість продукту чи послуги.
- Недостатній брендинг або слабка публічна комунікація — низька впізнаваність, відсутність лояльної аудиторії.

Технічна нестабільність, безпекові виклики через війну

- Блекаути та загрози безпеці (тривоги, загрози обстрілів, перебої в електропостачанні, інтернеті, збої терміналів).
- Зношене або нестабільне обладнання, відсутність сервісної підтримки в громаді.

- Розробка моделей стійкого прибутку, які покривають витрати і забезпечують розвиток.

- Брак технічної компетентності щодо обслуговування чи модернізації техніки.

Ринкові бар'єри

- Сильна конкуренція — МЦ часто виходять у сфери, де вже присутні кілька подібних бізнесів.
- Низька культура підтримки соціальних ініціатив серед населення — люди схвально ставляться, але не готові купувати.
- Нестабільний попит (сезонність, залежність від подій).
- Складність масштабування — немає сталих каналів збуту, не вистачає часу на розвиток партнерств, навчання людей для посилення СП.

Стратегічні ризики

- Втрачена актуальність проблеми, яку вирішує СП (напр., зменшення потреби у конкретному сервісі, послугі чи продукті).
- Бракує людей для масштабування, а завантаженість постійно висока. Ресурси — як людські, так і часові — обмежені
- Відсутність адаптивної моделі — не всі СП готові змінювати продукт або формат діяльності у відповідь на зовнішні зміни.
- Висока конкуренція на ринку.
- Всі ризики, пов'язані з війною - бойові дії, ракетні і шахедні обстріли, які руйнують інфраструктуру, вбивають і калічать людей.

**Управління ризиками та кризовий менеджмент у соціальному підприємстві на базі молодіжного центру
(Узагальнені рекомендації учасників та учасниць фокус-групи)**

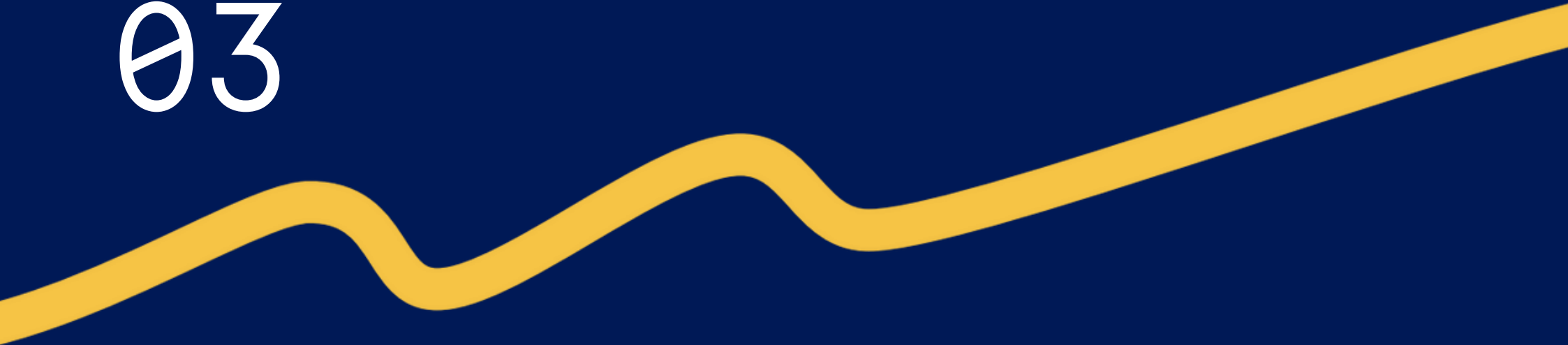
Категорія	Ключові бар'єри / виклики	Шляхи подолання / рішення
Юридичні бар'єри	Неврегульованість статусу СП у законодавстві Брак типових шаблонів для СП на базі МЦ Складність юридичного оформлення	Створення типових моделей для МЦ Навчання юридичних команд Адвокація законодавчого врегулювання СП
Фінансово-ресурсні виклики	Відсутність стартового капіталу Високі комунальні витрати Брак рекламного бюджету	Фандрейзинг, мікрогранти Співфінансування з місцевим бізнесом Служби комунікації в МЦ
Операційні проблеми	Технічна нестабільність Брак навичок, логістики Сезонність, низька швидкість виконання	Навчання персоналу Картування наявних сервісів у громаді Планування сезонної активності
Командні виклики	Обмежений людський ресурс Вигорання, низька мотивація Брак механізмів утримання кадрів	Гнучкі графіки, оплата за результат Наставництво, стажування Інституційна підтримка
Комунікаційні бар'єри	Низька обізнаність Слабка співпраця з ОМС Недостатнє просування онлайн	Розробка SMM-стратегії Комунікація успішних історій Інтеграція у локальні події

Продуктові обмеження СП	Вузький асортимент, нішевість Пріоритет соціальної складової Висока ручна праця	Пілотування нових продуктів Аутсорсинг виробництва Колаборації з дизайнерами
Адміністративно-фінансова вразливість	Залежність від місцевої влади Ризик втрати неприбутковості Немає резервного плану	Створення фінансової подушки Участь у бюджетних слуханнях Внутрішній аудит та планування
Економічні ризики	Коливання цін Довгий шлях до прибутковості Високі інвестиції на старті	Поступовий масштаб Купівля б/в обладнання Партнерства з бізнесом
Репутаційні ризики	Недовіра до нових СП Нестабільна якість Слабкий брендинг	Побудова бренду з історією Сертифікація, ліцензування Комунікаційна підтримка
Операційні проблеми	Блекаути Немає техпідтримки Відсутність навичок обслуговування	Джерела резервного живлення Бекап план технічної підтримки Курси технічної грамотності
Командні виклики	Конкуренція з бізнесом Низька культура купівлі у СП Вузький ринок	Виділення через соціальну місію Присутність на маркетплейсах Онлайн-торгівля та pop-up точки

Безпекові виклики / війна	Обстріли, небезпека Виїзд команди Руйнування інфраструктури	Онлайн-формати Евакуаційні плани Альтернативне розміщення СП
Партнерська кооперація	Ізольованість СП Відсутність горизонтальних зв'язків Повільна реакція на виклики	Створення мереж МЦ і СП Робочі групи швидкого реагування Волонтерська мобілізація, кампанії підтримки
Унормування діяльності МЦ	Невизначений правовий статус Немає регламентів, інституційної пам'яті Слабка взаємодія з владою	Визначення ефективної моделі МЦ (КУ, структурний підрозділ) Розробка внутрішніх політик і процедур Консультації з ОМС Адвокація унормування МЦ
Підтримка СП місцевими програмами	Відсутність механізмів у громадах Немає доступу до місцевих грантів Ізоляція від стратегій громади	Інтеграція СП у місцеві програми Включення у стратегії розвитку громади Ресурсна підтримка у кризах (приміщення, техніка) Консультації через бізнес-центри / хаби
Стратегічні ризики	Зміна трендів Відсутність адаптивності Невміння масштабуватись	Регулярна переоцінка потреб Адаптація продукту Гнучке планування та інновації

Розділ

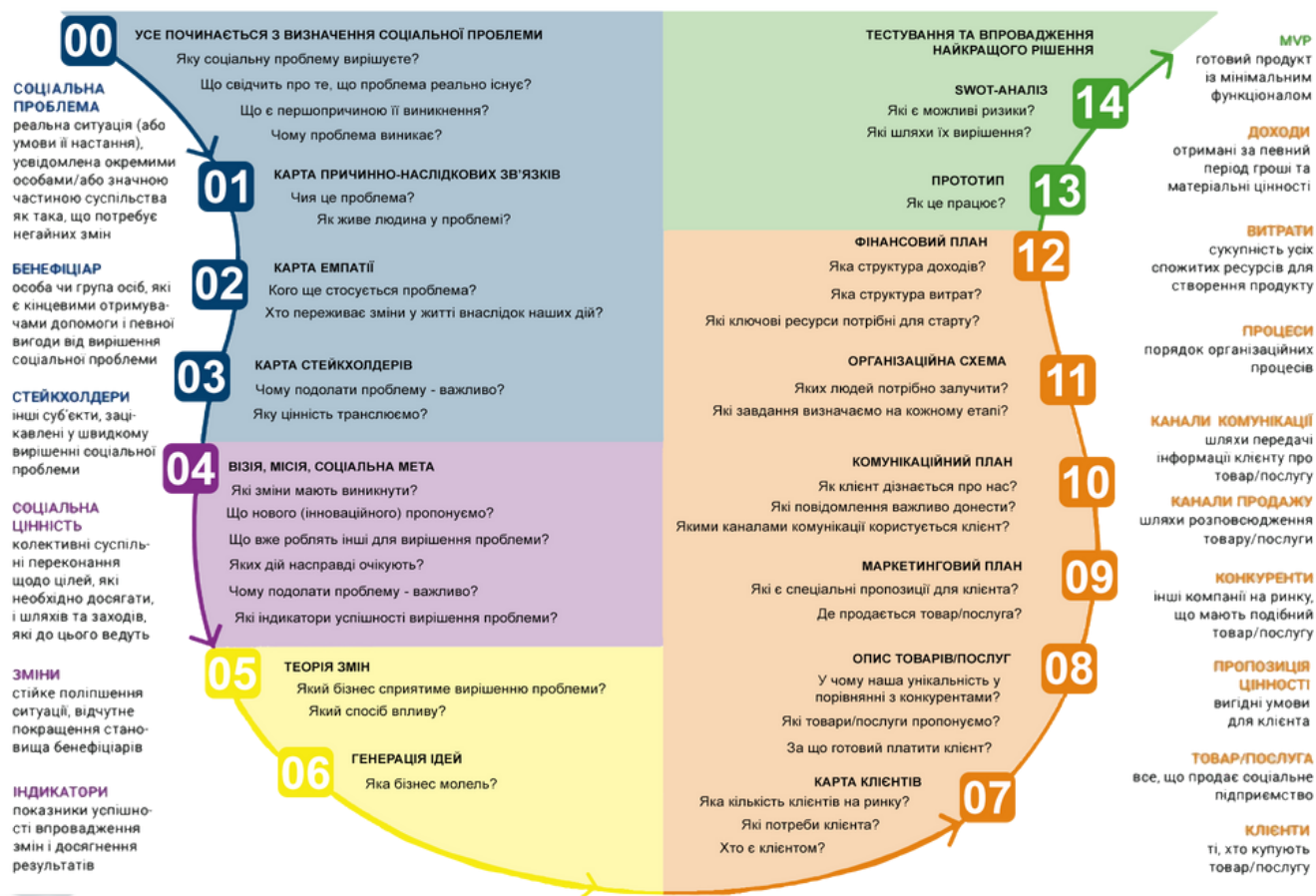
03



Дорожня картастворення соціального підприємництва у молодіжному центрі — доопрацьовується на основі цієї та доповнена досвідом МЦ і напрацюванням фокус-групи

Розділ 3. Дорожня карта створення соціального підприємництва у молодіжному центрі — доопрацьовується на основі цієї та доповнена досвідом МЦ і напрацюванням фокус-групи.

Розробка А.Бочарнікової²⁹



²⁹ Бочарнікова А.В. #SimpleSE. Про соціальне підприємництво – просто! – Київ: СТ-ДРУК, 2020. – 68 с. – С. 37.

	Крок	Опис кроку	Інструменти
1	Аналіз потенціалу молодіжного центру для створення СП <i>Мета - оцінити наявні компетенції, мотивацію та потенціал команди, що буде створювати і управляти СП, зважити ризики, проаналізувати людські, матеріально-технічні, фінансові, партнерські ресурси, що є у молодіжному центрі для запуску і підтримки СП.</i>	Які ключові компетенції (проектні, фінансові, підприємницькі) має команда? Чи є члени команди з досвідом реалізації грантових чи бізнес-проектів Наскільки команда зацікавлена і мотивована працювати над СП? Які основні сильні та слабкі сторони команди? Що впливає на рівень мотивації учасників? Які матеріально-технічні та фінансові ресурси доступні молодіжному центру? Які ризики існують і як їх можна мінімізувати? Які нормативні акти і соціально-економічний контекст впливають на діяльність СП?	SWOT-аналіз команди SWOT-аналіз молодіжного центру Оцінка компетенцій команди через анкети чи співбесіди Інвентаризація ресурсів Карта партнерів і донорів Аналіз фінансових звітів Визначення потенційних джерел фінансування Вивчення досвіду інших соціальних підприємств на базі МЦ — аналіз кейсів, обмін досвідом, вивчення успішних практик та помилок.

		Які закони і місцеві нормативи регулюють діяльність СП? Як соціальна та економічна ситуація в громаді впливає на СП? Який досвід інших соціальних підприємств можна використати?	
2	Визначення соціальної проблеми <i>Соціальна проблема - реальна ситуація (або умови її настання), усвідомлена окремими особами/або значною частиною суспільства як така, що потребує негайних змін</i>	Яку соціальну проблему вирішуєте? Що свідчить про те, що проблема реально існує? Що є першопричиною її виникнення? Чому проблема виникає?	Опитування та фокус-групи серед молоді та громади Аналіз статистичних даних Інтерв'ю з експертами SWOT-аналіз соціального контексту Соціологічні дослідження Спостереження та збір кейсів Аналіз соціально-економічного середовища

			PESTLE-аналіз (включає політичні (Political), економічні (Economic), соціальні (Social), технологічні (Technological), юридичні (Legal) аспекти та фактори навколишнього середовища (Environmental))
		Виявлення глибинних причин проблеми	Метод «5 чому» Картування причинно-наслідкових зв'язків Експертні опитування
		У чому ця проблема проявляється? Як живе людина в проблемі?	Карта емпатії
		Чому подолати проблему — важливо? Яка цінність трансформації?	Карта стейкхолдерів
		Які запити надходять від цільової групи?	Аналіз звернень до молодіжного центру Медійний моніторинг (новини, соцмережі)

		Які зміни мають виникнути? Що нового (інноваційного) пропонуємо? Що вже роблять інші для вирішення проблеми? Як зрозуміємо, що проблему вирішено? Яких дій насправді очікують? Які індикатори успішності вирішення проблеми? Який бізнес/соціальне рішення сприятиме вирішенню проблеми? Який спосіб впливу?	Теорія змін
3	Генерація ідей соціального підприємництва <i>Мета — розробити практичні та релевантні ідеї соціального підприємства, які: безпосередньо відповідають визначеній соціальній проблемі; враховують специфіку цільової аудиторії; базуються на реальних можливостях, ресурсах і контексті молодіжного центру; мають потенціал як для соціального впливу, так і для фінансової життєздатності.</i>	Які ідеї можуть ефективно вирішити визначену проблему? Як ці ідеї відповідають потребам Impact Canvas цільової аудиторії? Які ресурси є для реалізації цих ідей? Який потенціал соціального і фінансового впливу має кожна ідея? Які інновації можна запропонувати? Який мінімальний життєздатний продукт (MVP) можна створити?	SCAMPER Брейнстормінг Дизайн-мислення

		для тестування ідеї?	
4	Розробка MVP (мінімального життєздатного продукту) або послуги <i>Мета - створити спрощену версію продукту чи послуги, яка містить лише основні функції, достатні для вирішення ключової соціальної проблеми, щоб швидко протестувати ідею на реальних користувачах, отримати зворотний зв'язок і визначити життєздатність та перспективність подальшого розвитку.</i>	Яка основна цінність MVP для користувача? (Що найважливіше вирішує продукт чи послуга?) Які мінімальні функції чи характеристики необхідні для демонстрації цієї цінності? Хто є цільовою аудиторією для тестування MVP? (Які користувачі найбільше виграють від цього продукту?) Як швидко і з якими ресурсами можна створити MVP? Які канали та способи залучення користувачів для тестування MVP? Які метрики і показники допоможуть оцінити успішність MVP? Які потенційні ризики чи проблеми можуть виникнути під час тестування MVP? Як збирати і аналізувати	Customer Journey Map — для візуалізації шляху користувача через продукт/послугу та визначення ключових моментів взаємодії. Прототипування Lean Startup методологія — ітеративний підхід з циклом Build-Measure-Learn Регламенти і чек-листи — для стандартизації надання послуг

		зворотний зв'язок від користувачів?	
5	Бізнес-моделювання <i>Деталізація фінансової моделі (бюджет запуску й операційних витрат), маркетингової стратегії та плану продажів; прогноз доходів/витрат на 1–3 роки.</i>	Яка бізнес-модель найкраще підходить для реалізації ідеї? Які основні джерела доходу і витрати? Як виглядає цільовий ринок і конкуренція? Які маркетингові канали найбільш ефективні? Які ресурси потрібні для запуску і розвитку? Як забезпечити фінансову життєздатність на 1–3 роки?	Business Model Canvas Аналіз ринку й конкурентів Business Model Canvas Lean Canvas Аналіз конкурентів та ринку Розробка маркетингової стратегії
6	Розробка маркетингового плану та створення бренду СП <i>Мета - створити чітку маркетингову стратегію та унікальний бренд соціального підприємства, які допоможуть ефективно комунікувати цінність продукту чи послуги цільовій аудиторії, залучати клієнтів, партнерів та інвесторів, а також сформувати впізнаваність і довіру.</i>	Яка унікальна ціннісна пропозиція (УЦП) нашого СП? Хто наша цільова аудиторія з маркетингової точки зору? Як найкраще до неї звертатись? Які основні канали комунікації та продажів найбільш ефективні для залучення клієнтів?	Value Proposition Canvas SWOT-аналіз маркетингової стратегії

		Як побудувати бренд СП, щоб він викликав довіру, підтримував соціальну місію та був впізнаваним? Який стиль, меседжі та візуальні елементи відображають цінності СП? Які маркетингові активності й інструменти використовуватимемо (соцмережі, події, PR, партнерства, email-маркетинг)? Який бюджет та ресурси потрібно залучити на маркетинг? Як вимірювати ефективність маркетингових кампаній? Які ризики та виклики можливі у просуванні? Як їх мінімізувати?	
7	Запуск пілотного продукту чи послуги (MVP) <i>Мета - створення мінімально життєздатного продукту для тестування. Реальний старт операційної діяльності в обмеженому форматі — з обраним сегментом аудиторії.</i>	Як виглядає операційна модель? Який обсяг послуг/ продуктів ми здатні забезпечити на старті?	Lean Canvas Регламенти надання послуги / інструкції Чек-листи якості

		Як забезпечити якість і стабільність роботи? Якими є перші фідбеки і результативність?	Проста фінансова модель у Excel Анкети після надання послуги Глибинні інтерв'ю Customer Journey Map
8	Розробка бізнес-плану <i>Мета - створити комплексний документ, що систематизує ідеї, стратегію, фінансові показники та операційні деталі соціального підприємства, який слугуватиме дорожньою картою для запуску, управління та залучення інвестицій чи грантової підтримки.</i>	Яка місія і бачення підприємства? Який продукт або послуга пропонується? Хто цільова аудиторія і ринок збуту? Яка стратегія маркетингу і продажів? Як організована операційна діяльність? Який фінансовий план? Які ризики і як їх мінімізувати? Як планується масштабування і	Шаблони бізнес-планів Фінансові моделі в Excel SWOT-аналіз Консультації з експертами. менторами

		розвиток?	
9	Юридичне оформлення та організаційна структура СП <i>Вибір правової форми (ГО, ФОП, ТОВ з соціальними цілями тощо), підготовка статуту, реєстрація у відповідних реєстрах, визначення внутрішніх ролей і процедур управління.</i>	Яка юридична модель найоптимальніша для СП? Які вимоги до статутних документів? Як зареєструвати СП? Які ролі та обов'язки потрібно визначити? Які процедури управління впровадити?	Консультації з юристами SWOT-аналіз юридичних моделей Підготовка статуту і внутрішніх нормативних документів Реєстрація в державних реєстрах Розробка організаційної структури Визначення посадових обов'язків і процедур управління
10	Моніторинг, оцінка та масштабування <i>Впровадження системи KPI-моніторингу; регулярний аналіз результатів і впливу; коригування стратегії; розробка плану розширення сервісів і залучення нових ресурсів для забезпечення стійкості. Регулярне відстеження результатів,</i>	Які наші KPI (соціальні, фінансові)? Як регулярно ми їх вимірюємо? Які інструменти дозволяють покращити ефективність? Які є сценарії масштабування	KPI Dashboard (візуальний інструмент для автоматизованого збору й відображення ключових показників ефективності, що дозволяє оперативно аналізувати результати, виявляти проблеми та ухвалювати обґрунтовані

	коригування процесів, оцінка соціального впливу, розробка стратегій масштабування й розвитку.	(нові послуги, території)? Як залучити нових партнерів чи фінансування для зростання?	управлінські рішень)
--	---	---	----------------------

Етап СП	Тривалість	Ключові результати
Підготовка	1–2 місяці	SWOT, місія, команда, попереднє дослідження
Проектування	2–3 місяці	Бізнес-модель, реєстрація, план фінансування
Пілотування	3–4 місяці	MVP, аналіз KPI, адаптація моделей
Масштабування	4–6 місяців	Нові сервіси, маркетинг
Сталий розвиток	постійно	Оцінка соціального впливу, довготривале фінансування, модель реінвестування прибутку запущена

Розділ

04



Надихайся і надивляйся.
Досвід проєкту «Стартуй:
соціальне підприємництво в
молодіжному центрі»

Розділ 4. Надихайся і надивляйся. Досвід проєкту «Стартуй: соціальне підприємництво в молодіжному центрі»

Мета проєкту «Стартуй: соціальне підприємництво в молодіжному центрі»

Створення на базі молодіжних центрів соціального підприємництва для підвищення їх фінансової стійкості й, як наслідок, можливості надавати молоді більш якісні послуги та долучитися до розв'язання соціальних проблем.

Термін реалізації: червень 2024 р. – квітень 2025 р.

Етапи та методологія проєкту

Учасників проєкту відібрали на конкурсній основі із понад 40 молодіжних центрів з різних куточків України. Переможці конкурсу довели, що мають досвід успішної реалізації грантових проєктів та передумови для ведення соціального підприємництва у своєму центрі.

Йдеться про відповідну реєстрацію центру як громадської організації або комунального закладу, організаційна спроможність, певний досвід ведення бізнесу. Це важливо, адже в рамках проєкту кожен із них мав розробити за підтримки менторів життєздатну ідею соціального підприємництва, яка має в перспектив приносить прибуток для підтримки та розвитку молодіжного центру. Також невід'ємним компонентом є «соціальність», тобто значимість такого бізнесу не тільки для центру, але і для громади.

І як це змінює громади?

Соціальне підприємництво — це історія про залучення. Молодь не просто «приходить у центр», вона живе ним. Люди з громади бачать результати, долучаються, підтримують. Центр стає точкою об'єднання, активності, розвитку. Це вже не просто «місце» — це сила, яка тягне за собою все середовище.

Молодіжні центри, представники та представниці яких пройшли навчання: 10 воркшопів та дві навчальні сесії в онлайн та офлайн форматах. Навчання охопило всі аспекти ведення соціального підприємництва, зокрема особливості такого напрямку підприємництва, аспекти соціального впливу, юридичну базу, розробку продукту, дизайн-мислення, вивчення цільової аудиторії, вивчення ринку, бізнес-моделювання, дієві комунікації, рекламу, lean-менеджмент, продажі тощо.

Михайло Регешук, МЦ «Нові Крила», Нововолинськ

Навчання дало нам відповіді на дуже багато питань, як описувати бізнес-процеси, як юридично оформити все правильно. На жаль, законодавство не дає чіткої відповіді, як повинно бути оформлене соціальне підприємництво у молодіжних центрах. Тому була певна невизначеність, але якраз такі воркшопи нам допомогли із цим розібрати й налаштувати процеси.

8 розроблених бізнес-планів отримали фінансову підтримку (субгрант) у розмірі 15 000 євро кожен на реалізацію соціального підприємництва.

Тематичні напрями проведення заходів, а саме стратегічне планування, цифрова грамотність та «зелений перехід», були обрані не випадково. Їх проведення не тільки допомогло командам молодіжних центрів закріпити навички через навчання інших, але і масштабувати знання про соціальне підприємництво на ширшу молодіжну аудиторію та привернути додаткову увагу до свого бізнесу.

Упродовж проєкту команди молодіжних центрів мали доступ до менторської та експертної підтримки. Ментори-практики у сфері соціального підприємництва допомагали в ефективному втіленні ідей у життя, а експерти надавали галузеві консультації у різних напрямках: юридична частина ведення бізнесу, брендинг та маркетинг, бухгалтерський облік та фінанси, фандрейзинг, робота з партнерами та інше.

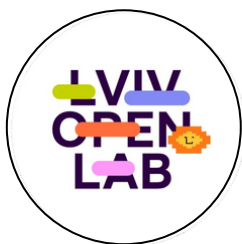
Додатково у межах проєкту було передбачено розвиток міжнародної співпраці між молодіжними центрами учасниками проєкту та молодіжними центрами в регіоні Східного партнерства та країнах ЄС. Ця ініціатива має на меті сприяти обміну знаннями, покращенню взаєморозуміння, зміцненню міжкультурних зв'язків та розвитку кращих практик у сфері сталого розвитку. Ця співпраця призведе до створення мережі молодіжних центрів у різних країнах, яка може слугувати платформою для майбутньої міжнародної співпраці у сфері молоді та підприємництва.

Учасники проєкту «Стартуй» пройшли інтенсиви, де навчилися створювати бізнес-плани, аналізувати потреби громади, будувати фінансові моделі, продавати свої послуги й продукти без втрати цінностей. Це не суха теорія — це прокачка в дії, із менторами, практикою й підтримкою.

Цей процес не тільки допоміг в обміні знаннями та досвідом, але й сприяв формуванню почуття єдності, спільної відповідальності та співпраці між молодими людьми з різних країн та різного походження.

Участь у проєкті «Стартуй: соціальне підприємництво в молодіжному центрі» надала молодіжним центрам інструментарій для фінансової стабільності, а також стати потужним двигуном соціальних змін у громадах.

Молодіжні центри, які брали участь у проєкті:



Lviv Open Lab
м. Львів



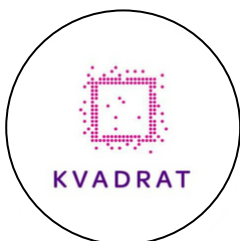
МЦ «Hub 93»
ГО «Вільні калуські люди»
м. Калуш



МЦ «Місто ідей»
м. Ковель



«Центр Науки Тернополя»
м. Тернопіль



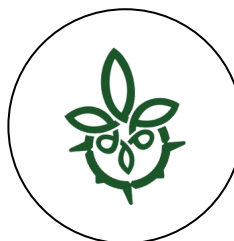
Вінницький обласний МЦ «Квадрат»
м. Вінниця



«Молодіжний центр Дніпра»
м. Дніпро



МЦ «Нові крила»
м. Нововолинськ



КЗ «Пластовий вишкілький центр»
м. Буча

ГО «Молодіжна платформа»

Соціальне підприємництво сприяє професійному розвитку молоді, створює нові робочі місця та стимулює громадську активність. Кожен, хто хоче підтримати молодіжне підприємництво, може стати частиною цього руху як клієнт, партнер, натхненник, амбасадор, адже разом ми створюємо сильну та соціально відповідальну Україну.

ГО «Молодіжна платформа»

Соціальне підприємництво – це бізнес, який балансує між комерційною та неприбутковою діяльністю. Окрім працюючої бізнес-моделі має певну вимірювану соціальну цінність. Цей гібридний підхід дозволяє бізнесу бути чимось більшим.

ГО «Молодіжна платформа»

Ми інвестуємо в молодь та простори, де вона зростає. Завдяки фінансовій підтримці та активній участі, молодіжні центри стають місцем сили для громад.

Ірина Зінчук, ГО «Робимо разом», Ковель

Ми показали приклад молоді Ковеля, як освоїти ази підприємництва, розвивати власну ідею та залучати кошти й втілювати свої мрії.

Михайло Регешук, МЦ «Нові Крила», Нововолинськ

Ми хочемо робити не просто одяг з логотипом, а класний мерч, який люди будуть хотіти носити щодня, і який буде справжнім атрибутом спільноти.

Вікторія Перейма, ГО «Вільні калуські люди», Калуш

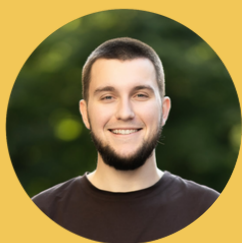
“Kalush Story” став не просто бізнесом, а справжньою платформою для соціального впливу. Тематичні колекції товарів підкреслили культурні та історичні особливості Калуша, що дозволяє креативно представляти місто на всеукраїнському та міжнародних рівнях. Проєкт висвітлив унікальну історичну й культурну спадщину регіону, яка раніше залишалася поза увагою громадськості.

«Story Book»: «Живі» альбоми (Молодіжний центр Дніпра)

Опис ідеї та основні напрямки роботи / послуги / сервіси

Соціальне підприємництво із виготовлення шкільних випускних фотоальбомів з доповненою реальністю створене на базі Молодіжного центру Дніпра. Сучасні шкільні альбоми із використанням доповненої реальності пропонують яскраву альтернативу, щоб зафіксувати спогади.

Основною послугою СП є виготовлення «живих» фотоальбомів з використанням доповненої реальності. Додатково в рамках фотосесій відбувається розвиток навичок командної взаємодії у молоді шляхом проведення командоутворюючих вправ працівниками молодіжного центру.



Микита Іграєв, координатор проєкту «Story Book»

«Story Book» — це не просто фотокниги, а альбоми з доповненою реальністю: наводите смартфон — і фото оживає у вигляді відео. Ми поєднали сучасні технології, креативний підхід і соціальну місію. 20% виторгу з кожного альбому йде на створення молодіжних просторів. Таким чином, кожен наш продукт несе користь як для окремої людини, так і для всього суспільства. Це — проєкт, який несе і технології, і натхнення, і підтримку молодому поколінню. Ми вирішили створити «Story Book» як відповідь на реальну потребу — зробити Молодіжний центр Дніпра фінансово самодостатнім та створити ще простори для молоді в нашому місті. Соціальне підприємництво стало для нас шляхом поєднати корисне з прибутковим: заробляти, допомагаючи молоді. Завдяки проєкту ми змогли запустити ініціативу, яка не лише зберігає спогади, а й підтримує розвиток молодіжних просторів координатор проєкту.

Зйомки для створення «живих» альбомів проводять в сучасних локаціях, які допомагають розкрити характер класу та розповісти їх історію за допомогою сучасних технологій. Такі випускні альбоми мають стати яскравою альтернативою традиційним «віньєткам», які чимало випускників вважають застарілими. Проєкт вже активно втілюють, команда налагодила співпрацю із десятками шкіл та «оживила» понад 180 альбомів.

Соціальний вплив

Соціальна складова цього підприємництва передбачає, що 100% прибутку спрямують на підтримку освітніх, творчих та соціальних проєктів для молоді, зокрема розвиток просторів для шкільного самоврядування. Як дослідила команда “Молодіжний центр Дніпра”, у місті є значний запит на такі простори для шкільної молоді. Для поширення ідеї соціального підприємництва молодіжний центр також

проводить мотиваційні зустрічі з успішними підприємцями, де молодь може дізнатися, як розвивати власний бізнес.

Контакти:

Молодіжний центр Дніпра

+380637031863

usdnipra@gmail.com

Набережна Перемоги 5, м. Дніпро, Дніпропетровська обл.

<https://www.facebook.com/molcentrdnipra>

<https://www.instagram.com/molcentrdnipra/>

<https://t.me/molcentrdnipra>

ST*RYBOOK



Майстерня «Твори своє» та студія гончарства «Glek». Гончарство та сувенірна продукція у Ковелі (Молодіжний центр «Місто ідей», Ковельська громада)

Опис ідеї та основні напрямки роботи / послуги / сервіси

Майстерня «Твори своє» та студія гончарства «Glek» націлені на створення рекламної, сувенірної, іміджевої продукції для промоції громади, проведення майстер-класів з гончарства і виготовлення традиційної волинської кераміки. У гончарній майстерні відвідувачі можуть відпочити, розвинути дрібну моторику рук, провести час із близькими, спробувати нове хобі. Студія пропонує індивідуальні та групові майстер-класи, групові арт-терапії, тематичні свята і навіть побачення.

Основна місія студії — це створення інклюзивного простору, де люди з різним досвідом та можливостями можуть реалізувати себе через гончарство. Вона відкрита для всіх, незалежно від віку, досвіду чи фізичних можливостей.

Послуги діляться на 3 напрямки: «гончарство» (проведення майстер-класів з гончарства, виготовлення посуду ручної роботи з волинським орнаментом, виготовлення прикрас з глини); мерч (сублімаційний друк на тканині, кераміці, склі та папері, виготовлення корпоративної сувенірної продукції з пластику), «послуги» (розробка дизайну предметів та поліграфії).

Майстерня «Твори своє» вже дає можливість виготовляти широкий асортимент брендованої продукції, зокрема друкувати на чашках, шоперах, виготовляти брендовані брелки, шкарпетки, косметички, пляшки, блокноти, ручки, килимки для мишки, футболки, худі. Зокрема тут навчають молодь, як працювати із таким обладнанням.

Соціальний вплив

100% доходу від діяльності студії спрямовують на підтримку ініціатив відвідувачів молодіжного центру «Місто ідей». Майстерня друку заохочує молодь до розвитку підприємницьких навичок. Для цього активна молодь міста може шукати клієнтів для виготовлення мерчу за власним дизайном і продавати його, а частину коштів згідно із запропонованими прайсами перераховувати на розвиток центру.



Ірина Зінчук, представниця ГО «Робимо разом»

Ми показали молоді, як працює наша майстерня, ознайомили їх з обладнанням. Кожен міг виготовити для себе певні вироби, зокрема екосумки із зображенням на свій вибір. Також ми наносили на екосумки вибірку. Вибійка – це старовина технологія нанесення фарби на тканину спеціальними штампами.

Це наші предки таким чином теж прикрашали свій одяг, і ми зараз також її практикуємо. Тобто намагаємося поєднувати старовинні техніки й сучасні. Таким чином молода людина вчиться займатися підприємництвом. Вони повинні знайти клієнтів, придумати дизайн, вчитися комунікувати з клієнтом, виготовляти за підтримки наших спеціалістів та отримувати винагороду за свою роботу.

Контакти:

Молодіжний центр «Місто ідей»

+380995129722

kmc.ideascity@gmail.com

вул. Олени Пчілки 13, м. Ковель, Волинська область

<https://www.facebook.com/ideascitykovel/>

https://www.instagram.com/ideas_city/



Студія «ЛЕЛЕ» (Молодіжний центр «Нові Крила», м. Нововолинськ, Волинська область)

Опис ідеї та основні напрямки роботи / послуги / сервіси

«ЛЕЛЕ» — соціальне підприємство на базі молодіжного центру «Нові Крила», яке займається розробкою дизайну та виготовленням брендованого одягу й мерчу для організацій, бізнесу, молодіжних ініціатив і заходів. Працюють за слоганом «Мерч, за який не соромно».

Студія створює якісний мерч, зручний для повсякденного носіння, який відображає «характер» замовника. У майбутньому планується масштабування проекту: запуск власного виробництва одягу, створення робочих місць для молоді та розвиток локального бренду. Асортимент продукції: футболки, лонгсліви, худі, світшоти, шопери — усе з оригінальним і функціональним дизайном.

Соціальний вплив

100% прибутку студії скеровують на програмну діяльність МЦ «Нові Крила», підтримку ініціатив громади та створення проєктів для розвитку громади й молоді.



Михайло Регешук, операційний керівник МЦ «Нові Крила»

Все почалося з того, що ми як громадська організація, багато разів замовляли собі мерч на різні заходи й проєкти. Ми постійно експериментували з дизайном, загалом було п'ять-шість різних дизайнів за 10 років роботи центру. На останні два-три варіанти, які ми ще замовляли собі, був великий попит і від інших людей. Люди просили виготовити ще, бо цей одяг справді хотіли носити.

В мене вдома, наприклад, і ціла полиця різного мерчу, який шкода викинути, бо це пам'ять. Але і носити його щодня незручно. Водночас ми думали, що потрібно залучати ресурси на розвиток центру. Тому почули про таку можливість і в мене в голові ніби "лампочка засвітилася".

Нам допомогли покроково напрацювати бізнес-план. Також дуже цінно було дізнатися про різні приклади соціального підприємництва від практиків, щоб знати й розуміти реальні виклики з життя.

Коли ти плануєш соціальне підприємництво, потрібно дати собі чітку відповідь, у чому його «соціальність». Можна зробити підприємство, виготовляти товари, які просто будуть потрібні людям. Товари будуть купувати, але клієнти зовсім не будуть розуміти, що це якась соціальна історія. А можна інтегрувати у своє підприємство якусь соціальну місію, елемент, який буде допомагати розв'язувати соціальну проблему.

Контакти:

Молодіжний центр «Нові Крила»

+380671075933

проспект Дружби, 17, м. Нововолинськ, Волинська обл.

<https://www.facebook.com/groups/NOVIKRYLA>

<https://www.facebook.com/groups/NOVIKRYLA>

<https://www.youtube.com/channel/UCOnCu5frCgHvI2y0wIneAPg>



«Kalush Story™». Мерч із душею міста Калуш (Молодіжний центр «Хаб 93», м.Калуш, Івано-Франківська область, ГО «Вільні калуські люди»)

Опис ідеї та основні напрямки роботи / послуги / сервіси

Kalush Story™ — соціальне підприємство, що створює одяг, сувеніри та крафтову продукцію на основі локальних культурних і історичних тем Калуша. Продукція представлена у вигляді тематичних колекцій, які популяризують локальну ідентичність і знайомлять зі знаковими локаціями Калуша.

Під торговою маркою Kalush Story продається одяг (футболки, худі, світшоти, лонгсліви), сувеніри (магніти, брелоки, стікерпаки, еко-торби, чохли для телефонів, плейсменти тощо) та крафтові продукти (чай, кава, солодощі та т.д.), виготовлені на основі локальних культурних та історичних тем. Виготовлення більшості товарів відбувається на базі молодіжного центру «Хаб 93» за допомогою 3D-принтерів, а частина – у співпраці з місцевими підприємцями.

Соціальний вплив

100% прибутку скеровується на підтримку операційної діяльності Молодіжного центру «Хаб 93» та реалізацію молодіжних ініціатив у Калуській громаді. Молодь залучається до розробки концепцій, дизайну та виробництва мерчу. Проводяться навчання для учнів та студентів із підприємництва, дизайну й локального брендингу. Проєкт сприяє збереженню культурної спадщини, розвитку креативної економіки та посиленню громадської активності.



Вікторія Перейма, Голова Правління ГО «Вільні калуські люди»

Ми розуміли, що для успіху проєкту необхідно забезпечити активну участь та підтримку з боку громади. Для цього ми залучали спільноту активних відвідувачів «Хабу 93» до процесу розробки концепцій та ідей, які згодом втілювалися у мерч міста Калуш. Додатково ми провели інформаційну кампанію, щоб пояснити важливість соціального підприємства для розвитку молодіжних ініціатив в громаді. Проєкт функціонує в офлайн-форматі на базі

МЦ «Хаб 93» та коштом участі в ярмарках, а також онлайн — через соціальні мережі, що забезпечує ширше охоплення аудиторії. Також ми навчаємо підприємництву молодь, для цього проводимо заходи у навчальних закладах. В результаті маємо хороший приклад того, як соціальне підприємництво може одночасно підтримувати культурну ідентичність, сприяти економічному розвитку та надихати молодь на активну участь у житті громади.

Контакти:

Молодіжний центр «Хаб 93» громадської організації «Вільні калуські люди»

+380730939397

team.hub93@gmail.com

вул. Грушевського, буд. 93, м. Калуш, Івано-Франківська обл.

<https://www.facebook.com/hub93.youthcenter>

<https://www.facebook.com/ngo.fpk>

<https://www.instagram.com/hub93.youthcenter/>



«Aqua Check». Соціальна лабораторія якості води (молодіжний центр «Lviv Open Lab», м. Львів)

Опис ідеї та основні напрямки роботи / послуги / сервіси

«Lviv Open Lab» – це сучасний молодіжний простір STEAM-освіти. Його команда створює у Львові можливості для самовираження молоді через науку, що включає S – science (науку), T – technology (технології), E – engineering (інженерію), M – mathematics (математику). На базі простору вже працюють наукові лабораторії, деревообробна майстерня та волонтерський центр. Завдяки участі у проєкті новим компонентом стала лабораторія перевірки якості води «Aqua Check», яка працює у форматі соціального підприємництва. Ця лабораторія не лише дозволяє жителям Львова перевіряти якість води, а й сприяє популяризації науки та екологічної свідомості в суспільстві.

Головна ідея соціального підприємництва «Aqua Check» – зробити перевірку води доступною для всіх, підвищити обізнаність містян про якість водопостачання та змінити культуру споживання природних ресурсів. Соціальна складова роботи лабораторії передбачає безплатні аналізи води для екоактивістів, майстер-класи для вразливих категорій населення та проведення практик для студентів.



Іван Романишин, координатор проєкту

Ми надаємо послуги з визначення якості питної води за 15 показниками. Робота триває 2 дні, після чого ми можемо надати результати аналізу та додаткові консультаційні поради. Працюємо не тільки з клієнтами зі Львова, але і з інших міст. Ми допомагаємо людям краще зрозуміти власне здоров'я на підставі того, яку воду вони споживають, а також проводимо заходи, щоб люди більше розуміли та звертали увагу на цей аспект.

Соціальний вплив

Отриманий прибуток спрямовується на розвиток нових освітніх програм, підтримку молодіжних ініціатив та вдосконалення наукового простору. У майбутньому команда планує збільшити кількість доступних аналізів, залучити нових партнерів та розширити свою лабораторну базу, щоб ще більше людей мали можливість отримати якісні знання та доступ до екологічних досліджень. Щоб розширити вплив, Lviv Open Lab активно співпрацює з навчальними закладами, бізнесом та екоактивістами. Лабораторія планує провести понад 500 аналізів води та понад 50 освітніх подій, допомагаючи львів'янам краще розуміти якість споживаної води.

Контакти:

Молодіжний центр «Lviv Open Lab»

+380631067296

lvivopenlab@tvory.net

проспект Червоної Калини 58, м. Львів, Львівська область

<https://www.facebook.com/LvivOpenLab/>

<https://www.instagram.com/lviv.openlab/>

<https://www.youtube.com/c/LvivOpenLab>



«Екостаниця друку». Соціальне підприємництво від пластунів (Пластовий вишкільний центр у Бучі Київської області разом із ГО «Міст змін»)

Опис ідеї та основні напрямки роботи / послуги / сервіси

«Екостаниця друку» — це соціальне підприємництво, яке поєднує поліграфічні послуги з екологічним підходом та соціальним впливом. Основна діяльність зосереджена на друці широкого формату: замовники можуть отримати унікальні канцтовари, брендований одяг, сувенірну продукцію та інші види поліграфії.

Окремий напрям — виготовлення аксесуарів із використаних банерів. Це не просто творчий апсайклінг: такий підхід зменшує кількість відходів і дає друге життя рекламним матеріалам. Кожен може перетворити свій старий банер на стильний шопер чи бананку — екологічний і змістовний мерч для бізнесу або події.

Соціальний вплив

10% прибутку йде на підтримку участі молоді в пластових таборах, а решта — на розвиток молодіжного центру, організацію заходів та виготовлення безкоштовної поліграфії для ініціатив. Екологічна складова соціального підприємництва: переробка використаних банерів у шопери, бананки та інші екоаксесуари, друге життя поліграфії — бейджі, афіші, мерч, що були використані на заходах, популяризація ресайклінгу серед громад Київщини. «Екостаниця друку» — це не просто про друк, це про створення соціального та екологічного сенсу через продукцію.



Діана Прідьма, лідерка ГО «Міст змін»

Проект дав нам можливість систематизувати наші ідеї та перетворити їх у повноцінне соціальне підприємство — «Екостаницю друку». Ми хотіли не просто виготовляти продукцію, а створювати платформу для діалогу про екологічну свідомість, соціальну відповідальність, креативність і силу локальних рішень. Для нас важливо, щоб кожна людина, яка купує наші листівки, футболки чи інші продукти, знала: вона підтримує молодіжну роботу, нову хвилю підприємців і соціальні зміни.

Контакти:

КЗ Київської обласної ради «Пластовий вишкільний центр»

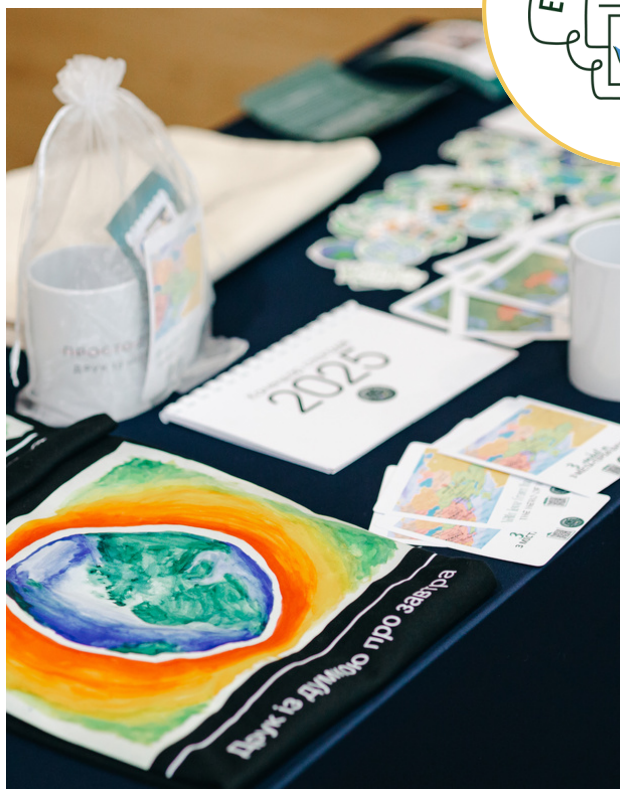
+380990108603

вул. Антонія Михайловського 54, м. Буча, Київська обл.

<https://www.plastcentre.com/>

<https://www.facebook.com/PlastUACenter>

https://www.instagram.com/plast_centre/



Кав'ярня «Kava v kvadrati» (Вінницький обласний молодіжний центр «Квадрат»)

Опис ідеї та основні напрямки роботи / послуги / сервіси

«Kava v kvadrati» — це соціальне підприємництво, створене на базі Вінницького обласного молодіжного центру «Квадрат». Молодіжний центр функціонує зокрема як укриття, тому вже став затишним та безпечним місцем для заходів. Кав'ярня допомагає йому стати ще комфортнішим хабом для молоді міста.

Молодіжний центр розташований у центрі міста та має чимало відвідувачів, тому було вирішено облаштувати кав'ярню, де можна не лише випити кави, але і попрацювати, поспілкуватися або ж провести захід. Кав'ярня «Kava v kvadrati» пропонує якісну каву та супутні товари (десерти, випічка, чизкейки, сендвічі, паніні тощо), які відповідають смакам та потребам молоді аудиторії.

У планах — надання послуг з організації кава-брейками заходів, що проводяться в молодіжному центрі від громадських організацій, фондів, об'єднань, департаментів обласної й міських рад тощо.

Перші результати — понад 3000 відвідувачів кав'ярні від початку діяльності.

Соціальний вплив

- 10% прибутку кав'ярні спрямовується на розвиток мережі молодіжних центрів у Вінницькій області
- Підтримка молодіжних ініціатив як внесок у розвиток громади
- Створення безпечного та доступного простору для самореалізації та нетворкінгу молоді



Світлана Муріч, керівниця проєкту

Наш молодіжний центр функціонує як укриття. Люди, які перебувають під час повітряної тривоги та відвідувачі наших заходів, тренінгів, творчих майстер-класів та соціальних проєктів часто хотіли випити смачної кави та перекусити. Це і спонукало нас відкрити кав'ярню у молодіжному центрі «Квадрат». Кав'ярні традиційно є популярними серед молоді, адже вони створюють атмосферу неформальності й комфорту. Також наша кав'ярня стала не тільки місцем для відпочинку, а й платформою для освітніх та культурних ініціатив.

Контакти:

КЗ Вінницький обласний молодіжний центр «Квадрат»

+380983987515

kvadrat.vn.ua@gmail.com

вул. Театральна, 15, м. Вінниця, Вінницька область

<https://www.facebook.com/kvadrat.vn.ua>

<https://www.instagram.com/kvadrat.vn.ua/>



ka²va



«Музей Науки». Інтерактивний простір наукових експонатів (Молодіжний культурно-освітній «Центр Науки Тернополя», ГО «Центр Науки Тернополя»)

Опис ідеї та основні напрямки роботи / послуги / сервіси

«Музей Науки» — це унікальний простір, що поєднує науковий підхід з культурно-суспільною діяльністю. Заснований ГО «Центр Науки Тернополя», музей працює як соціальне підприємство і сучасний освітній хаб, де відвідувачі можуть вивчати фізику, хімію, програмування та робототехніку через взаємодію, дослідництво та креативність.

Цей заклад суттєво відрізняється від стереотипного уявлення про «музей», робить науку ближчою та доступнішою завдяки новому інклюзивному простору. Історія музею почалася ще з 2017 року, коли команда центру проводила чимало заходів з популяризації науки, зокрема «Наукові пікніки» на фестивалі «Файне місто». Нинішній формат переріс у сталу інституцію, яка забезпечує сучасний інтерактивний музей, можливості для розвитку талановитої молоді, інклюзивність та доступ для вразливих соціальних груп.

Музей пропонує освітні майстер-класи із програмування та робототехніки, екскурсії, наукові шоу та проведення днів народження. Такі заходи проводять не тільки на базі самого музею, але і на виїзді.

Соціальний вплив

Соціальна складова роботи музею передбачає як підтримку сталої роботи молодіжного центру, так і фінансування молодіжних ініціатив та безкоштовні послуги для соціально вразливих категорій. Соціальна місія підприємництва — популяризувати науку, надавати підтримку для молоді отримувати можливість розвиватися у цій сфері.

Коштом соціального підприємництва команда надалі планує надавати підтримку проекту «Молодий винахідник», метою якого є розвиток молоді, молодіжних наукових досліджень, створення інноваційних проєктів. Також молодіжний центр є простором, де проходить чимало заходів, впроваджуються молодіжні ініціативи.



Олесь Веселовський, проєктний менеджер

Унікальність нашої бізнес-ідеї полягає в поєднанні наукового підходу з культурно-суспільною діяльністю. Ми створили простір, який вже сьогодні є платформою для десятків громадських організацій, освітніх ініціатив, воркшопів, виставок та наукових подій. Ідея полягає в трансформації цього простору у повноцінну соціальну підприємницьку модель: з екскурсіями, майстер-класами, науковими шоу, проведення днів народжень тощо.

Контакти:

Молодіжний культурно-освітній «Центр Науки Тернополя», ГО «Центр Науки Тернополя»

+380678194298

площа Героїв Євромайдану, 4, м. Тернопіль, Тернопільська область

<https://www.facebook.com/ternopil.center>

<https://www.instagram.com/sciencecentreternopil/>



Розділ

05



Рекомендації для ОМС щодо
підтримки соціального
підприємництва у громаді на
базі молодіжних центрів

Розділ 5. Рекомендації для ОМС щодо підтримки соціального підприємництва у громаді на базі молодіжних центрів

Що можуть зробити органи місцевого самоврядування, аби підтримати молодіжне підприємництво у громаді. Практичні поради та поштовх до адвокації молодіжних підприємств.

Рекомендації для органів місцевого самоврядування щодо сприяння соціальному підприємництву молодіжних центрів.

Практика показує, що, зазвичай, молодь ініціює ідею створення соціального підприємництва на базі молодіжних центрів/просторів чи громадських організацій. Їх надихають приклади соціальних підприємств з громад, про які вони дізнаються під час молодіжних заходів, в межах обмінних візитів та програм (як-от: ВідНОВА:UA31, БУР32). Ідеально, коли наміри влади та молоді створювати додаткові можливості для розвитку та реалізації співпадають.

Якщо мотивація та зацікавленість є — можна рухатися далі. Викликом зазвичай стає неунормованість молодіжного центру/простору в громаді.

Ці рекомендації стануть в нагоді для адвокації молодіжного соціального підприємництва у локальних громадах, налагодження спільної роботи зі стейкхолдерами, стимулювання органів місцевого самоврядування до впровадження дієвих інструментів підтримки, інституціоналізації та розвитку соціальних підприємств на базі молодіжних центрів/просторів та громадських організацій.

1. Провести аудит ресурсів громади, необхідних для впровадження СП:

- Інфраструктура: наявні приміщення (МЦ, освітні та культурні заклади тощо);
- Активність молодіжних ініціатив та громадських організацій (ініціативи, проекти);
- Нормативно-правова база (місце розвитку підприємництва у стратегії, місцеві соціальні програми, інструменти громадської участі — громадський бюджет, конкурси, соціальне замовлення тощо);

³⁰ В основу рекомендації покладено напрацювання за результатами фокус-групи (команди молодіжних центрів, які втілюють соціальні підприємства, представники молодіжних центрів та просторів, громадських організацій, ОМС, молодіжні працівники під час підсумкового форуму 13 березня 2025 року в межах проекту «Стартуй: соціальне підприємництво в молодіжному центрі» проекту «EU4Youth Phase III – Strengthening sustainability and social inclusion of young people» реалізується ГО «Молодіжна платформа» та School of ME у партнерстві з Міністерством закордонних справ Литовської Республіки та Central Project Management Agency (CPVA) за підтримки Міністерства молоді та спорту України та фінансової підтримки Європейського Союзу.

³¹ <https://vidnova.org.ua/>

³² <https://www.bur.org.ua/>

- Партнерства (готовність місцевих підприємців до співпраці, зацікавленість депутатського корпусу);
- Готовність і мотивація фахівців ОМС до супроводу і підтримки (інвестиційний, економічний, молодіжний відділи);
- Потенціал МЦ до створення соціальних підприємств (СП): кадровий потенціал, проєктний, управлінський, підприємницький досвід, мотивація, рівень залученості молоді.

2. Вивчити досвід впровадження соціального підприємництва на базі молодіжних центрів та громадських організацій:

- Візити з вивчення досвіду СП у громадах області, України та Європи;
- Мережування онлайн;
- Проаналізувати існуючі СП в Україні та обрати для подальшої комунікації ті, досвід яких може бути адаптованим до громади.

3. Інституційне визнання соціального підприємництва на рівні громади:

- Визнати соціальне підприємництво як один із стратегічних інструментів вирішення соціальних проблем, розвитку та підтримки молоді (задукоментоване та усвідомлене як стратегічний інструмент);
- Розробити нормативно-правове забезпечення соціального підприємництва як інструменту вирішення соціальних проблем (Стратегія, Програма розвитку соціального підприємництва, положення), оновлення локальних політик та документів, які визначають підтримку і розвиток підприємництва у громаді, зокрема молодіжного;
- включити соціальне підприємництво до Статутів та програм молодіжних центрів (як напрям діяльності);
- Внести СП як стратегічний напрям до місцевої стратегії розвитку, молодіжних політик, програм сприяння підприємництву тощо.

4. Інтеграція освітніх компонентів з теми соціального підприємництва у діяльність молодіжного центру, шкіл, бібліотек, громадських організацій тощо.

- Включити соціальне підприємництво як окремий напрям освітньої роботи молодіжних центрів та в громаді в цілому через освітні та культурні заклади;
- Створити систему наставництва із залученням місцевих підприємців та представників соціального бізнесу, громадських організацій як менторів, тренерів, експертів);
- Організація системних навчальних заходів — акселератори, інкубатори, хакатони, воркшопи, симуляційні ігри, візити на підприємництва, знайомства з місцевим бізнесом, конкурси соціальних підприємницьких ініціатив.

5. Ресурсна підтримка соціального підприємництва на базі молодіжного центру та громадських об'єднань:

- Розробити механізми для фінансування соціальних підприємств при МЦ та ГО (конкурс грантів, фонд підтримки молодіжного підприємництва тощо), пільгового або безкоштовного використання приміщень;
- Надання експертної, консультаційної, юридичної допомоги;
- Передбачити співфінансування проєктів зі створення СП, що отримали міжнародну підтримку;
- Забезпечити необхідні фінансові, матеріальні та експертні ресурси для запуску та розвитку соціального підприємництва на базі молодіжних центрів (МЦ) та громадських організацій (ГО) як інструменту економічної самореалізації молоді та вирішення соціальних викликів у громаді.

Результати:

- Створення відчутного механізму підтримки потенціалу молоді не на рівні гасел, а через дієві рішення, ресурси, можливості.
- Розширення можливостей для молоді громади — розвиток підприємницьких навичок, самозайнятості, кар'єрної орієнтації та професійного самовизначення.
- Зростання рівня підприємницької компетентності, соціальної активності та готовності молоді створювати власні ініціативи, в тому числі — соціальні підприємства.
- Упорядковані та прозорі правила взаємодії: для молоді, влади, бізнесу, що посилює довіру, передбачуваність і готовність до партнерств.
- Легітимізація соціального підприємництва (СП) як напряму молодіжної роботи — відкриває доступ до фінансування, програм підтримки, стратегічного партнерства.
- Інституційна та фінансова сталість молодіжних центрів: завдяки СП вони отримують альтернативне, ефективне джерело підтримки.
- Молодіжні центри перетворюються на рівноправних гравців у співпраці з донорами, інвесторами, бізнесом та органами влади.
- Зростає інвестиційна привабливість громад, що мають активну молодіжну політику, підтримують СП та створюють можливості для молоді.
- Соціальні підприємства при МЦ стають майданчиками для: навчання молоді, перших практичних кроків у підприємництві, працевлаштування та формування кар'єрної траєкторії.
- Громада може відстежувати соціальний ефект СП через видимі індикатори: кількість створених ініціатив, зайнята молодь, охоплені соціальні групи та позитивний вплив на них, залучені інвестиційні проєкти, розширення / покращення послуг.
- Підвищення позитивної репутації громади, що підтримує молодь та інвестує у майбутнє — як в очах мешканців, так і зовнішніх партнерів.

Не кажи не можу, а кажи навчусь та спробую.

Соціальне підприємництво — це систематична підприємницька діяльність, що поєднує бізнес-інструменти та соціальну мету. Воно спрямоване на вирішення суспільно важливих проблем, а прибуток частково або повністю реінвестується у реалізацію соціальних завдань, а не розподіляється для збагачення.

Соціальне підприємництво молодіжних центрів — перспективний інструмент посилення їх фінансової стійкості, що, своєю чергою, дозволить надавати молоді якісні послуги та активно залучатися до розв'язання соціальних проблем.

Воно потребує:

- Стратегічного підходу
- Кваліфікованих кадрів
- Чіткого юридичного оформлення
- Відповідальності та навчання

Оптимальним варіантом є ФОП чи ГО — діяльність, що забезпечує ресурси для реалізації місії, не вимагаючи створення окремої юридичної особи. Такий підхід дозволяє молодіжному центру бути гнучкими, фінансово незалежними та ефективними в досягненні своїх цілей.

У контексті молодіжних центрів, соціальне підприємництво часто ініціюється нефахівцями у сфері бізнесу — працівниками МЦ, активістами, волонтерами, молоддю. Це створює особливий тип СП, який поєднує:

- низький стартовий капітал;
- високу залежність від мотивації команди;
- брак досвіду в маркетингу, фінансах, управлінні;
- пріоритет соціального ефекту над прибутком;
- експериментальний підхід до бізнес-моделей;
- обмежений доступ до фахових консультацій.

Через це молодіжні соціальні підприємництва потребують додаткової підтримки: менторства, навчання, локальних програм розвитку, а також типових алгоритмів створення й адміністрування, адаптованих до умов громад та неприбуткових організацій.

Орієнтири для молодіжних центрів:

Не обов'язково бути бізнес-експертом, але потрібна структура соціального бізнесу.

Успішні молодіжні СП часто створюються непрофесійними підприємцями, але їхній успіх залежить від наявності чіткої моделі, поетапного плану, підтримки команди й партнерів.

Обирайте організаційно-правову форму для мінімізації ризиків

Правильно обрана організаційно-правова форма допомагає мінімізувати юридичні та фінансові ризики. Вона забезпечує захист відповідальності засновників, дозволяє легально отримувати фінансування та партнерську підтримку, а також спрощує ведення звітності. Чітка правова структура робить діяльність більш прозорою і стійкою до зовнішніх викликів.

Соціальний ефект важливіший за прибуток, але прибуток — необхідний

СП повинно залишатися економічно життєздатним, адже лише в такому випадку воно зможе довго і стабільно вирішувати соціальні проблеми. Важливо збалансувати цінності й цифри.

Починайте з малого, тестуйте, адаптуйтесь

Стартувати можна з пілотного продукту або послуги, залучаючи молодь, волонтерів, партнерів. Результати таких тестів дозволяють гнучко адаптувати бізнес-модель без великих втрат, допомагають наростити досвід.

Будуйте команду, а не просто запускайте проєкт

СП — це не лише бізнес, а й спільнота практики. Важливо формувати мотиваційні та утримувальні механізми: наставництво, стажування, гнучкі формати участі, символічне визнання та підтримка.

Пропрацьовуйте ризики та готуйте резервні сценарії

У сучасних умовах (війна, блекаути, мобілізація) СП має бути стійким до криз. Розробляйте адаптивні алгоритми дій, створюйте резерви ресурсів і підтримуйте постійний аналіз ризиків.

Співпрацюйте та інтегруйтесь у місцеву екосистему

СП має більші шанси на виживання і масштабування, якщо включене в мережі МЦ, стратегічні документи громади, локальні програми підтримки, партнерства з бізнесом і владою.

Стандартизація й унормування діяльності — важливі для стабільності як соціального підприємництва, так і самого молодіжного центру

Важливо визначити юридичну форму, внутрішні регламенти, звітність, кадрові політики. Це дає змогу формалізувати СП і захистити його в умовах змін.

Комунікація — не другорядне

Інформування про місію, команду, вплив і продукт СП — це не тільки реклама, а й створення довіри, репутації та постійного каналу підтримки від громади.

Соціальне підприємництво — не лише про гроші, а про соціальний капітал

Найбільша цінність соціального підприємництва у молодіжному центрі — підтримка та залучення молоді, розвиток їх навичок, мотивації та спільної відповідальності. Це — довготривалий вплив, який зміцнює не лише центр, а й громаду.

Важливо: кожна ідея потенційного соціального підприємництва має слугувати місії молодіжного центру, а підприємництво має бути не заміною молодіжної роботи, а її продовженням чи посиленням.

Інструменти для розробки бізнес-моделей соціального підприємництва

Соціальне підприємництво потребує не лише натхнення, а й чітких структурних рішень. Нижче — добірка інструментів, які допоможуть розробити концепцію соціального підприємництва, описати складові бізнес-моделі, перевірити та вдосконалити вашу ідею.

1. **Model Canva** має кілька варіацій (Business Model Canvas, Lean Canvas, Impact Canvas, Happy Startup Canvas), кожна з яких використовується за своїм призначенням, має свій фокус та структуру.

Платформи для розробки Model Canva: Miro, Canva, Figma, Notion, Group Map, Ayoa, Mural, Canvanizer.

[Шаблони Model Canvas](#) [Шаблони](#)

Business Model Canvas

Представляти бізнес-модель у формі структурованих блоків (canvas) запропонували Александр Остервальдер та Ів Пенсьє у своїй книзі «Створюємо бізнес-модель». Книга стала бестселером, а запропонована модель — Business Model Canva або Канва Остервальдера — найпопулярнішою у світі формою опису бізнес-моделей. Фокус — системний опис бізнес-моделі для нових або вже існуючих підприємств.

Impact Canvas

Бізнес-модель ³³Impact Canvas стає ефективним інструментом ситуаційного управління, що дозволяє компаніям систематично оцінювати та аналізувати свої можливості та загрози й впливати на розвиток своєї діяльності відповідно до різного роду змін ³⁴.

Happy Startup Canvas призначена для того, щоб допомогти стартапу визначити свою ДНК, чітко зрозуміти свою мету, цінності, проблеми, рішення і клієнтів. Вона не замінює класичні бізнес-моделі, а є доповненням, що підкреслює важливість місії, культури та історії для успіху. Модель Happy Startup Canvas була розроблена Лоренсом МакКехіллом (Laurence McCahill) ³⁵.

³³ https://business.dija.gov.ua/entrepreneur-handbook/item/scho_take_impact_canvas_i_chomu_obirati_cyu_model

³⁴ Прототип <https://www.impactcanvas.co/>

³⁵ <https://thehappystartupschool.com/>

Місія	Чому ви робите те, що робите (окрім прибутку)?
Бачення	Яку зміну ви хочете побачити у світі?
Цінності	Які 4–5 цінностей лежать в основі вашої компанії?
Історія	Яку історію ви хочете, щоб люди розповідали про вашу компанію?
Проблеми	Сконцентруйтеся на 3 головних проблемах або можливостях
Рішення	Опишіть можливе рішення для кожної можливості
Ранні прихильники	Хто буде вашими першими активними прихильниками?
Ціннісна пропозиція	Що саме ви можете їм запропонувати?

Рекомендації для роботи з Canvas-моделями:

Заповнюйте разом із командою та залучайте молодь

Колективне обговорення сприяє кращому розумінню ідеї та підвищує залученість усіх учасників. Залучення молоді приносить нові перспективи та креативні ідеї.

Ведіть цифрові копії моделей

Цифрові версії моделей дозволяють легко оновлювати та адаптувати їх після тестування та отримання зворотного зв'язку.

Використовуйте кольорове кодування для позначення статусу

- Гіпотеза — припущення, яке потребує перевірки.
- Підтверджено — дані або досвід підтвердили правильність припущення.
- Не спрацювало — припущення не підтвердилося або виявилось помилковим.

Перевіряйте модель на практиці

Навіть найкраща ідея потребує тестування. Практична перевірка допомагає виявити слабкі місця та дає можливість для вдосконалення.

Lean Canvas («Ощадливий стартап»)

Це шаблон бізнес-моделі, який дозволяє зібрати ключову інформацію про стартап на одній сторінці. Lean Canvas допомагає чіткіше сформулювати ідею. Цю модель розробив Аш Маур'я та описав у книзі «Running Lean» як альтернативу Business Model Canvas, адаптувавши її до так званого ощадливого підходу, суть якого — мінімізація будь-яких втрат. Фокус — швидке тестування ідеї стартапу, орієнтоване на виявлення ризиків, розв'язання реальних проблем, мінімізація витрат, підтвердження гіпотез на ранніх етапах.

Lean Canvas — це простий, візуальний інструмент, який допомагає швидко і чітко описати ідею соціального підприємства на одному аркуші. Це не фінальний бізнес-план, а робочий шаблон, який:

- допомагає структурувати задум;
- перевіряти гіпотези;
- бачити слабкі місця;
- гнучко змінювати модель в процесі.

Його мета — швидкий старт, а не ідеальність з першого разу. Не вагайтеся змінювати, уточнювати чи навіть повністю переглядати ключові елементи. Гнучкість — це його сила.

Шаблон

Назва:		Дата:	Розробники:	
Problem Проблема <i>Які 1–3 ключові проблеми має ваша цільова</i>	Solution Розв'язання проблеми Допоміжні запитання:	Unique Value Proposition Унікальна ціннісна пропозиція Допоміжні	Unfair Advantage Прихована перевага <i>У чому вас важко або неможливо скопіювати?</i>	Customer Segments Сегменти користувачів і ранні послідовники <i>Хто є вашим основним користувачем?</i>

аудиторія? Допоміжні запитання: Які болі або труднощі переживає ваша цільова аудиторія? Що не працює в нинішніх рішеннях? Які альтернативи вони використовують зараз?	Яке конкретне рішення ви пропонуєте? Які послуги або продукти створюєте/плануєте від інших? Як ваше рішення простіше, ефективніше або доступніше за інші?	запитання: Що ви даєте людям цінного? Чим відрізняєтесь від інших? У чому сила вашого бренду або місії?	Допоміжні запитання: Що у вас є унікального (зв'язки, досвід, місце, доступ до ресурсів)? Які у вас сильні сторони або репутація? Чому конкуренти не можуть швидко зробити те саме?	Хто буде першим клієнтом? Допоміжні запитання: Хто саме стикається з проблемами, які ви вирішуєте? Як виглядає ваш "ідеальний клієнт"? Які групи можна виділити за віком, статусом, місцем проживання, інтересами?
	Key Metrics Ключові метрики (показники, індикатори) Як ви будете вимірювати успіх? Допоміжні запитання: Які показники показують, що проєкт працює? Як ви визначаєте прогрес (учасники,		Channels Канали просування Як ви доносите своє повідомлення до клієнтів? Допоміжні запитання: Як саме ви будете залучати аудиторію? Через які канали люди дізнаються про ваш продукт? Онлайн чи офлайн —	

	дохід, кількість заходів)? Що є критично важливим для росту? 8		які комунікаційні інструменти використовуєте? 9	
Cost Structure Структура витрат На що ви витрачаєте найбільше ресурсів? Допоміжні запитання: Які постійні та змінні витрати? Що найдорожче (персонал, оренда тощо)? Які витрати на запуск? Що необхідне для щоденної діяльності?			Revenue Streams Джерела доходів Як ваше підприємство буде заробляти? Допоміжні запитання: За що саме клієнт готовий платити? Які платні послуги або продукти ви можете надавати? Можливі моделі: підписка, продаж, гранти, донати, соціальний внесок?	
			6	

Бізнес-моделювання соціального підприємництва за методологією Design Thinking

Розробка концепції соціального підприємництва передбачає глибокий аналіз соціальної проблеми й конструювання економічно доцільного бізнес-рішення.

Design Thinking (дизайн-мислення) – спосіб мислення, який використовують для генерування інноваційних рішень з орієнтацією на потреби людини. Стенфордський метод дизайн-мислення полягає в застосуванні неочікуваних ідей, що приводять до найкращого вирішення проблеми.

1. Емпатія – глибоке занурення у проблемну ситуацію, щоб побачити її очима людей, які опинилися у проблемі, дізнатися їхні думки, переживання, страхи, біль та очікування. Ключове запитання етапу – «Чому?». Необхідно визначити першопричини виникнення соціальної проблеми.
2. Фокусування – аналіз інформації й постановка завдань, які потребують вирішення.
3. Генерація ідей – вільний пошук ідей і можливого розв'язання конкретної задачі за допомогою бізнес-інструментів.
4. Прототипування – створення базового прототипу рішення.
5. Тестування рішення – початок тестування і покращення рішення спільно з клієнтами й бенефіціарами. Після тестування може виявитися, що потрібно змінити прототип або навіть відмовитися від нього й повернутися до попереднього етапу генерації ідей.

Метод Design Thinking можна використати під час розробки соціального підприємництва, при створенні нових товарів і послуг молодіжного центру.

Онлайн-курс

https://youtube.com/playlistlist=PLk_Q7U9XsTKm2nMcSv41O686RFaIKL6K8&si=X8SL5J8gDxowjogB

Стаття про те, як використовувати у розробці продуктів та послуг соціального підприємства

<https://www.platfor.ma/specials/50-vidtinkiv-dyzajn-myslennya-u-yakyh-sferahvykorystovuvat-metod/>

Приклад використання Design Thinking в покращення послуг Укрзалізниці

https://www.youtube.com/shorts/G3i_7NvcdPw?feature=share

«Дизайн-мислення як метод створення інновацій» розмова з Олександром Акименком <https://www.youtube.com/watch?v=dWViutxGS0A>

³⁶ Scott Doorley, Sarah Holcomb, Perry Klebahn, Kathryn Segovia, Jeremy Utley, The Design Thinking Bootleg, Institute of Design at Stanford, 2018, www.dschool.stanford.edu/resources/design-thinking-bootleg.

Приклад

Етап Design Thinking	Дії / Активності	Результат	Суть соціального підприємства
1. Емпатія (Empathize)	Проведення інтерв'ю з молоддю (14–25 років). Проведення інтерв'ю з дітьми та підлітками (9–13 років). Спілкування з батьками, вчителями, поліцією. Спостереження за використанням світловідбивних аксесуарів. Виявлення мотивації та бар'єрів.	Усвідомлена потреба у безпечних та стильних світловідбивних виробках. Недостатня доступність та привабливість аксесуарів. Бажання молоді навчатись і працювати.	Суть СП: поєднати розв'язання соціальної проблеми (безпека на дорогах) з розвитком професійних навичок та працевлаштуванням молоді через виготовлення актуальної продукції.

2. Визначення проблеми (Define)	Аналіз зібраної інформації. Формулювання чіткої проблеми.	Проблема: Молодь не користується світловідбивними аксесуарами через їх нецікавість та недоступність, а також немає можливості здобути роботу і навички.	СП спрямоване на створення продукту, який задовольняє соціальні потреби та одночасно розвиває молодіжний потенціал через навчання і працевлаштування.
3. Генерація ідей (Ideate)	Брейнстормінг ідей з молоддю. Розробка дизайну аксесуарів. Планування майстерні та навчальної програми. Пошук партнерів для реалізації.	Ідеї виробів (браслети, дармовис, іграшки, сумки, плащі, рюкзаки, жилети). Модель навчання і мотивації молоді. План співпраці з локальними організаціями.	СП працює як освітній і виробничий простір, що дає молоді можливість реалізувати себе, отримати дохід і вплинути на безпеку громади.

4. Прототипування (Prototype)	Створення зразків аксесуарів. Залучення молоді до творчості. Підготовка навчальних матеріалів.	Перші прототипи продукції. Демонстрація можливостей молоді. Організація виставки-продажу, показові вечірні та нічні демонстрації сили світловідбивних аксесуарів. Зворотний зв'язок від користувачів.	СП — це платформа для практичного навчання та тестування продукту, що дозволяє адаптуватись до реальних потреб молоді й ринку.
5. Тестування (Test)	Збір відгуків користувачів і партнерів. Аналіз проблем і переваг. Вдосконалення процесів виробництва і навчання. Повторний цикл покращень.	Оптимізований продукт. Підвищена задоволеність клієнтів. Зростання мотивації дітей та молоді користуватися світловідбивними аксесуарами. Стійкість соціального підприємства. Створення фонду на підтримку безпекових ініціатив молоді	СП працює на довгострокову стійкість, поєднуючи соціальний вплив (безпека) і економічний успіх (прибуток і розвиток молоді). Прибуток частково спрямовується на підтримку молодіжних безпекових ініціатив і кампаній у громаді.

		коштом частини прибутку від продажу.	
--	--	---	--

Теорія змін³⁷

Теорія змін будується на припущенні: «Якщо ми зробимо X, то отримаємо Y». Тут X — реальні дії, які відповідають нашій спроможності, а Y — вплив на громаду. Теорія змін вкладає суть підприємницького концепту в одне речення.

Вона дає кінцеву візію і вказує на те, як її можна досягти³⁸. Теорія змін — це стратегічна модель, за допомогою якої можна описати, **як і чому саме** соціальне підприємництво досягне бажаних змін у громаді.

Концепція «теорії змін» виникла в середині 90-х років XX ст. як відповідь на виклики з оцінкою впливу масштабних комплексних програм соціального розвитку. Керол Вайсс (Carol Weiss) запропонувала описувати сутність програми у вигляді ланцюжка кроків, кожен з яких завершується досягненням встановленого результату. Цей ланцюг має починатися з діяльності в рамках програми та вести до досягнення довгострокової цілі програми³⁹.

Шаблон

<https://docs.google.com/spreadsheets/d/1ZzC3P7f-REV5IVUhQZ2vbXm0BY231vtM/edit?usp=sharing&oid=106410796785506492791&rtpof=true&sd=true>

Компонент	Опис
Проблема	Яка соціальна проблема або потреба, яку ви намагаєтеся вирішити? Що саме потребує вирішення?
Цільова аудиторія	Хто є вашими основними бенефіціарами?
Ресурси	Які ресурси (фінансові, людські, матеріальні) вам потрібні для реалізації?
Дії / Продукти	Які конкретні дії ви будете здійснювати для досягнення цілей?
Результати	Які результати ви очікуєте від своїх дій?
Короткострокові результати (outputs)	Які зміни ви сподіваєтеся побачити в короткостроковій перспективі?
Середньострокові результати (outcomes)	Які зміни ви сподіваєтеся побачити в середньостроковій перспективі?

³⁷ <https://www.theoryofchange.org/>

³⁸ <https://www.irf.ua/dyzajn-proyektu-teoriya-zmin-stoyiczyzm-ta-konceptualizacziya-konspekt-lekcziyi-v-iktora-artemenka/>

³⁹ <https://www.undp.org/uk/ukraine/publications/zastosuvannya-teoriyi-zmin-u-stratehichnomu-planuvanni-v-oth>

Довгострокові результати (impact)	Які зміни ви сподіваєтеся досягти в довгостроковій перспективі?
Оцінка	Як ви будете вимірювати успіх вашого підприємства?

Список використаних джерел

1. 10 кроків до створення соціального шкільного підприємства на базі громадської організації [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://drive.google.com/drive/folders/1YohW1W78IRqOZvCXwNLchIn-1CP1OkCQ>
2. Бочарнікова А.В. #SimpleSE. Про соціальне підприємництво – просто! – Київ: СТ-ДРУК, 2020. – 68 с.
3. Все, що ви хотіли знати про соціальне підприємництво: конспект майстерні Артема Корнецького [Електронний ресурс]. – 2024. – Режим доступу: <https://www.irf.ua/vse-shho-vy-hotily-znaty-pro-soczialne-pidpryemnyctvo-konspekt-majsterni-artema-korneczkogo/>
4. Долуда Л., Назарук В., Кірсанова Ю. Соціальне підприємництво. Бізнес-модель. Реєстрація. Оподаткування. – Київ: ТОВ «Агентство «Україна», 2017. – 92 с.
5. Соціальне підприємництво: посібник для викладачів курсу / Корнецький А.О. (наук. ред.). – Київ: Фамільна друкарня Huss, 2019. – 160 с.
6. Молодіжне підприємництво в умовах воєнного стану: практичний poradnik. / Базиль Л.О., Байдулін В.Б., Гриценко І.А., Єршова Л.М., Орлов В.Ф., Савченко М.О., Теловата М.Т. – Київ: Інститут професійної освіти НАПН України, 2022. – 96 с.
7. Навчальний посібник з соціального підприємництва [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://siplatform-live.s3.eu-central-1.amazonaws.com/files/posibnyk_usa.pdf
8. Посібник з планування соціального підприємництва / Спреклі Ф. [Електронний ресурс]. – 2011. – Режим доступу: http://www.britishcouncil.org.ua/sites/default/files/posibnik_z_planuvannya_socialnogo_pidpriemstva.pdf
9. Смаглий К. Зміни творить кожен із нас: соціальне підприємництво та стратегічна філантропія. – Київ: Видавничий дім «Києво-Могилянська Академія», 2014. – 207 с.
10. Свинчук А.А., Корнецький А.О., Гончарова М.А., Назарук В.Я., Гусак Н.Є., Туманова А.А. Соціальне підприємництво: від ідеї до суспільних змін. – Київ: ТОВ «Підприємство «ВІ ЕН ЕЙ», 2017. – 188 с. – Режим доступу: https://krliman.gov.ua/upload/editor/soc_biznes.pdf
11. Соціальне підприємництво на базі молодіжних центрів. Практичні рекомендації [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://home.ednannia.ua/analytics/data-catalog/476>
12. Соціальне підприємництво. Не пільги, а можливості: чому в Україні мають розробити закон про соціальне підприємництво. Закордонний досвід та українські реалії [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.village.com.ua/village/business/sotsialne-pidpryemnytstvo/350907-social-business-2>
13. Соціальне шкільне підприємництво: твій перший стартап: Посібник для учнів 8 (9,10,11) класів, батьків та освітян. – Київ: ТОВ «ВІ ЕН ЕЙ ПРЕС», 2020. – 184 с.

14. Соціальне шкільне підприємництво – шлях до самореалізації учнівства:
Практичний посібник для освітян та учнівства 8 - 11 класів. Анна Чуба, Роман Міневич
– Львів: ТзОВ «Друкарня «Папуга», 2025. – 152 с.
<https://home.ednannia.ua/analytics/data-catalog/485>

Соціальне підприємництво

<https://prometheus.org.ua/prometheus-free/social-entrepreneurship/>

Головною метою курсу «Соціальне підприємництво» є отримання учасниками сукупності знань та вмінь, необхідних для ефективного запуску власного соціального бізнесу чи участі у соціальних проектах. Цей курс підходить для Бажаючим відкрити власну справу, яка буде корисною для суспільства; підприємцям, які хочуть займатися соціальними проектами; представникам неприбуткових організацій, які хочуть більше фінансових можливостей; студентам, які навчаються бізнесу та веденню неприбуткової діяльності; викладачам бізнес-дисциплін, які шукають нові підходи.

Соціальне підприємництво як шлях до фінансової сталості організацій громадянського суспільства

<https://prometheus.org.ua/prometheus-free/social-enterprise-path-to-financial-stability/>

Курс з соціального підприємництва для громадських організацій, що допоможе запустити власний соціальний бізнес, залучити ресурси та забезпечити стабільну діяльність.

Соціальне шкільне підприємництво

<https://courses.zrozumilo.in.ua/courses/course-v1:EEF+EEF-008+2021/about>

Курс підготовлено для освітян, які хочуть зробити навчальний процес цікавим та практичним, а найголовніше – допомогти учням набути знань та навичок, які допоможуть їм у виборі професійної діяльності. Викладачі не лише зможуть опанувати практичні інструменти для створення ефективного соціального бізнесу, а й отримають науково-методологічну базу для викладання у своєму закладі курсу за вибором «Соціальне шкільне підприємництво» для учнів 8 (9, 10, 11) класів на основі посібника «Соціальне шкільне підприємництво: твій перший стартап», затверджених МОН.

Соціальне підприємництво

<https://business.diia.gov.ua/initiative/socialne-pidpriemnictvo>

Все про соціальне підприємництво, поради для початку та розвитку ідеї соціального підприємництва. Типи, переваги, бізнес-ідеї, програми підтримки та можливості для масштабування.

Соціальне підприємництво в Україні

<https://socialbusiness.in.ua/>

Платформа для розвитку соціального бізнесу: зібрано банк ідей, бази знань, каталог соціальних підприємств, експертів, консультування тощо.

Спеціалізація «Соціальне підприємництво»

<https://www.coursera.org/specializations/social-entrepreneurship-cbs>

На цій спеціалізації ви дізнаєтесь, як створювати соціальний вплив через соціальне підприємництво. Соціальне підприємництво описує відкриття та стале використання можливостей для створення соціальних змін. Протягом спеціалізації учасники розвиватимуть свою ідею та вдосконалюватимуть бізнес-модель, а на завершення напишуть бізнес-план.

Підприємництво для школярів

<https://osvita.diia.gov.ua/courses/pidpriemnictvo-dla-skolariv-modul-1-idea>

З чого почати свій бізнес: як зробити бізнес-ідею цінною й конкретною.

«Підприємництво для школярів» складається з 6 модулів, кожен з яких має інформацію про окремі аспекти ведення бізнесу: ідея, продукт і маркетинг, управління командою, фінанси й продажі, презентація продукту різній аудиторії та юридичні аспекти бізнесу.

Impact Business Accelerator 2024

<https://business.dii.gov.ua/education/impact-business-accelerator-2024>

Програма для українських бізнесів, створеної з метою підтримки післявоєнного відновлення України та інтеграції до Європейського Союзу.

Платформи з підтримки та розвитку соціального підприємництва

School of ME: Школа усвідомленого підприємництва

<https://schoolofme.me/>

Всеукраїнський портал про і для соціального підприємництва в закладах освіти

<https://studbiz.in.ua/>

Інтерактивна навчальна платформа FUNdraiser

<https://fundraiser.games/>

Платформа соціальних змін

<https://social-change.com.ua/>

SILab Ukraine

<https://www.silabua.com/>

Соціальне шкільне підприємництво у сільській місцевості та малих містах України

<https://sse.eef.org.ua/>

Український соціальний венчурний фонд

<https://www.usv.fund/>

House of Europe

<https://houseofeurope.org.ua/study-tour/for-social-entrepreneurs>

Український фонд стартапів

<https://usf.com.ua/>

Посібники про соціальне підприємництво

Законодавча база

Декларація прав Людини https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995_015#Text

Конституція України <https://www.president.gov.ua/documents/constitution>

Цивільний кодекс України <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/435-15#Text>

Податковий кодекс України <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>

Господарський кодекс України <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15#Text>

Кримінальний кодекс України <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2341-14#Text>

Закон України «Про публічні закупівлі»

<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/922-19#Text>

Закон «Про соціальні послуги»

<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2671-19#Text>

Постанова Кабінету Міністрів України №324 «Про затвердження Порядку здійснення соціального замовлення коштом бюджетних коштів»

<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324-2013-%D0%BF>

Закон України «Про реабілітацію людей з інвалідністю в Україні»

<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2961-15#Text>

Закон України «Про соціальну адаптацію осіб, які відбувають чи відбули покарання у виді обмеження волі або позбавлення волі на певний строк»

<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3160-17>

Закон України «Про зайнятість населення»

<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/5067-17>

Закон України «Про основи соціальної захищеності осіб з інвалідністю в Україні»

<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/875-12#Text>

Закон України «Про державну соціальну допомогу особам, які не мають права на пенсію, та особам з інвалідністю»

<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1727-15#Text>

Закон України «Про внесення змін до деяких законів України щодо посилення соціального захисту внутрішньо переміщених осіб»

<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/245-19#Text>

Закон України «Про забезпечення прав і свобод внутрішньо переміщених осіб»

<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1706-18#Text>

Закон України «Про статус ветеранів війни, гарантії їх соціального захисту»

<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3551-12#Text>

Закон України «Про попередження насильства в сім'ї»

<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2789-14>

Закон України «Про соціальну роботу з сім'ями, дітьми та молоддю»

<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2558-14>

Закон України «Про статус і соціальний захист громадян, які постраждали внаслідок Чорнобильської катастрофи»

<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/796-12#Text>

Закон України «Про основи соціальної захищеності осіб з інвалідністю в Україні»
Закон України «Про державну соціальну допомогу особам з інвалідністю з дитинства та дітям з інвалідністю»

<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2109-14#Text>

Закон України «Про державну соціальну допомогу малозабезпеченим сім'ям»

<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1768-14>

Закон України «Про загальнообов'язкове державне пенсійне страхування» Закон України «Про державну соціальну допомогу особам з інвалідністю з дитинства та дітям з інвалідністю»

<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2109-14#Text>

Закон України «Про державну соціальну допомогу малозабезпеченим сім'ям»

<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1768-14>

Закон України «Про громадські об'єднання»

<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/4572-17>

Закон України «Про державну реєстрацію юридичних осіб, фізичних осіб – підприємців та громадських формувань»

<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/755-15>

Перелік кодів видів економічної діяльності (КВЕД):

http://kved.ukrstat.gov.ua/KVED2010/kv10_i.html

Реєстрація бізнесу онлайн:

<https://diia.gov.ua/services/categories/biznesu/stvorenniya-biznesu>

Нормативна база молодіжної сфери

ЗАКОН УКРАЇНИ Про основні засади молодіжної політики

<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1414-20#Text>

УКАЗ ПРЕЗИДЕНТА УКРАЇНИ №94/2021 Про Національну молодіжну стратегію до 2030 року

<https://www.president.gov.ua/documents/942021-37337>

Розпорядження кабінету міністрів України Про схвалення Концепції Державної цільової соціальної програми “Молодь України” на 2021-2025 роки

<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1669-2020-%D1%80#Text>

КОНЦЕПЦІЯ Державної цільової соціальної програми “Молодь України” на 2021-2025 роки

<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1669-2020-%D1%80#n11>

ЗАКОН УКРАЇНИ Про сприяння соціальному становленню та розвитку молоді в Україні

<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2998-12#Text>

ЗАКОН УКРАЇНИ Про визнання пластового руху та особливості державної підтримки пластового, скаутського руху

<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/385-20#Text>

Постанова КМУ Про затвердження Порядку використання коштів, передбачених у державному бюджеті для здійснення заходів державної молодіжної політики та утвердження української національної та громадянської ідентичності

<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/116-2012-%D0%BF#Text>

Розвиток молодіжних центрів

ЗАКОН УКРАЇНИ Про внесення змін до Бюджетного кодексу України

<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2233-19#Text>

Постанова КМУ Про затвердження типових положень про молодіжний центр та про експертну раду при молодіжному центрі

<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1014-2017-%D0%BF#Text>

Наказ Міністерства молоді та спорту Про затвердження Національного знака якості та критеріїв якості для молодіжних центрів

<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1061-17#Text>

Постанова КМУ Про утворення державної установи “Всеукраїнський молодіжний центр” та внесення змін до деяких постанов Кабінету Міністрів України

<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/246-2019-%D0%BF#Text>

Наказ Міністерства молоді та спорту України «Про затвердження Примірних штатних нормативів чисельності працівників молодіжних центрів» (.pdf , 285.83 K6)

<https://mms.gov.ua/storage/app/sites/16/Docs/shtatni-normatyvy-molodizhni-centry.pdf>

Наказ Міністерства молоді та спорту України Про затвердження Умов оплати праці працівників молодіжних центрів

<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0951-19#Text>

Наказ Міністерства молоді та спорту України Про затвердження Умов оплати праці працівників молодіжних центрів

<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0951-19#Text>

Наказ Міністерства молоді та спорту України Про затвердження Порядку реалізації програми «Молодіжний працівник»

<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0951-19#Text>

УКАЗ ПРЕЗИДЕНТА УКРАЇНИ №722/2019 Про Цілі сталого розвитку України на період до 2030 року

<https://www.president.gov.ua/documents/7222019-29825>

Молодіжна стратегія Європейського Союзу (EU Youth Strategy)

https://youth.europa.eu/home_en

Програма ЄС ERASMUS+ https://youth.europa.eu/home_en

НАЦІОНАЛЬНІ ПРИОРИТЕТИ для підготовки проектних заявок

https://mms.gov.ua/storage/app/sites/16/Mizhnarodna_dijalnist/Erasmus/%20%D0%9F%D1%80%D1%96%D0%BE%D1%80%D0%B8%D1%82%D0%B5%D1%82%D0%B8%20%D0%95%D1%80%D0%B0%D0%B7%D0%BC%D1%83%D1%81%202025.pdf

Концепція розвитку соціального підприємництва в Україні

<https://www.osce.org/files/f/documents/e/6/417257.pdf>

ЗАКОН УКРАЇНИ Про соціальні підприємства (проект)

<https://ips.ligazakon.net/document/JH23A00A>

Документи ООН

[Стратегія ООН щодо молоді на період до 2030 року \(Youth2030: The United Nations Strategy on Youth\)](#)

[Підсумковий документ «Перетворення нашого світу: порядок денний у сфері сталого розвитку до 2030 року», затвердженому на Саміті Організації Об'єднаних Націй зі сталого розвитку в 2015 році](#)

[Резолюція Ради Безпеки ООН 2250 «Молодь, мир, безпека»](#)

[Оперативна стратегія ЮНЕСКО з питань молоді на 2014-2021 роки](#)

Рада Європи

- [Переглянута Європейська хартія про участь молоді в місцевому та регіональному житті](#)
- [Хартія про освіту демократичного громадянства та освіту з прав людини](#)
- [Резолюція CM/Res \(2020\)2 про стратегію молодіжного сектору Ради Європи до 2030 року](#)
- [Додаткові ресурси щодо молодіжної роботи](#)



2025