


КРИСОВАТА Лілія Андріївна

**Детермінанти управління підприємницькою
діяльністю. / Determinants of management of
entrepreneurship activity**

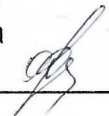
спеціальність: 073 - Менеджмент
освітньо-професійна програма - Менеджмент

Кваліфікаційна робота

Виконала студентка групи
МЕНзм-21
Л. А. Крисовата



Науковий керівник:
к.е.н., доцент, О. Ф.
Овсянюк-Бердадіна



Кваліфікаційну роботу
допущено до захисту:

"22" листопада 2022 р.

Завідувач кафедри
 М. М. Шкільняк

ТЕРНОПІЛЬ - 2022

АНОТАЦІЯ

Крисовата Л. Детермінанти управління підприємницькою діяльністю.

Кваліфікаційна робота на здобуття ступеню вищої освіти “магістр” за спеціальністю 073 «Менеджмент» – Західноукраїнський національний університет. – Тернопіль, 2022.

У дослідженні представлено становище молодого покоління на ринку праці. Основною метою було дізнатися про детермінанти, які заохочують або відлякують молодих людей від початку власної справи.

Робота складається з трьох розділів. У першому розділі представлені теоретичні припущення, такі як визначення та значення термінів підприємництво, підприємство та підприємець в науковій літературі. У цій частині також представлені види та детермінанти успішності підприємств, а також класифікація видів підприємництва. У другому розділі представлені теоретичні положення щодо функціонування молоді на ринку праці, переваги та недоліки присутності молодих підприємців у бізнесі, особливості вікової структури на ринку праці, а також приклади існуючих компаній, створених молодими людьми. В останньому, третьому розділі представлені характеристики вибірки та результати власних досліджень, проведених серед студентів, керівників та співробітників.

ANNOTATION

Krysovata L. A. Determinants of business management.

Qualification work for the degree of "Master" in the specialty 073 "Management" - West Ukrainian National University. - Ternopil, 2022.

The study presents the position of the younger generation in the labor market. The main goal was to learn about the determinants that encourage or deter young people from starting their own business.

The work consists of three sections: the first section presents theoretical assumptions, such as the definition and meaning of the terms entrepreneurship, enterprise and entrepreneur in the scientific literature. This part also presents the types and determinants of business success, as well as the classification of types of entrepreneurship. The second section presents theoretical provisions on the functioning of youth in the labor market, the advantages and disadvantages of the presence of young entrepreneurs in business, the age structure of the labor market, as well as examples of existing companies created by young people. The last, third section presents the characteristics of the sample and the results of their own research conducted among students, managers and staff.

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. НАУКОВО-КОНЦЕПТУАЛЬНІ ОСНОВИ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ	8
1.1 Теоретичні основи управління підприємницькою діяльністю	8
1.2 Науковий генезис визначення детермінант успіху підприємницької діяльності	15
Висновки до розділу 1	19
РОЗДІЛ 2. ПРИКЛАДНИЙ АНАЛІЗ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ НА ПРИКЛАДІ БІЗНЕСУ, ЗАСНОВАНОМУ МОЛОДИМИ ЛЮДЬМИ	22
2.1. Переваги та недоліки присутності молоді на ринку праці	21
2.2. Компаративний аналіз досвіду відкриття або ведення бізнесу молодими людьми	25
2.3. Аналіз екзогенних та ендогенних чинників впливу на відкриття власної справи молодими людьми	30
Висновки до розділу 2	41
РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ АКТИВІЗАЦІЇ ДЕТЕРМІНАНТ ЗДІЙСНЕННЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ МОЛОДИМИ ЛЮДЬМИ	43
3.1. Моніторинг джерел отримання молодими людьми коштів для відкриття власної справи	43
3.2. Формування середовища підтримки молодіжного підприємництва	46
Висновки до розділу 3	53
ВИСНОВКИ	54
СПИСОК ЛІТЕРАТУРНИХ ДЖЕРЕЛ	57

ВСТУП

Актуальність проблеми. Як правило підприємництво зараз асоціюється з людьми, які ведуть власний бізнес. Нині все більш популярним стає феномен індивідуального підприємництва, що зумовлює динамічний розвиток суб'єктів приватного підприємництва. Сьогодні підприємництво є одним із головних чинників формування економіки. Люди, які розпочинають власну підприємницьку діяльність, створюють нові робочі місця, сприяючи зниженню безробіття, особливо в малих містах, де його рівень є значно вищим в порівнянні з великими міськими агломераціями. Крім того, молоді підприємці впроваджують нові, креативні та інноваційні ідеї для ведення бізнесу, що в свою чергу дає імпульс розвитку економіці як однієї країни, так і міжнародній економіці.

Останнє десятиліття сильно змінило світ бізнесу. Багато факторів сприяли швидкому зростанню кількості підприємців. Дуже важливу роль у цьому раптовому та стрімкому розвитку відіграла фінансова криза 2007-2008 років і особливо рецесія. Було звільнено багато талановитих співробітників (майбутніх підприємців), які почали шукати нові можливості заробітку. Знизилися витрати на ведення бізнесу, обладнання, землю, оренду офісів. Це створило сприятливі обставини для процвітання малого бізнесу. У той же час Інтернет і технологічний прогрес досягли нових висот, стимулюючи зростання кількості підприємств. Почалася нова ера створення недорогого інтернет-бізнесу. Компанії мали всі ресурси для розвитку, а необмежений доступ до Інтернету, як потужного інструменту, означав, що вони могли розширюватися по всьому світу за короткий проміжок часу. Молоде покоління швидко адаптувало нові можливості для підприємств завдяки цій новій тенденції.

Не тільки бізнес-середовище та обставини були сприятливими для підприємництва, але й нове покоління шукало можливостей працевлаштування та успішної самореалізації. Молодь все більш охоче вивчає менеджмент та ведення підприємницької діяльності в контексті здобуття вищої освіти, завдяки

чому суспільство розвивається все динамічніше. Потенціал молодих людей є дуже великим, у них є ентузіазм до реалізації власних, оригінальних ідей, вони не бояться вводити їх на сучасний ринок, який стає все більш вимогливим, хоча б через численну конкуренцію. Молоді підприємці – це майбутнє економіки, оскільки вони роблять великий внесок у її модернізацію, часто впроваджуючи інновації та рішення на основі сучасних технологій.

Аналіз останніх досліджень та наукових праць. Підприємництво серед молоді раніше фігурувало як тема дослідження в різних наукових виданнях у галузях:

- економічній – у майбутньому саме роботодавці будуть створювати підприємства та створювати нові робочі місця;
- політико-правовій – підприємці - люди, які можуть підняти потенціал країни на новий рівень, покращуючи стан економіки;
- психологічній – покоління новаторів і творців нових ідей з незвичайним підходом до вирішення проблем.

З плином часу старші покоління підприємців змінюються новими. Завдяки глобалізації та змінам сучасного світу молодь стає все більш креативною та інноваційною і має здатність самостійно модифікувати реальність, стаючи таким чином майбутнім світової економіки. Наступні покоління молодих людей, які вийдуть на ринок праці, – це покоління «Z» і «Альфа». З цієї причини, серед інших, авторка, яка сама представляє перше з цих поколінь, вирішила обрати тему, яка стосуватиметься питань ділової активності серед молоді.

При отриманні наукового матеріалу були використані як первинні, так і вторинні джерела.

Першоджерелом було власне дослідження, проведене серед студентів українських та польських ЗВО, які планують початок власної підприємницької діяльності в найближчому майбутньому. Для компаративного аналізу результатів використовувався розподіл відповідей за правилом Парето. Для цілей дослідження була розроблена анкета для молоді віком 18-35 років

(онлайн-опитування, розроблене на платформі WebAnquestion, розповсюджене за допомогою посилання в основному через соціальні мережі). Опитування проводилося у вересні 2022 року.

У роботі також були використані наступні вторинні джерела:

- література з досліджуваної теми (тематичні пункти про підприємництво та про психологію, а також людський потенціал у розвитку власного підприємництва);

- наукові періодичні видання, присвячені вивченню питання підприємництва;

- статистичні дані статистичних управлінь України та Польщі. Перш за все, відомості, зібрані установами масової статистики, такими як Центральне статистичне управління (ГУС), Інформаційно-аналітичне агентство (ІААСТАТ) (за період 2010-2019 рр., прийнято за можливість не менше 10-річного аналізу безробіття та професійної діяльності за віковими групами на ринку праці окремих країн);

- звіти, нормативно-правові акти, портали та Інтернет-бази даних.

Мета кваліфікаційної роботи полягає у дослідженні теоретичних і прикладних засад управління підприємницькою діяльністю з метою активізації власного підприємництва молодими людьми.

Завданнями кваліфікаційної роботи є:

- дослідження теоретичних основ управління підприємницькою діяльністю,
- опис наукового генезису визначення детермінант успіху підприємницької діяльності,
- ознайомлення з баченням кар'єрних шляхів та їх взаємозв'язку зі сферою навчання індивідів у віці 18-35 років;
- визначення найбільш популярних галузей серед молодих підприємців та молодих людей, які хочуть відкрити власний бізнес;
- виявлення основних переваг та недоліків сучасної молоді, яка присутня на ринку праці;
- аналіз вікової структури ринків праці в Україні, Польщі, ЄС,

- вироблення інструментів посилення екзогенних та ендогенних чинників впливу на відкриття власної справи молодими людьми,
- формування авторської позиції щодо створення середовища підтримки молодіжного підприємництва.

З урахуванням поставлених вище завдань дослідження були сформульовані наступні **дослідницькі гіпотези**:

1) Найважливішим фактором, який зупиняє молодь від початку підприємницької діяльності, є висока ймовірність провалу підприємства.

2) Найважливішим фактором, що мотивує молодих людей розпочати бізнес, є відсутність підпорядкування.

Об'єкт дослідження – сучасний стан ринку праці на прикладі України та Польщі в контексті присутності на ньому молодого покоління.

Предмет дослідження – детермінанти початку ведення підприємницької діяльності молодими людьми.

Методи дослідження. Під час вирішення вищезгаданих завдань мною використовувалися як загальнотеоретичні і спеціально-наукові методи пізнання. Основним методом, що використовувався, є метод логічного сегментування, за допомогою якого здійснюється сходження від абстрактного до конкретного.

Для цілей дослідження також було використано системно-структурний метод, який дозволив визначити можливості та загрози, які є ключовими для молодих підприємців. У свою чергу, для обробки емпіричних даних використовувалися такі методи як порівняння, аналіз та експеримент.

Для досягнення поставлених цілей автор здійснив наступні заходи:

- Аналіз вікової структури підприємців в Україні, Польщі та ЄС;
- аналіз взаємозв'язку галузі підприємницької діяльності студентів з обраним напрямом навчання;
- аналіз виживання новостворених підприємств;
- аналіз причин банкрутства новостворених підприємств;

- аналіз нестабільності ринку праці та економіки та їхніх стосунків з молоддю;

- аналіз рівня та причин безробіття серед молоді на ринку праці.

Наукова новизна дослідження полягає у розвитку теоретичних (теоретико-методичних) положень щодо уникнення ризиків при початку ведення підприємницької діяльності молодими людьми за допомогою проведеного аналізу, що допоміг визначити ключові фактори впливу на молодь при відкритті підприємства.

Практична значущість результатів дослідження полягає у виробленні практичних рекомендацій з уникнення факторів ризику при відкритті власної справи молодими людьми.

Апробація. За результатами дослідження опубліковано 2 тез доповідей на тему «Міжконфесійні відносини в глобальному комунікаційному просторі» у Збірнику науково-практичної конференції «Міжрелігійний діалог та його вплив на суспільство, політику, бізнес, культуру» (Тернопіль, ЗУНУ, 2021) та «Глобалізація міжнародних комунікацій у контексті світового інтеграційного процесу» у Збірнику науково-практичної конференції «Актуальні проблеми міжнародних відносин» (Київ, КНУ, 2021).

НОЗДІЛ 1

НАУКОВО-КОНЦЕПТУАЛЬНІ ОСНОВИ ПОНЯТТЯ ПІДПРИЄМНИЦТВО ТА ЙОГО ВИДИ

1.1. Теоретичні основи управління підприємницькою діяльністю

У сучасній літературі на цю тему немає єдиного конкретного визначення підприємництва. Підприємництво трактується як багатовимірне, міждисциплінарне, неоднозначне і дуже широке поняття.

У багатьох випадках суть цього явища досить часто плутають з метою підприємництва, а саме отримання прибутку. Поняття підприємництва включає економічний, політичний, правовий, історичний, морально-психологічний аспекти. Його концепція розроблялася протягом багатьох років під впливом часу і змін у суспільстві та економіці.

Історія підприємництва почалася в середні віки, але деякі економісти та історики у своїх працях описують види людської діяльності в доісторичні часи, які можна порівняти з сучасним підприємництвом[2].

Поняття «підприємництво» було введено французьким економістом, батьком економічної теорії Річардом Кантільоном в 1730 році в есе під назвою «Essai sur la Nature du Commerce en Général» [53]. Кантільон розглядав підприємництво як економічну функцію особливого роду, а також підкреслював, що в підприємницькій діяльності завжди є елемент ризику [1].

Теорія підприємництва Кантільона пов'язана з підприємницькою функцією інвестування в орієнтовану на прибуток економічну діяльність в умовах невизначеності. Серед підприємців Кантільон наводив приклади ремісників, купців і селян, що зайняті господарською діяльністю в умовах нестабільності, невизначеності та непередбачуваності. Він визначив підприємця як людину, яка виконує функцію балансу, успішно прогножуючи та інвестуючи ресурси на майбутнє, допомагаючи узгоджувати та збалансувати

попит і пропозицію в різних сферах [57]. На його думку, головною рисою підприємця є готовність ризикувати [1].

Крім Р. Кантільона, значний внесок у дослідження феномену підприємництва 18 - 19 століттях були такі економісти, як А. Сміт, Ж. Б. Сей, А. Маршалл, Й. Шумпетер та ін.

А. Сміт ототожнював підприємця з власником, стверджуючи, що підприємницька діяльність пов'язана насамперед із власним інтересом підприємця, тобто особистим збагаченням, під час якого він сприяє найбільш ефективному задоволенню потреб суспільства. Сміт був упевнений, що підприємець працює лише для власної вигоди та для задоволення своїх потреб, наприклад, для реалізації ідей, збільшення заробітку тощо. Він також вважав, що так звана «невидима рука» ринку штовхає підприємця на дії, які не є його прагненням. Сміт стверджував, що «переслідуючи власні інтереси, підприємець часто служить інтересам суспільства ефективніше, ніж коли він свідомо намагається їм служити» [1].

На основі робіт Давида Рікардо та Карла Маркса стає очевидним, що обидва економісти мали схожі оцінки щодо змісту категорії підприємця. За словами Ж.Б. Сея, автора теорії так званих трьох факторів виробництва (земля, праця, капітал), підприємець — це людина, яка може організовувати інших людей і керувати ними в межах виробничої одиниці і розглядатися як економічний фактор, що пов'язує фактори виробництва [1].

На рубежі 19-20 століть концепція підприємництва отримала більший розвиток. Погляди А. Маршалла на підприємництво подібні до поглядів Ж. Б. Сея, хоча автор вважав, що підприємництво — це не лише сукупність таких факторів, як земля, праця та капітал, а й четвертого елементу— організації [1]. У ці дні поняття та функції підприємництва починають змінюватися.

Робота австро-американського економіста Й. Шумпетера стала видатним внеском у розвиток теорії підприємства. Він вважав, що підприємництво — це універсальна економічна функція будь-якої економічної системи, а підприємець — це людина, яка керує економічним, науково-технічним процесом. Цей

учений ототожнював підприємницьку функцію з функцією лідерства економічних інновацій. Шумпетер зазначав, що інновація – це дитя підприємства, а підприємець – творець інновацій [1].

Аналізуючи зміну концепції підприємництва, можна виділити чотири фази його функціонування:

- перша - тісно пов'язана з прийняттям ризику в проекті;
- друга - інновація та її вплив на підприємство;
- третя - здатність підприємця швидко реагувати на зміни в навколишньому середовищі та адаптуватися до них;
- четверта–сучасна фаза, в якій знаходиться сучасна економіка, так званий етап аналізу проблем підприємств [2].

Підприємництво – це процес планування, організації, ведення бізнесу та прийняття відповідних ризиків. Підприємець - це людина, яка прагне до ведення підприємництва [48]. Можна сказати, що справжній підприємець – це людина, яка несе повну відповідальність за свої дії, успіхи та невдачі підприємства.

Поняття підприємництво і підприємець тісно пов'язані між собою. З економічної точки зору підприємець суб'єктивно розуміється тим, що він є активним учасником економічних процесів. Підприємництво, з точки зору процесів, - це процес виробництва товарів і надання послуг з метою задоволення потреб людини та досягнення поставлених цілей [2]. У сучасній економіці можна виділити різноманітні класифікації підприємств: за формами власності, розмірами, видами діяльності тощо.

Підприємства за формою власності створюють в економіці два сектори — приватний і державний. Приватний сектор економіки складається з приватних підприємств та кооперативних підприємств. У свою чергу, державний сектор в економіці складається з державних підприємств; комунальних підприємств.

Існують також так звані змішані підприємства, це суб'єкти господарювання, які засновані на змішаній формі власності.

Екс-директор з продажів Google Андрій Дороничев вважає, що приватна економічна діяльність дає суспільству стійкий розвиток економіки. Він стверджує, що «економіка подібна до економіки винограду: маленькі грона, які утворюють цілий плід; якщо економіка лише державна, то вона буде як кавун, а якщо занепаде, то врешті-решт буде крах. Коли економіка як виноград, то є природний відбір, конкуренція, можливість розвитку, на ринку з'являються ліквідні здатність до адаптації, що дозволяє швидко реагувати на зміни в навколишньому середовищі» [2].

Інша категоризація - поділ підприємств за розміром. "Відповідно до Постанови Комісії Європейських Співтовариств № 364/2004 від 25 лютого 2004 р. у додатку 1 статті 2 про поріг зайнятості та фінансові обмеження, що визначають категорію підприємств, виділяють такі категорії підприємств" [53]:

- мікропідприємство - це підприємство, яке відповідає таким умовам:
 - зайнятість менше 10 працівників;
 - річний чистий оборот від продажів, який не перевищує 2 млн. євро.
- мале підприємство - це підприємство, яке відповідає таким умовам:
 - середньорічна зайнятість менше 50 працівників;
 - річний чистий оборот від продажів не більше 10 млн євро.
 - не є мікропідприємством.
- Середнє підприємство - це підприємство, яке відповідає таким умовам:
 - середньорічна зайнятість менше 250 працівників;
 - річний чистий оборот від продажів не перевищує 50 млн євро;
 - не є мікро- чи малим підприємством.

У літературі з цього питання існує також четверта категорія поділу підприємств за розміром, а саме велике підприємство – будь-яке підприємство, яке не є середнім, малим чи мікропідприємством [48].

Інша класифікація підприємств залежить від виду діяльності і включає виробничі компанії; торгові компанії та підприємства сфери обслуговування.

Як зазначалося раніше, підприємництво і підприємець - це терміни, які тісно пов'язані один з одним, головним чином через те, що підприємництво

пов'язане зі створенням власного бізнесу, а підприємець з особою, яка веде бізнес [48]. Підприємство не може існувати без підприємця.

"Поняття підприємця також можна розглядати з різних точок зору, таких як:

- економіка (виконує господарські функції);
- управління (виконує конкретні завдання);
- психологія (як особистість)" [38].

Таблиця 1.1

Підприємець як суб'єкт господарської діяльності

Точка зору	Підприємець як	Його функція
Економіка	Суб'єкт економіки	Виконує господарські функції
Менеджмент	Менеджер	Виконує конкретні завдання
Психологія	Особистість	Є особистістю

Примітка. Складено автором на основі [38, с.16]

Підприємець як суб'єкт економіки виконує економічну функцію. По-перше, підприємець виступає роботодавцем, який виходить на ринок і повідомляє про попит на роботу. Отже, з економічної точки зору, підприємець відкриває нове підприємство або розширює старе, створюючи таким чином нові робочі місця, що, у свою чергу, збагачує ринок працівниками.

Одним із основних завдань суб'єкта економіки є пошук різноманітних нових та інноваційних комбінацій економічних факторів. Найбільше інноваційних ідей створюється на малих підприємствах, які тільки розпочинають свою діяльність, саме вони вводять на ринок найбільше інновацій [45].

Хороший економічний підприємець – це людина, яка ввела на ринок інновацію, яка задовольнить потреби споживачів, які, у свою чергу, скористаються нею і таким чином отримають прибуток для підприємства. Підприємець як суб'єкт економіки також повинен вміти шукати інформацію про ринок та правильно її інтерпретувати, завдяки чому він має шанс знайти

первинну інформацію, яку раніше ніхто не використовував. За допомогою цієї інформації підприємці підвищують ефективність ринків і таким чином отримують прибуток від отриманих доходів та забезпечують ефективні ринкові відносини, а також готові до ризиків, пов'язаних із здійсненням власної господарської діяльності. Досить часто в літературі однією з головних детермінант хорошого підприємця є функція сприйняття ризику.

З одного боку, це не функція підприємця, адже підприємець – це людина, яка надає послуги (оплачує ідеї, які втілюються в життя завдяки інноваційним рішенням). Сприйняття ризику насправді є функцією інвестора, а не трейдера.

Підприємець як менеджер бере на себе конкретні завдання, такі як управління та організація, тобто реальні завдання професійних менеджерів. Його обов'язок — об'єднати в одне ціле різні елементи, необхідні організації, а саме: працівників, майно, виробничі ресурси. Одне із завдань підприємця як суб'єкта економіки— придумати щось нове, тоді як завдання підприємця як менеджера — залучати та використовувати інновації на ринку, щоб забезпечити їх цінністю для споживачів. Крім того, у цьому аспекті важливою є здатність приймати рішення щодо розподілу обмежених ресурсів в контексті обмеженої інформації. Такий підприємець забезпечує лідерські та управлінські функції, він також повинен визначити місію, бачення, стратегію компанії.

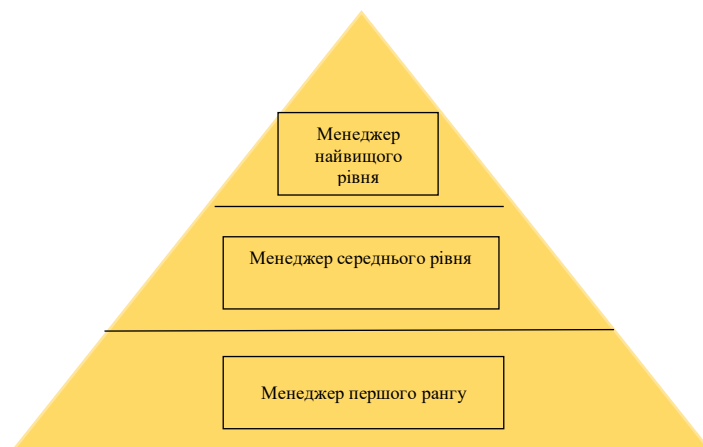


Рис. 1.1. Керівні посади на підприємстві

Примітка. Складено автором на основі [2, с. 286]

Менеджери найвищого рівня - так звані топ-менеджери, становлять відносно невелику групу керівників, які мають повноваження приймати

ключові рішення щодо діяльності економічного підрозділу, що визначатиме його поточні та майбутні перспективи розвитку. Вони встановлюють місію, цілі організації, її загальну стратегію, а також операційну політику (наприклад, поглинання або злиття з іншими компаніями, впровадження нових продуктів). Старший менеджер — це особа, яка займає посаду в компанії, наприклад президент, віце-президент, директор.

Менеджери середнього рівня - найчисельніша група керівників (головний інженер, керівник заводу, начальник відділу), відповідальних за досягнення цілей, реалізацію політики та планів, розроблених на вищому рівні та нагляд за координацією діяльності керівників нижчого рівня. Менеджери середнього рівня – це люди, які поєднують керівництво вищого рівня з керівництвом нижчого рівня.

Менеджери першого рангу або керівники першого рівня відповідають за організацію повсякденної діяльності підприємства в межах окремих бізнес-одиниць. Керівники нижчого рівня (наприклад, бригадири, координатори, офіс-менеджери тощо) щоденно контролюють і спілкуються з рядовими співробітниками компанії, забезпечуючи таким чином організацію виробництва господарської діяльності суб'єкта господарювання.

З психологічної точки зору підприємець — це людина, яка володіє видатними здібностями керувати компанією чи командою, має унікальні особистісні якості, темперамент, інтелект, особливі здібності, наприклад, здатність до навчання і бажання саморозвитку, незвичайний підхід до вирішення проблем, високу внутрішню мотивацію, вміння пояснювати і спілкуватися з іншими, є публічно активним. Підприємець як особистість також повинен мати здатність до прогресивного соціального розвитку. Кожна людина має вроджені якості (інтелект, креативність, мотивація, амбіції тощо) і набуті якості (навички навчання та викладання, наставництва, самоконтролю, дисципліни тощо), а також соціальні навички (досвід сімейних стосунків, культура тощо). Хороший підприємець повинен постійно розвиватися і

вдосконалювати свої навички, щоб мати можливість швидко реагувати на події та зміни поза межами компанії, а також адаптуватися до середовища компанії.

«Підприємець — це людина, яка інноваційно поєднує фактори виробництва (зазвичай у формі нового бізнесу) для створення економічної вартості» [38]. Кожна людина на певному етапі свого життя стикається з вибором, чи хоче він бути підприємцем чи постійним працівником, цей вибір з часом може змінитися, адже кожен варіант залежить від корисності. Існує загальне правило: бізнес може приносити більше прибутку, але він більш ризикований, ніж прибуток, який отримує звичайний співробітник компанії. Працюючи на керівній посаді або не будучи обов'язком кожної людини, підприємцем може бути будь-яка людина, але хорошим підприємцем може бути лише людина, яка має інноваційні ідеї, незвичайний підхід до своєї роботи та бажання особистого розвитку [38]. Блискучі ідеї людства є результатом довгого пошуку та самоінтерпретації.

1.2.Науковий генезис визначення детермінант успіху підприємницької діяльності

Досягнення успіху у власному бізнесі - це одна з багатьох речей, до яких прагне кожен підприємець. Часто цей успіх пов'язаний з економічним зростанням компанії, а саме збільшенням прибутку та ринкової вартості, покращенням іміджу компанії або з тривалим періодом діяльності та здатністю долати кризові ситуації [48]. Слід зазначити, що чітко визначити детермінанти успіху в компанії досить важко, оскільки в кожній компанії вони визначаються по-різному. Успіх компанії залежить від зовнішніх і внутрішніх факторів. Визначення успіху в більшості словників української мови схоже: «успішний результат починання, досягнення наміченої мети».

Щоб досягти успіху, вам необхідно виконати певні дії, наприклад, зробити аналіз ринкової ситуації, продумати стратегію вашої компанії, щоб забезпечити прибутковість майбутньої ділової діяльності. Мета наведеного

вище аналізу — знайти так звані ключові детермінанти успіху. Відповідно до Д. Аакера, "активи та компетенції компанії є ключовими факторами успіху. Якщо компанія має стратегічну слабкість щодо ключових факторів успіху, якій не протидіє відповідна маркетингова стратегія, то її здатність успішно конкурувати на ринку обмежена" [18].

Процес визначення факторів успіху починається з внутрішнього та зовнішнього аналізу компанії та її ринкового середовища.

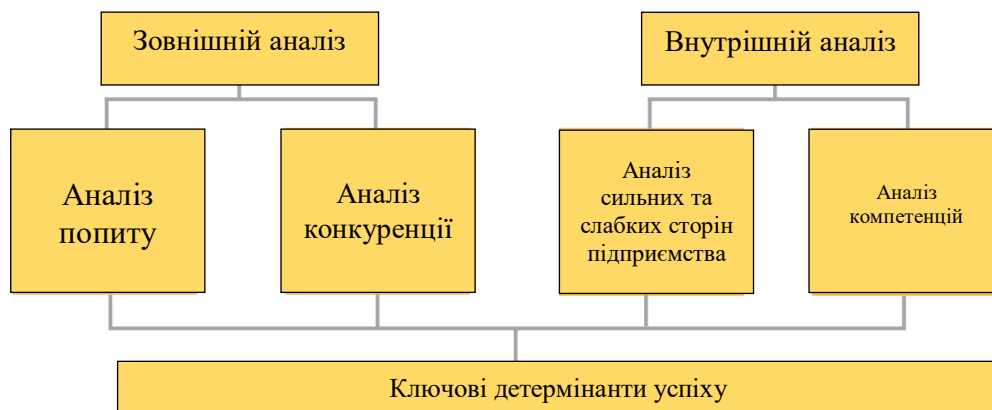


Рис. 1.2. Ключові фактори успіху підприємства

Примітка. Складено автором на основі [8, с. 225]

Перший крок – зовнішній аналіз, тобто галузевий аналіз. Зовнішні детермінанти успіху безпосередньо залежать від специфіки даної галузі. Щоб знайти ці фактори, необхідно провести аналіз попиту та конкуренції. Наприклад, на ринку одягу попит є функцією якості, моделей і кольорів одягу, а також їх ексклюзивності. Факторами конкуренції в швейній промисловості є низькі бар'єри для входу на ринок, високий рівень міжнародної конкуренції та висока конкурентоспроможність роздрібною торгівлі. Зробивши наведений вище аналіз, можна зробити висновок, що ключовими факторами успіху в індустрії одягу є швидка адаптація до змін моди та креативний дизайн (модель і колір) одягу. З іншого боку, у харчовому та промисловому секторі такими факторами успіху є: ефективне операційне управління, економія на масштабі, збільшення ринкової влади над постачальниками із попитом на низькі ціни та широкий асортимент продукції, а також з ціновою конкуренцією.

Другий етап, тобто внутрішній аналіз проекту, включає аналіз сильних і слабких сторін, а також можливостей і загроз, тобто SWOT-аналіз. Завдяки цьому можна конкретизувати компетенції компанії та оцінити сфери її конкурентних переваг. Наступним кроком є визначення ключових компетенцій компанії за допомогою аналізу компетенцій. Компетенції підприємства — це сукупність умінь і навичок підприємства, які базуються на його сильних сторонах. Вони досягаються завдяки навчанню та досвіду. Компетенції – це також сукупність знань, ноу-хау, ресурсів і технологій підрозділів і функціональних областей підприємства. Компетенція в Sony – це інноваційний потенціал, General Electric – досвід управління диверсифікованою компанією, Еххон – ефективність системи фінансового контролю на підприємстві [9]. Останнім кроком є визначення унікальних ключових компетенцій компанії. Унікальна компетенція – це головна компетенція, завдяки якій компанія перевершує своїх конкурентів. Це забезпечує конкурентну перевагу на ринку. Кожна компанія має власний приклад унікальної компетенції, наприклад:

- Intel - стрімкий розвиток нових поколінь мікропроцесорів, що забезпечує її домінування на ринку персональних комп'ютерів;
- Honda - виробництво двигунів і систем трансмісії, які становлять головну конкурентну перевагу автомобілів, мотоциклів і генераторів, на яких вони встановлюються;
- Canon - в області оптики, передачі та зберігання зображень, а також мікропроцесорних систем управління, це дозволяє компанії проникнути і стати лідером на ринку лазерних принтерів, копіювальних апаратів, фотоапаратів і сканерів;
- Motorola - впровадження організації виробничого процесу без браку виробництва свого часу зробило компанію світовим лідером на ринку мобільних телефонів.

Третій етап, остання дія, спрямована на пошук ключових факторів успіху компанії, - узгодження галузевих вимог з компетенцією компанії [18].

В економіці як галузі науки за весь час постійних змін і новин у книгах, статтях, журналах накопичилося чимало пропозицій, прикладів, теорій, визначень і порад щодо того, що і як робити, щоб досягти успіху на підприємстві.

Г. Лалібер, який сьогодні керує однією з найбільших компаній-експортерів культури *Cirque du Soleil*, досяг успіху, вийшовши за межі конкуренції. Досягнення Lalibet за майже 15 років К. Кім і Р. Науборн у своїй спільній роботі представить так звану стратегію *Blue Ocean*, інноваційну стратегію підприємництва без конкуренції [45].

Менеджери великих компаній помітили досить серйозну річ у пошуку факторів успіху – вони почали задавати питання «хто може привести компанію до успіху», перш ніж запитувати «що». У 1970 році Дік Куллі, тодішній генеральний менеджер *Welles Fargo*, одного з чотирьох найбільших банків у Сполучених Штатах, запровадив політику «постійного вливання талантів у вени компанії». Цій політиці компанія дотримується і донині. Залучаючи найкращих спеціалістів, Куллі стверджував, що завдяки цьому «будується майбутнє, якщо мені не вистачає глузду передбачати зміни, то вони це зроблять. І вони, напевно, успішно з ними впораються» [14]. Успіх за Уеллесом Фарго – це талановиті люди, які формують найкращі команди.

Засновник найбільшої в Україні ІТ-компанії *Genesis* В.Многолітній вважає, що людський капітал є одним із факторів успіху компанії. Многолітній є прихильником думки «де народився, там пригодився» — кажучи цим він має на увазі, що іноземець як турист, робітник, підприємець не може до кінця зрозуміти культуру суспільства. Для того, щоб на рівні працювати з громадянами даної іноземної країни, треба бути талановитим та бути набагато кращим за інших. Наприклад, коли двоє талановитих підприємців хочуть створити бізнес, один у своїй рідній країні, а інший за кордоном, обидва можуть бути успішними, але той, який залишився у рідній країні, ймовірно, буде розвиватися швидше. Тому що він краще розуміє суспільство і ринок з його внутрішньою специфікою [4].

Сферами визначення ключових факторів успіху компанії є насамперед: технології, виробництво, персонал, маркетинг, збут і менеджмент. Якщо ви запитаете генерального директора будь-якого підприємства у світі, ви знайдете багато факторів, які привели підприємство до успіху. До таких факторів можна додати особистісні фактори підприємця та працівників, організаційну структуру підприємства, технологічний рівень, характер ринку та його середовища, обрану стратегію та інші [20].

Висновки до розділу 1

Підприємництво – це дуже складна та багатогранна ідея і ми повинні усвідомлювати, що коли ми говоримо про це поняття, то ми маємо враховувати широкий спектр переконань. Ми всі маємо розуміти те, що підприємництво має багато різних значень. Єдине та затвержене визначення підприємництва ще не виникло. Погляди на підприємництво, які були сформульовані в цьому розділі, відображають міцність нової сфери, що розвивається завдяки новим ідеям та думкам, і всі вони змагаються за чільне місце в якійсь майбутній ортодоксії.

Підприємництво – природне явище в бізнесі. Це частина ділового життя. Таким чином, будь-якій бізнес-організації буде корисно розуміти визначення підприємництва, джерела та види підприємництва та вміти керувати підприємництвом. Цей розділ, як частина дослідження, базується на огляді літератури, щоб визначити теоретичні підґрунтя підприємництва, а також розглянути засади успішного управління підприємством.

Будь-яка бізнес-організація має своє бачення та місію. Підприємництво є частиною ділового життя, що сприяє успішній організації бізнесу. Люди, які активно займаються бізнесом, несуть найбільшу відповідальність за досягнення своїх цілей. Але люди мають різне походження та освіту, що піднімає питання підприємницьких навичок і стає частиною підприємницького процесу. Крім того, розвиток економіки та технологій створює різноманітність підприємництва, водночас підвищуючи його конкурентоспроможність. З цієї

точки зору інновації стають звичними, але виклики підприємництва стають завданнями.

Однак для нас важливо розуміти, що не будь-яка підприємницька діяльність є позитивною для організації бізнесу, доки підприємницькі навички та управління не будуть прийняті в організації для змін і навчання. Щоб підтримувати хороші показники підприємницької діяльності, необхідно керувати підприємницькою діяльністю та вивчати необхідні навички. Оскільки підприємництво є природним явищем у бізнесі та може призвести до продуктивності та впливу бізнесу, будь-якому бізнесмену чи підприємцю буде корисно спочатку зрозуміти визначення підприємництва, а потім долати бізнес-проблеми та виклики.

РОЗДІЛ 2

ПРИКЛАДНИЙ АНАЛІЗ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ НА ПРИКЛАДІ БІЗНЕСУ, ЗАСНОВАНОМУ МОЛОДИМИ ЛЮДЬМИ

2.1. Переваги та недоліки присутності молоді на ринку праці

Дослідження, проведене А. Леманською-Майдзік серед самозайнятих компаній, доводить, що на успіх впливає вік підприємця: чим молодший підприємець, тим більша ймовірність [53].

Молодь на ринку праці є активним учасником економічного життя кожної країни. Можна виділити чотири вікові групи молодих людей:

- 14 - 17 років - вибір професійної діяльності або продовження освіти;
- 18–24 роки – навчання в навчальних закладах та здобуття професійних знань та навичок;
- 25–28 років – професійна незалежність, економічна стабільність та цілеспрямованість у процесі суспільного виробництва;
- 29–35 років - розвиток професіоналізму [3].

Тенденції розвитку сучасного підприємництва характеризуються активним залученням молоді. Тому що провідна група соціально-демографічні у сфері підприємництва молодь, віком 18–29 років, роль сектору молодіжного підприємництва в сучасному суспільстві зростає. Молодий підприємець стає однією з найважливіших фігур соціального прогресу, молодь як частина економічного сектора має ряд переваг і недоліків.

У звіті «Молодь під мікроскопом» представлено думку підприємців про молодих людей як працівників компанії (рис. 2.1.).

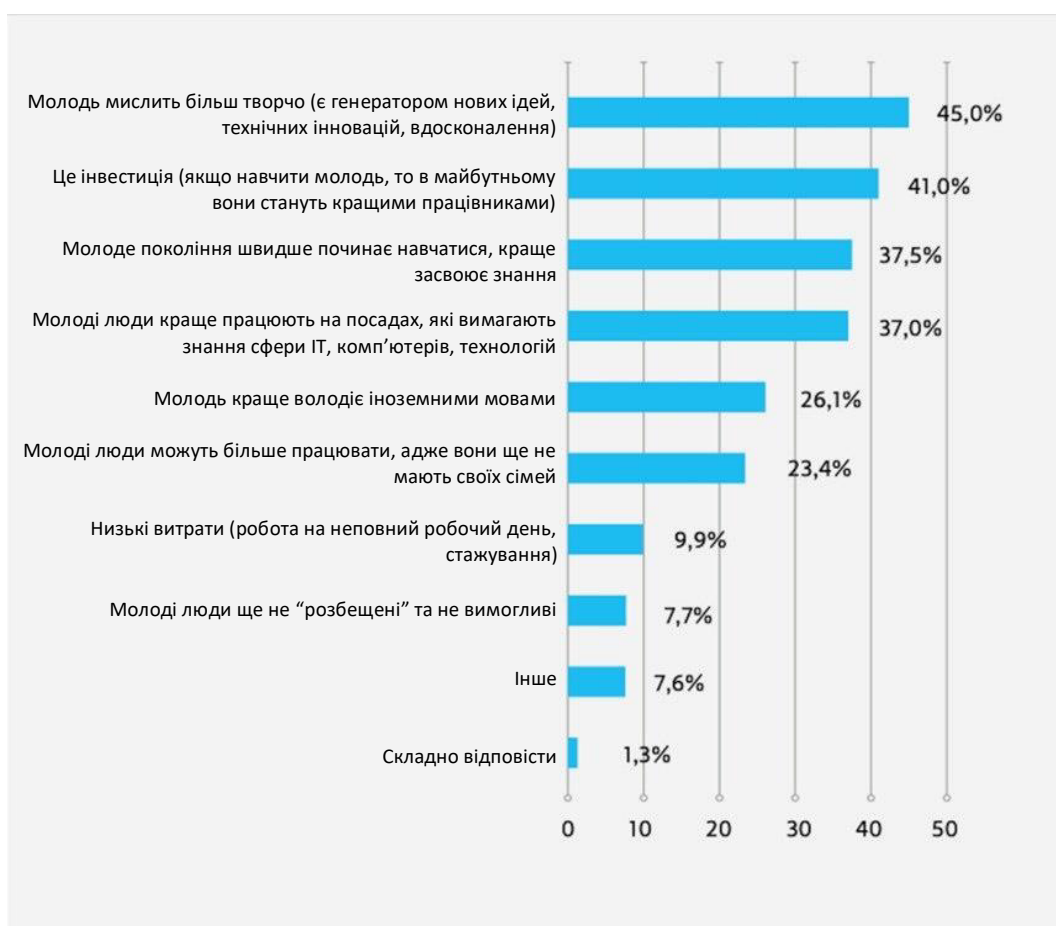


Рис. 2.1. Елементи, які підприємці цінують у молодих співробітниках

Примітка. Наведено за [50]

Найбільше в компаніях цінують молодих працівників, тому що вони творчі та інноваційні. Вони швидко навчаються, а отримані знання є інвестицією в майбутнє компанії. Компанія, що інвестує в креативного співробітника, який хоче здобувати і використовувати нові знання, в майбутньому отримає фахівця, який зможе принести користь цій компанії.

У свою чергу, недоліки молодих людей як працівників представлені на рисунку 2.2.

Найбільшим недоліком роботодавці назвали малий досвід роботи на ринку праці. Молоді люди, після закінчення закладів вищої освіти, часто мають проблеми зі ставжем роботи, адже більшість компаній хочуть працевлаштувати людей, які вже мають певний досвід роботи на певній посаді.

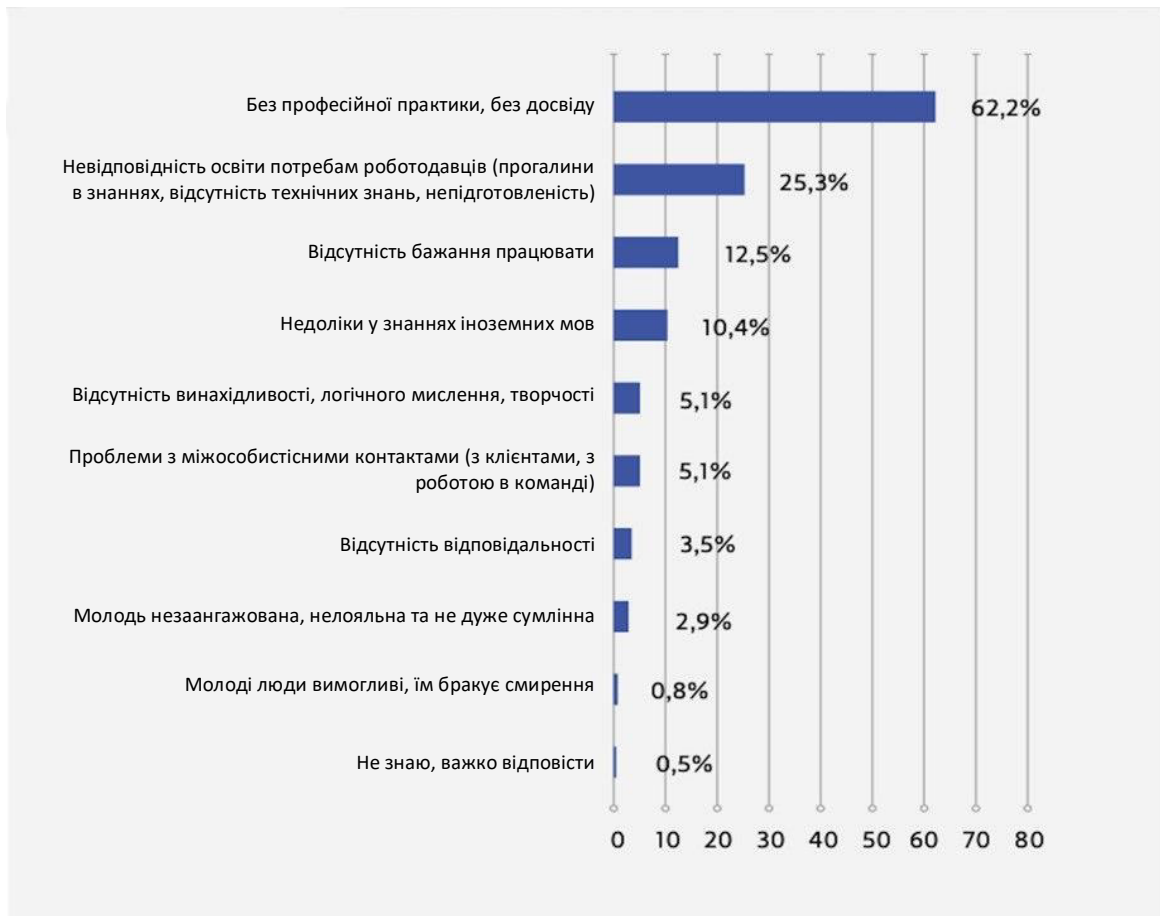


Рис. 2.2. Негативні сторони молодих працівників на думку підприємців

Примітка. Наведено за [50]

Також варто відмітити, що часто після закінчення навчання випускник працює не за фахом, а це означає, що він не має необхідних знань і навичок, необхідних компанії.

Сучасний ринок праці досить динамічний і стрімко розвивається завдяки глобалізації. На такому ринку панує постіндустріальна економіка. А. Тоффлер у своїх працях подає три фази розвитку суспільства. Перша фаза – аграрна. Для нього характерні сільськогосподарська праця, релігія, сімейні цінності, через які з'явилися традиції суспільства. Друга фаза – промислова. Індустріалізація вийшла на ринок завдяки промисловій революції, спричиненій автоматизацією праці. Культура почала формуватися навколо промисловості. Таке суспільство базується на масовому виробництві, споживанні та освіті. У результаті виникла масова культура. У свою чергу, створення нових підприємств і фабрик призвело до появи нових робочих місць. Третій і останній етап –

інформаційний. Він характеризується розвитком передових технологій, в якому постає постіндустріальне суспільство. Постіндустріальне суспільство — це суспільство, в основі якого лежить інтелектуальний клас [32].

Використання наведеної вище інформації дозволяє провести SWOT-аналіз молоді на ринку праці (табл. 3), відображаючи переваги (сильні сторони та можливості) та недоліки (слабкі сторони та загрози) молодих людей на ринку праці.

Таблиця 2.1

SWOT-аналіз присутності молоді на ринку праці

Сильні сторони	Слабкі сторони
<ul style="list-style-type: none"> • Креативне мислення, неординарний підхід до вирішення проблем; • Багато інноваційних ідей для реалізації; • Швидкість навчання та засвоєння нових знань; • Вища продуктивність на посадах, які потребують знання у сфері ІТ і сучасних технологій; • Прикладають більше зусиль на роботі; • Швидка адаптація до змін, гнучкість; • Готовність до пов'язаних з відкриттям власного бізнесу ризиків; • Знання двох і більше іноземних мов; • Відсутність власних сімей (більше вільного часу та більша зосередженість на роботі); • Мобільність у зміні місця проживання (наприклад, при створенні нового відділення компанії в іншому місті/країні). 	<ul style="list-style-type: none"> • Відсутність професійного досвіду, що часто призводить до конкуренції з досвідченим працівником; • Відсутність навичок міжособистісного спілкування у великому колективі; • Недисциплінованість, нетерплячість, велика кількість зауважень і критики. • Відсутність бажання прислухатися до порад більш досвідчених співробітників; • Відсутність досвіду роботи на ринку праці (тому допускають помилки під час ведення бізнесу); • Відсутність фінансових ресурсів для відкриття власної справи.
Можливості	Загрози
<ul style="list-style-type: none"> • Інвестиція для компанії, хороший спеціаліст у певній сфері в майбутньому; • Невеликі витрати для компаній (робота на неповний робочий день, стажування); • Можливість використання урядових програм та грантів для отримання нових знань, досвіду та професійної практики; • Мобільність покоління, можливість поєднувати навчання та роботу; • Легкість та гнучкість при відкритті власного бізнесу. 	<ul style="list-style-type: none"> • Високий рівень безробіття у віці 18-25 років; • Складнощі при аналізі функціонування та розумінні ринкової системи; • Сприйняття молоді несерйозно через юний вік; • Перевага старшого покоління серед керівного складу; • Відсутність диверсифікованих пропозицій роботи, використання потенціалу молоді.

Примітка. Складено автором на основі власного дослідження

У глобальному масштабі вищезгаданий інтелектуальний клас наразі зосереджений переважно в Кремнієвій долині, де інноватори працюють, щоб змінити світ. Політики в більшості країн ЄС зараз впроваджують програми для підтримки молоді через різні фінансові та освітні програми, щоб вони могли розпочати власну справу. У результаті створюється більше робочих місць і, таким чином, зменшується безробіття.

А. Тоффлер стверджував, що «неосвіченими в 21 столітті будуть не ті, хто не вміє писати і читати, а ті, хто не вміє вчитися, відчуватися і заново вчитися». Звертаючись до вищезазначених переваг молодих людей, можна стверджувати, що молодь, яка швидше навчається та швидше засвоює інформацію, матиме більше шансів знайти роботу.

2.2. Компаративний аналіз досвіду досвіду відкриття або ведення бізнесу молодими людьми

У дослідженні взяли участь 120 осіб. Анкета була адресована людям віком 18-35 років з Польщі та України. Дослідницька група була розділена ще на три групи осіб, а саме: людей, які планують відкрити бізнес у майбутньому, людей, які вже ведуть бізнес, і людей, які не хочуть відкривати власну справу.

Загалом кількість запитань, що задавалися респондентам була 7. Ці питання мали загальний характер і стосувалися: статі, віку, освіти, місця проживання, професійної діяльності, доходу та національності респондентів.

Серед респондентів однозначно переважали жінки – їх було 86, що склало 71,67% вибірки.

Іншою ознакою став вік респондентів – структура вибірки в цьому відношенні представлена на рисунку 2.3..

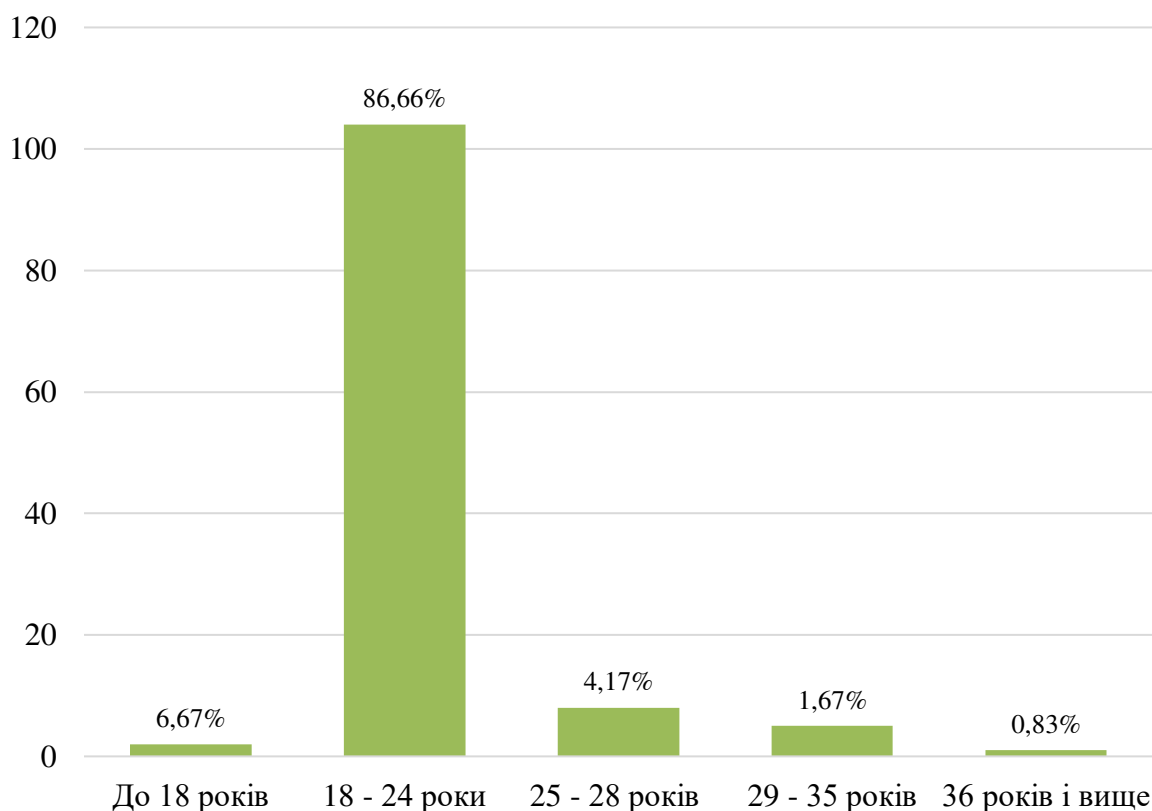


Рис. 2.3. Вік респондентів, що взяли участь в опитуванні

Примітка. Складено автором на основі власного дослідження

Анкета була орієнтована насамперед на працевлаштованих студентів віком 18-35 років. У цьому діапазоні найчисленнішою групою були люди віком 18-24 роки (понад 85%). Тому можна зробити висновок, що результати проведеного опитування справді відображатимуть думку молоді.

Наступним питанням анкети було питання про здобуту освіту. Видно, що респонденти розділилися на дві основні групи, схожі за кількістю. Близько 45% респондентів мали повну загальну середню та вищу освіту. Ймовірно, це пов'язано з молодим віком учасників дослідження. Отже, можна зробити висновок, що більшість респондентів є або були студентами.

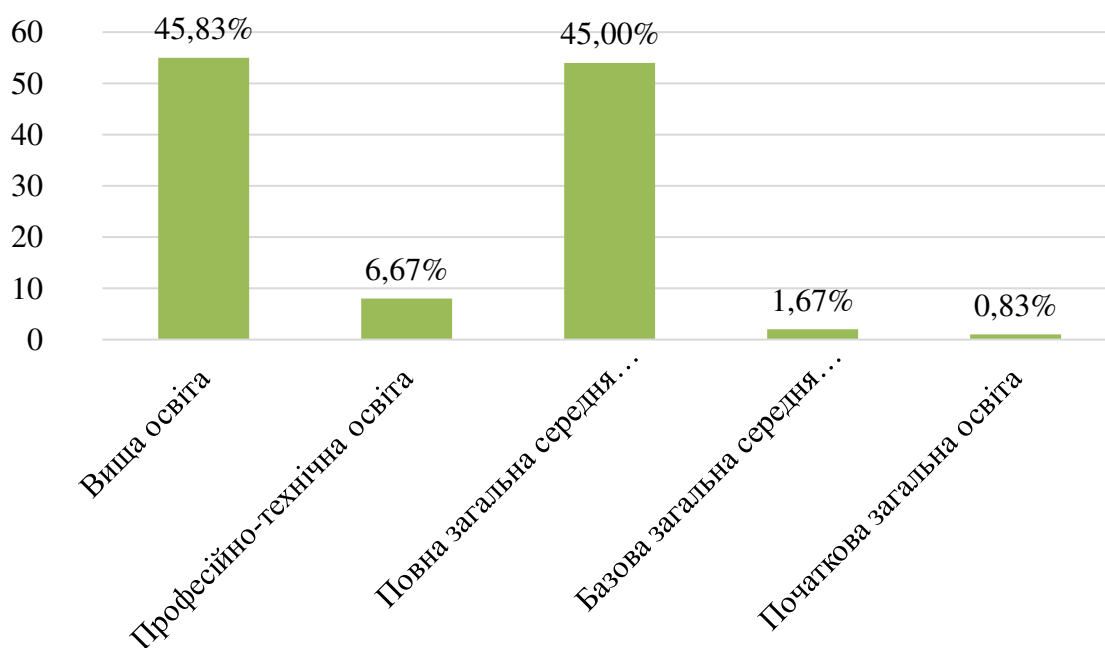


Рис. 2.4. Здобутий рівень освіти респондентів, що взяли участь в опитуванні
Примітка. Складено автором на основі власного дослідження

Варто підкреслити, що високий відсоток людей з вищою освітою пов'язаний з тим, що найбільша кількість респондентів була з України, де система освіти організована дещо інакше, ніж в інших країнах, і молоді люди раніше отримують дипломи.

Серед опитаних найбільше учнів та студентів різного професійного статусу, загалом понад 80% (рис. 2.5.).

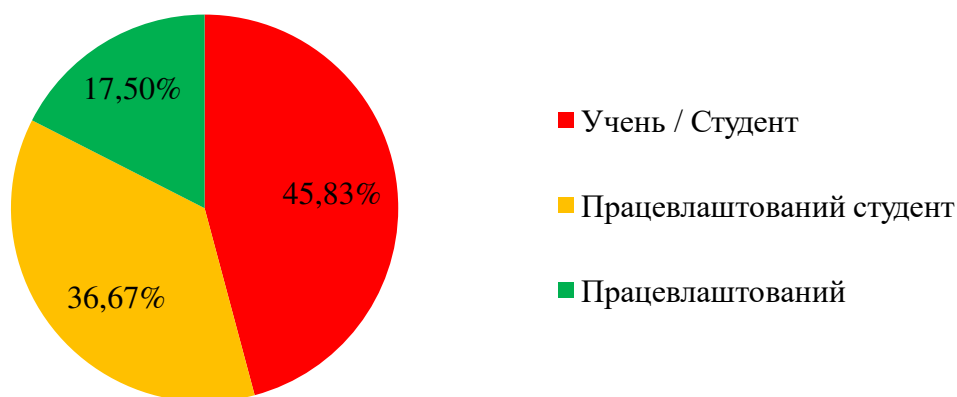


Рис. 2.5. Сфера зайнятості респондентів, що взяли участь в опитуванні
Примітка. Складено автором на основі власного дослідження

Варто підкреслити, що в усьому дослідженні найчисленнішою групою були люди, які навчаються, але не працюють (понад 45%). Звідси випливає, що респонденти – це покоління, яке тільки виходитиме на ринок праці.

Діаграма 2.6. показує розподіл респондентів за національністю.

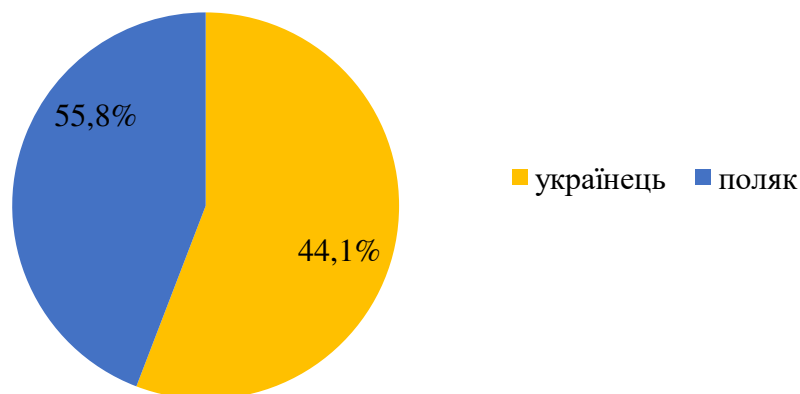


Рис. 2.6. Сфера зайнятості респондентів, що взяли участь в опитуванні

Примітка. Складено автором на основі власного дослідження

Найчисельнішою групою були вихідці з України (55,8%). Варто зазначити, що анкета також була підготовлена українською мовою – можливо, тому вона була більш популярною серед українських респондентів, для яких участь в опитуванні могла стати незвичайною можливістю висловити свою думку щодо предмета дослідження, який вони цікавилися. Майже половина респондентів родом з міст з населенням понад 500 тис. жителів (рис 2.7.).

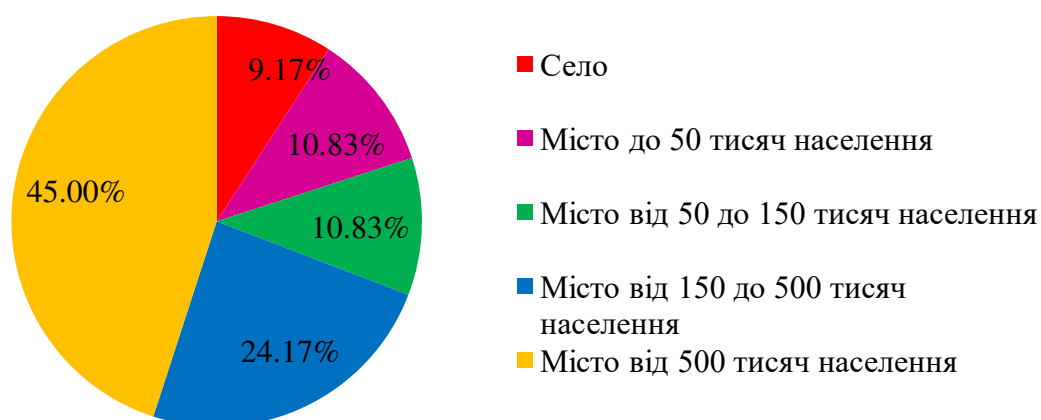


Рис. 2.7. Розподіл респондентів за місцем проживання

Примітка. Складено автором на основі власного дослідження

Дуже важливу роль у дослідженні відіграє місце проживання. Якщо респонденти хочуть відкрити підприємство, їм буде набагато легше відкрити та вести бізнес у великому місті, ніж у сільській місцевості, хоча б через інфраструктуру, наявні торгові точки та кращий доступ до суспільних благ.

Розподіл відповідей на запитання про місячний дохід (рис.2.8.) є суттєво диференційованим.

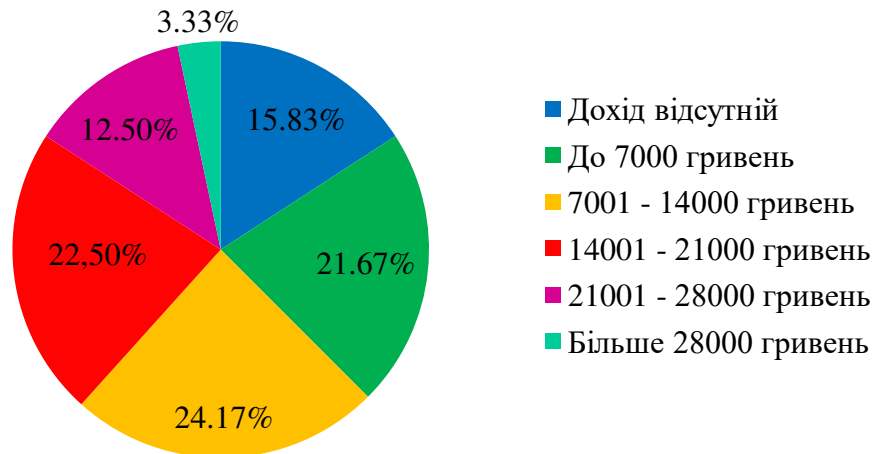


Рис. 2.7. Розподіл респондентів за місячним доходом

Примітка. Складено автором на основі власного дослідження

Можливо, такі результати пов'язані зі сферою зайнятості респондентів. Оскільки більшість - це студенти та студенти, які не працюють, тож, ймовірно, не мають доходу, а також працевлаштовані студенти, які не можуть повністю присвятити себе оплачуваній роботі. 60% респондентів досягають місячного доходу нижче 14000 гривень. Варто зазначити, що дохід менше кожного 5-го респондента перебуває у найвищому діапазоні. Отже, можна зробити висновок, що загальна ситуація з доходами в групі респондентів, на жаль, є складною для початку власної справи.

2.3. Аналіз екзогенних та ендогенних чинників впливу на відкриття власної справи молодими людьми

Щоб зрозуміти, чому молоді люди вирішують займатися підприємницькою діяльністю, в опитуванні було поставлено низку запитань, які допомогли виокремити основні фактори, що впливають на початок власної підприємницької діяльності. Спочатку респондентів запитували, з якого віку, на їхню думку, найкраще починати бізнес (рис.2.8).

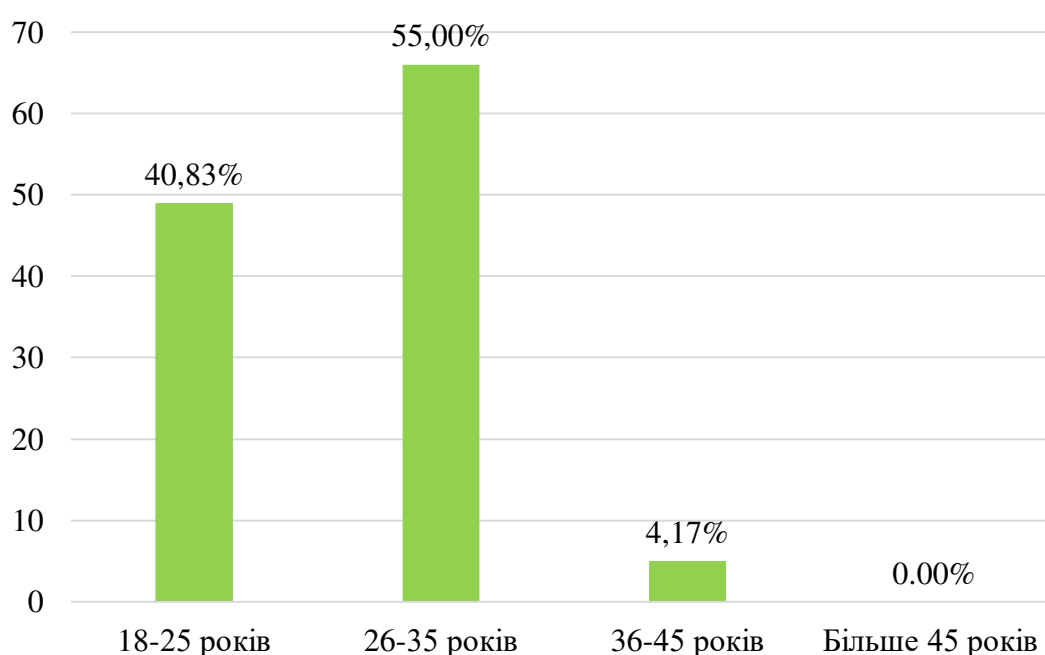


Рис. 2.8. Вік, коли найкраще починати власну справу за оцінками респондентів
Примітка. Складено автором на основі власного дослідження

Жоден з респондентів не обрав відповідь «більше 45 років» і лише 4,2% обрали відповідь «36-45 років», що свідчить про те, що, на думку респондентів, варто відкривати власне підприємство в молодому віці, бажано від 26 до 35 років (найбільше, 55% відповідей), після отримання певного досвіду роботи на ринку праці та навіть невеликого початкового капіталу. Варто відзначити, що менше 5% респондентів сказали, що вік старше 36 років все ще є сприятливим часом для відкриття бізнесу (але ніхто не вказав вік старше 45 років) - можливо, це результат молодого віку респондентів і зовсім іншого сприйняття світу.

Цікаво, що представники польської національності вказали, що власну компанію краще відкривати пізніше, а жителі України вважають, що бізнес краще почати раніше. Можливо, це пов'язано з менталітетом поляків та українців. У цих країнах відзначається швидше закінчення навчання та пошук роботи, в той час як поляки (тенденція європейців) часто вирішують зробити перерву перед початком навчання або змінити напрямок навчання, щоб зрозуміти сферу, в якій вони хочуть працювати.

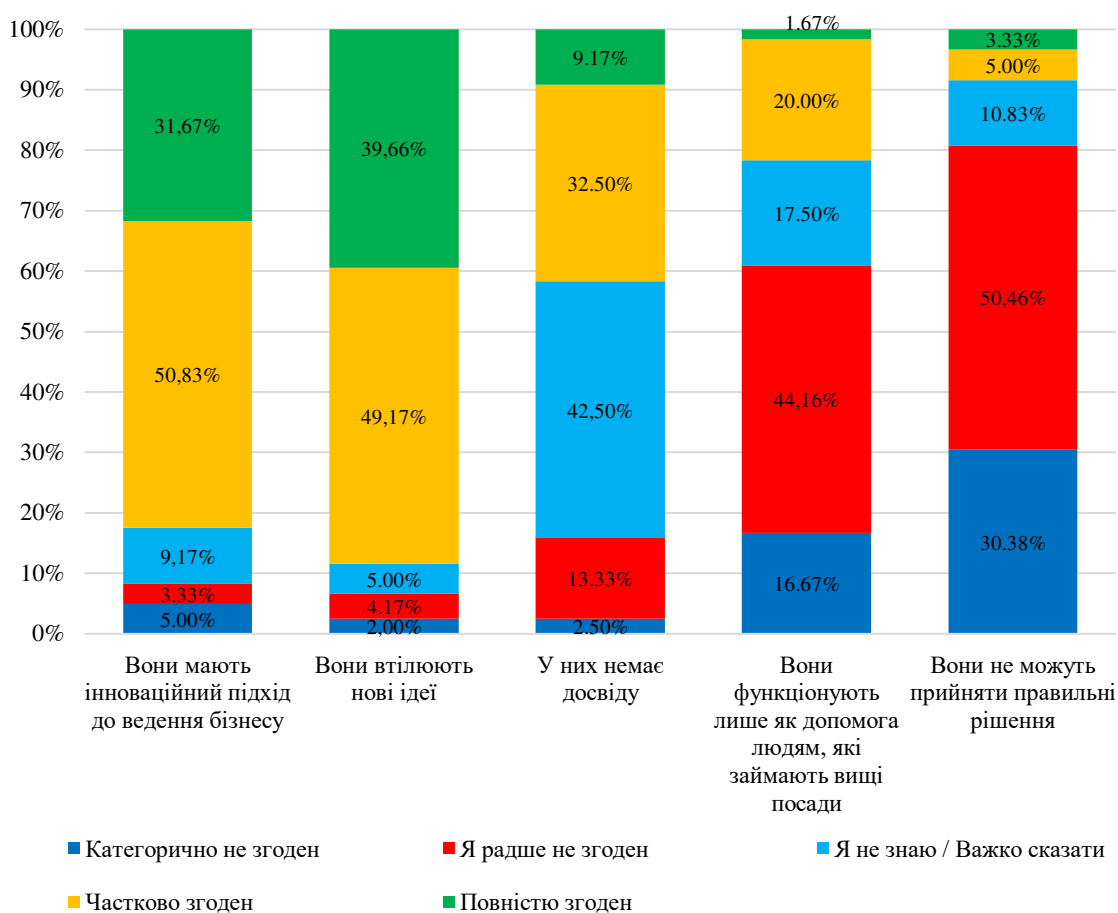


Рис. 2.10. Думка респондентів щодо молоді на ринку праці

Примітка. Складено автором на основі власного дослідження

Щодо перших двох тверджень, то майже 80% респондентів погодилися з їх формулюванням, тому вважають, що можуть реалізувати інноваційні ідеї на ринку праці. Щодо твердження про досвід, то майже половина людей (42%) не мають своєї думки з цього приводу. Можливо, це пов'язано з тим, що більшість респондентів – це молоді люди, які не працюють і не мають досвіду на ринку праці, а також студенти, які зазвичай не працюють за фахом (неповний робочий

день), що робить їх нездатними об'єктивно визначати свої навички в роботі. З останніми двома твердженнями не згодні представники молодого покоління, які тільки вийдуть на ринок праці. Сьогодні молоді люди також можуть бути висококваліфікованими фахівцями (наприклад, завдяки полегшеному доступу до освіти, можливості стажування під час навчання). Застосовуючи розподіл за національністю, можна побачити, що твердження про молодих людей на ринку праці схожі.

Наступне питання в анкеті було питанням відбору і дозволило розділити респондентів на дві групи – працюючих і безробітних. На першу групу припадає 69,2% у відсотковому співвідношенні, тож можна зробити висновок, що респонденти мають справу з ринком праці та певним чином знайомі з його реаліями. Для працюючих респондентів було підготовлено додаткове запитання: «Чи працюєте Ви за професією, пов'язаною з Вашою освітою?». Лише 29,3% респондентів вказали, що працюють за фахом (більшість людей з цієї підгрупи були вихідцями з України). Причиною цього може бути той факт, що більшість респондентів були студентами, які найчастіше підзаробляють у галузях, не пов'язаних з їхньою сферою навчання (наприклад, гастрономія).

Серед обійманих посад найчастіше вказувалась посада звичайного працівника (понад 65%) (рис. 2.11.).

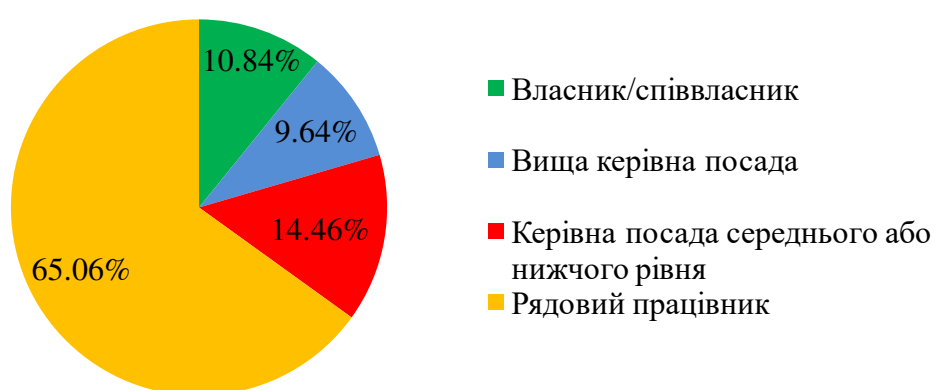


Рис. 2.11. Посади, які обіймають респонденти на підприємствах

Примітка. Складено автором на основі власного дослідження

Безумовно, керівних посад на ринку праці серед молоді менше, ніж інших. Отриманий розподіл також може бути безпосередньо пов'язаний з віком респондентів та їхньою професійною зайнятістю.

Найбільш часто вказуваною відповіддю (понад 80%) були студенти віком від 18 до 24 років. Як було зазначено раніше, більшість студентів працюють не за фахом, і для більшості з них робота під час навчання є радше способом підробітку, а не можливістю розвивати свій професійний шлях. Варто зазначити, що найбільше людей, які на момент дослідження були власниками та співвласниками компаній, були українцями за національністю (78%).

Наступне питання стосувалося сфери діяльності, в якій респонденти хотіли б створити свій бізнес. Найпопулярнішими категоріями у сфері ведення власного бізнесу виявилися категорії «діяльність, пов'язана з культурою, розвагами та відпочинком», «гастрономія» та «маркетинг» (рис.2.12.).

Категорія, яка найчастіше вказується (діяльність, пов'язана з культурою, розвагами та відпочинком), могла отримати таку високу популярність завдяки зростаючому інтересу людей до інноваційних місць, таких як музеї воскових фігур, музеї сучасного мистецтва або квест-кімнати.

Бажання створити підприємство в цих галузях може бути, серед іншого, спричинені модою на окремі галузі навчання (маркетинг). Що стосується гастрономії, то цей пункт популярний через те, що існує багато можливостей і способів відкрити цей вид бізнесу і вести підприємство. Гастрономічний заклад може відрізнятись за типом кухні, сезонністю, тематикою тощо.

Найпопулярнішими галузями серед поляків виявилися «діяльність, пов'язана з культурою, розвагами та відпочинком» і «гастрономія» (кожна відповідь по 37%). Серед представників української національності найбільше відзначено «діяльність, пов'язану з культурою, розвагами та відпочинком» (45%).

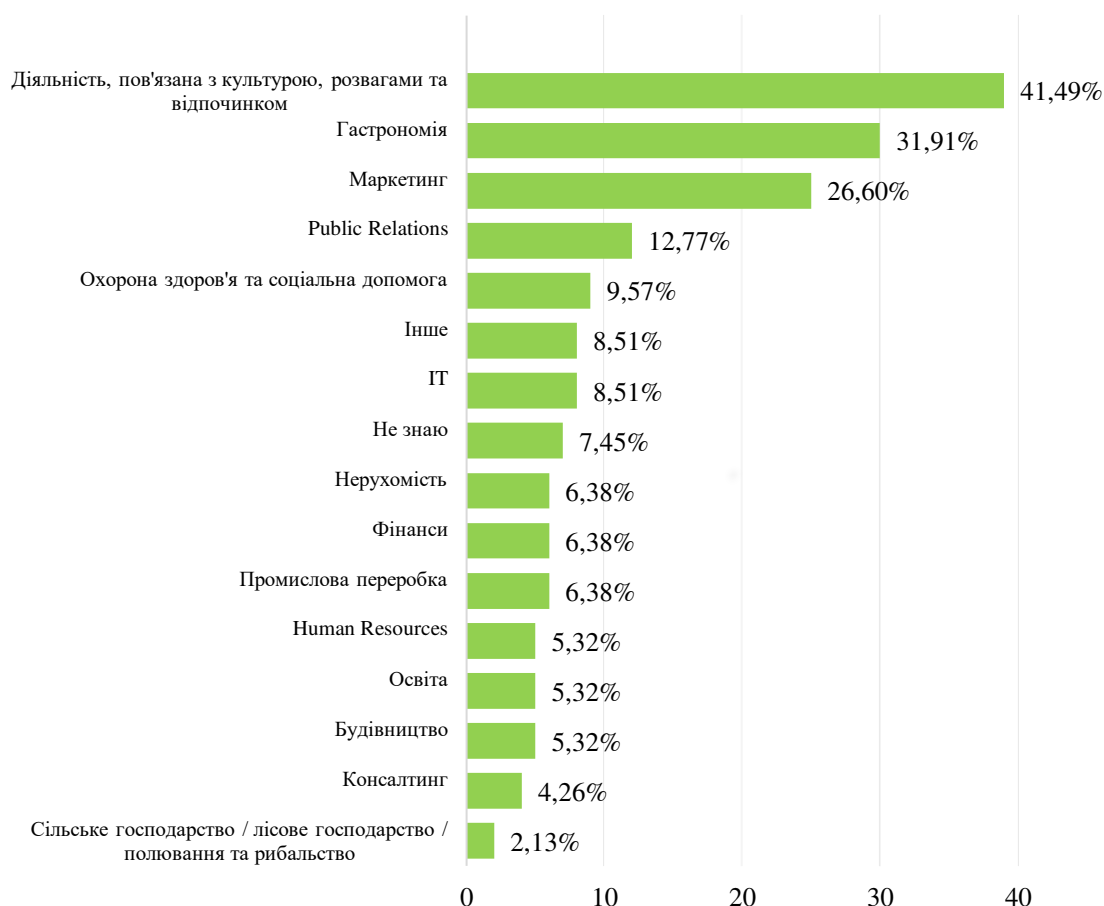


Рис. 2.12. Галузі, в яких респонденти хотіли б відкрити власну справу (можна було вказати більше однієї відповіді)

Примітка. Складено автором на основі власного дослідження

Особливо високо респонденти оцінили такі відповіді, як: здійснення мрій, фінансова незалежність та реалізація ідей (кожна відповідь більше 50%). Це означає, що у половини респондентів вже є ідея вести бізнес і, що цікаво, фінансова незалежність переважає можливість більшого заробітку. Це свідчить про готовність жити за власними правилами, що є важливішим чинником, ніж багатство, особливо для покоління, яке тільки вийде на ринок праці. Для поляків найважливішою причиною є здійснення мрій, а для українців важливіше втілення задумів. Наступне запитання стосувалося причин бажання відкрити власну справу (рис.2.13.).

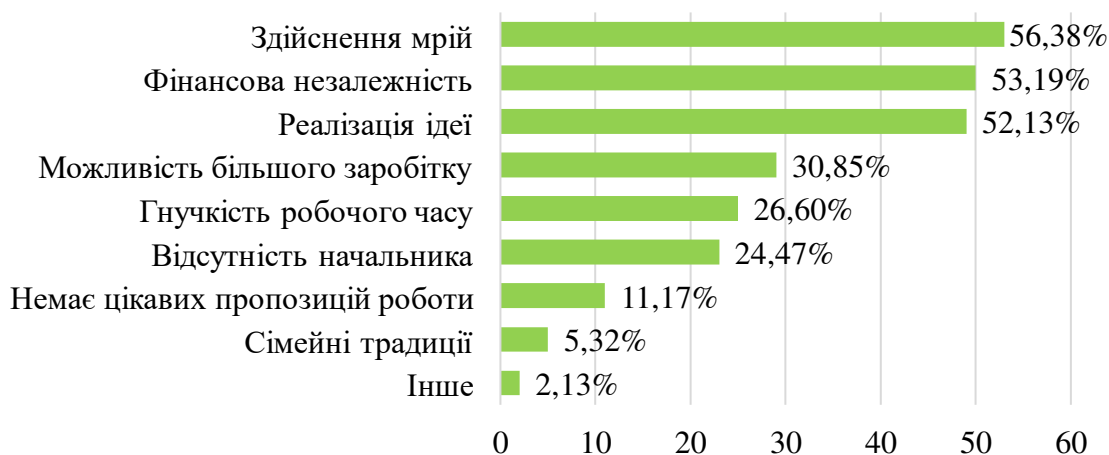


Рис. 2.12. Основні причини, чому респонденти хочуть відкрити власну справу (можна було вказати більше однієї відповіді)

Примітка. Складено автором на основі власного дослідження

Значна частина респондентів (майже 50%) хотіли б відкрити власну справу за професією, суміжною з освітою (рис.2.13). Це може свідчити про те, що молоді люди дедалі серйозніше підходять до вибору спеціальності та освітнього шляху, бажаючи використати отримані знання у своїй майбутній бізнес-діяльності. Щодо національності, то відповіді поляків та українців, більшість з яких планує створити підприємство за професією, пов'язаною з їх освітою, схожі.

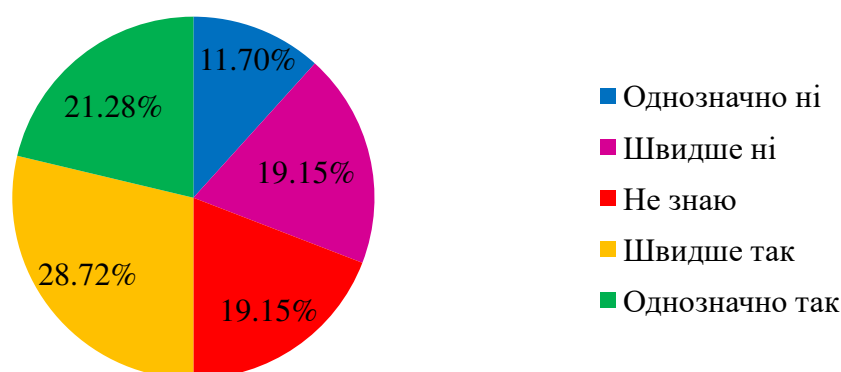


Рис. 2.12. Готовність розпочати власну справу за професією, пов'язаною з власною освітою, на думку респондентів

Примітка. Складено автором на основі власного дослідження

Більше половини респондентів хочуть відкрити власний бізнес у своїй країні (рис. 2.13.).

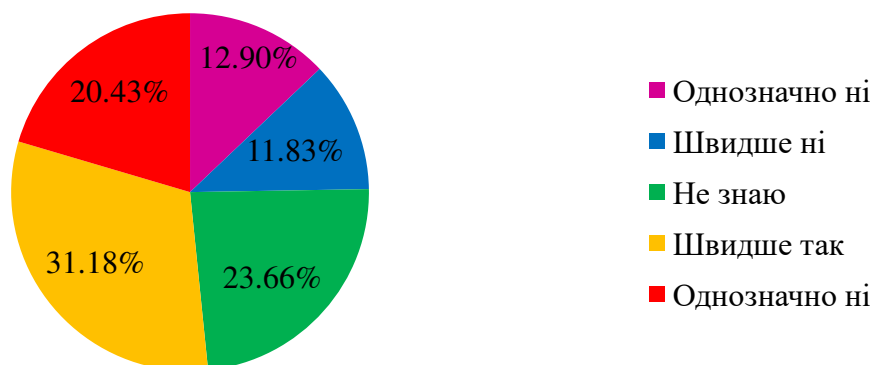


Рис. 2.13. Готовність розпочати власну справу на батьківщині, на думку респондентів

Примітка. Складено автором на основі власного дослідження

На такий стан речей можуть впливати багато факторів, в тому числі прив'язаність до батьківщини, а також знання мови, традицій і менталітету населення країни, що може виявитися ключовим у можливому успіху подальшої підприємницької діяльності. Відповіді поляків та українців у відсотковому співвідношенні дуже схожі, більшість хоче створити компанію у своїй країні. Наступний блок питань стосувався людей, які вже ведуть власну справу. Варто зазначити, що відсоток даної підгрупи становив лише 5% порівняно з усією дослідницькою групою. Більшість респондентів-підприємців ведуть бізнес у співпраці з іншою особою або особами (рис. 2.14.).

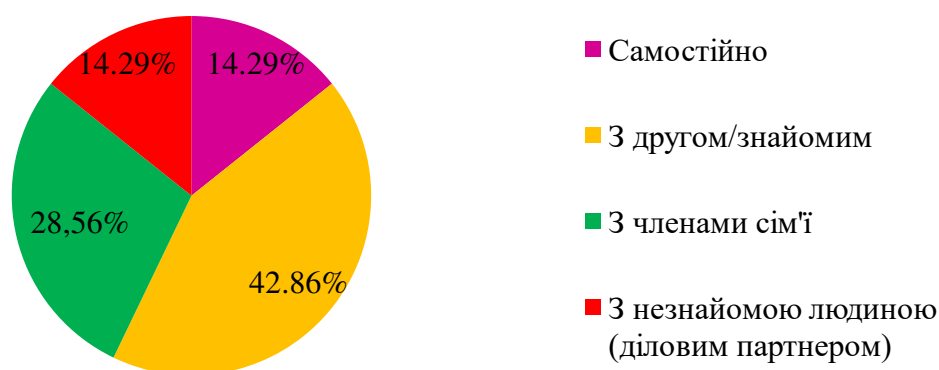


Рис. 2.13. Планований спосіб ведення бізнесу серед респондентів-підприємців

Примітка. Складено автором на основі власного дослідження

Більшістю підприємств, на яких працюють молоді люди, керують також друзі чи родина. Це, ймовірно, результат взаємної довіри, що дуже важливо в бізнесі. Щодо розміру здійснюваної діяльності, то 85% респондентів зазначили, що ведуть мікропідприємства. Це пов'язано із загальною тенденцією розміру підприємств, на ринку домінують саме цей тип підприємств (їх частка становить близько 99% від усіх підприємств). Більше того, це може бути пов'язано з тим, що це компанії, які створені порівняно недавно і знаходяться лише на стадії розвитку. Усі респонденти заснували бізнес у своїй країні. Більшість респондентів (71%) молодих підприємців приїхали з України, а по 14% – з Польщі.

Аналізуючи галузі, в яких респонденти ведуть власний бізнес, можна помітити, що кожен респондент зосередився на різній сфері. Дана підгрупа респондентів веде свій бізнес у таких галузях, як: маркетинг, кадри, культура та розваги, охорона здоров'я та соціальна допомога, фінанси та страхування, а також у косметичній та фотоіндустрії. Цікаво, що сфера діяльності в основному пов'язана з освітою даних підприємців (70% заявили, що працюють за фахом).

Респонденти-підприємці відкривали власний бізнес переважно з трьох причин: вони хотіли реалізувати свою ідею, досягти фінансової незалежності та забезпечити гнучкість робочого часу (кожна відповідь по 57%). Відповіді даної підгрупи узгоджуються з відповідями людей, які хочуть бути підприємцями. Варто підкреслити, що для респондентів-підприємців гнучкість роботи є більш пріоритетною, ніж здійснення мрій.

Щоб порівняти бачення та реальний стан ведення бізнесу, кожному групу попросили оцінити перешкоди для відкриття бізнесу за шкалою від 1 до 5. Отримані результати наведено на рисунку 2.14..

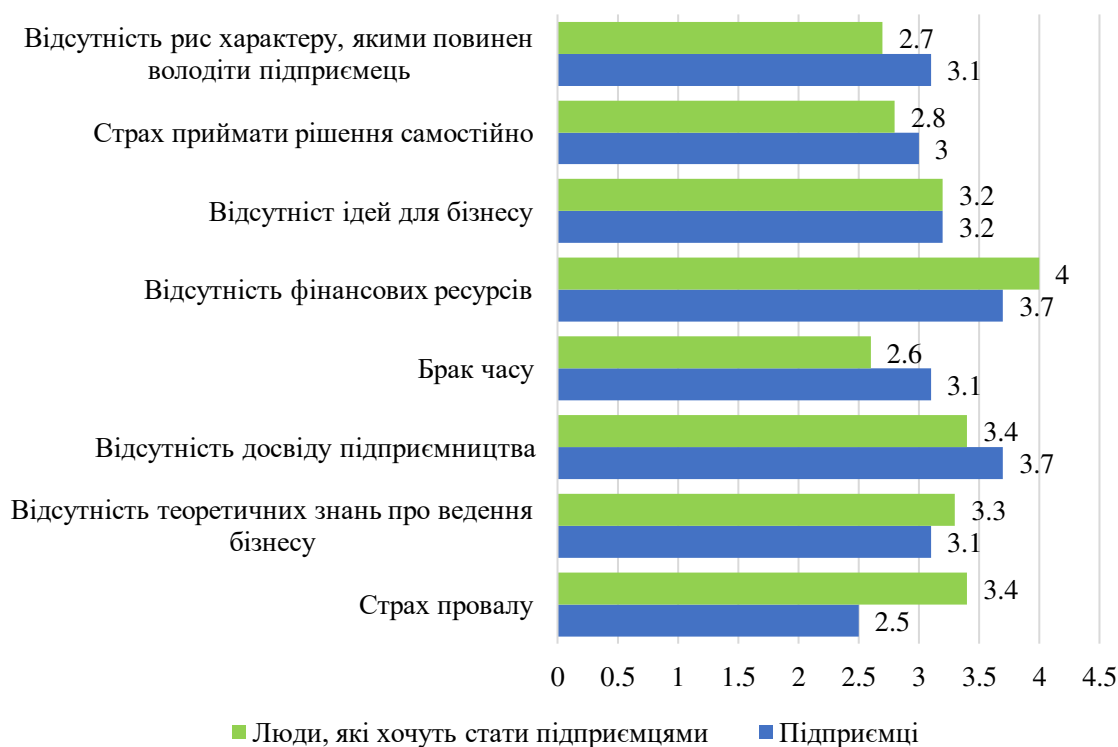


Рис. 2.14. Середня оцінка перешкод для відкриття власної справи респондентами, які є підприємцями та тими, хто зацікавлені в цьому

Примітка. Складено автором на основі власного дослідження

Бачення молодими людьми основних перешкод для відкриття бізнесу схоже з реальними даними. Варто згадати два пункти, де спостерігаються найбільші відмінності: «страх невдачі» переоцінюється майже на один пункт на думку людей, які не займаються бізнесом. Причина такої різниці може полягати в тому, що ті, хто вже відкрив власний бізнес, мали план своєї ідеї, який би додав їм впевненості, і порівняно з іншими перешкодами, з якими вони вже стикалися пізніше, цей не здавався таким серйозним.

З іншого боку, пункт «відсутність рис характеру, якими повинен володіти підприємець» недооцінюють люди, які не займаються бізнесом. Молоді люди не бояться ризиків, пов'язаних із започаткуванням власної справи, і швидкість навчання дозволяє отримати необхідні знання та досвід, але часто реальність виявляється складнішою за початкові уявлення про неї. У результаті нинішні підприємці більш критично ставляться до власних можливостей.

Найбільшою перешкодою, на думку обох підгруп респондентів, є «нестача фінансових ресурсів». Молоді люди часто не мають необхідних фінансових ресурсів для відкриття бізнесу, на відміну від часу, який зазвичай мають більше (оскільки вони ще не створили сім'ю).

Проведемо аналіз отриманих результатів за правилом Парето.

Згідно загальноприйнятих методичних підходів рекомендований розподіл за правилом Парето: група А – чинники, сума кумулятивних часток яких складає перші 20%; група В – від 20% до 80% від загальної суми параметрів; група С – від 80% до 100% [29].

У результаті проведеного дослідження за допомогою опитування респондентів, які є підприємцями та тими, хто зацікавлені в цьому, запропоновано такий розподіл для діагностики чинників та перешкод для відкриття власної справи: група А – до 20%, група В – від 21% до 70% та група С – від 71% до 100%. Результати аналізу представлено в табл. 2.3. та 2.4.

Таким чином, близько 30% від загальної кількості відповідей щодо чинників та загроз в початку власної справи з погляду респондентів, які є підприємцями, стосуються відсутності фінансових ресурсів та відсутності досвіду підприємництва.

Таблиця 2.3

Групування чинників та загроз для відкриття власної справи з погляду молодих підприємців

Чинник	Середня оцінка	Часка у %	Кумулятивна частка, %	АВС-група
Страх провалу	2,5	9,84	9,84	А
Страх приймати рішення самостійно	3	11,81	21,65	Б
Відсутність теоретичних знань про ведення бізнесу	3,1	12,20	33,85	Б
Брак часу	3,1	12,20	46,06	Б

Відсутність рис характеру, якими повинен володіти підприємець	3,1	12,20	58,26	Б
Відсутність ідей для бізнесу	3,2	12,59	70,86	Б
Відсутність досвіду підприємництва	3,7	14,566	85,43	С
Відсутність фінансових ресурсів	3,7	14,56	100	С
Максимальна оцінка	5	100		

Примітка. Складено автором на основі власного дослідження

Середній ступінь впливу визначено відсутністю теоретичних знань про ведення бізнесу, браку часу, відсутністю ідей для бізнесу та відсутністю рис характеру, якими повинен володіти підприємець. Страх провалу має незначний вплив.

Отже, близько 28% від загальної кількості відповідей щодо чинників та загроз в початку власної справи з погляду респондентів, які є підприємцями, стосуються відсутності фінансових ресурсів та відсутності досвіду підприємництва.

Таблиця 2.4

Групування чинників та загроз для відкриття власної справи з погляду молодих людей, що планують стати підприємцями

Чинник	Середня оцінка	Частка у %	Кумулятивна частка, %	АВС-група
Брак часу	2,6	10,23	10,23	А
Відсутність рис характеру, якими повинен володіти підприємець	2,7	10,62	20,86	А
Страх приймати рішення самостійно	2,8	11,02	31,88	Б

Відсутність ідей для бізнесу	3,2	12,59	44,48	Б
Відсутність теоретичних знань про ведення бізнесу	3,3	12,99	57,48	Б
Страх провалу	3,4	13,38	70,86	Б
Відсутність досвіду підприємництва	3,4	13,38	84,25	С
Відсутність фінансових ресурсів	4	15,74	100	С
Максимальна оцінка	5	100		

Примітка. Складено автором на основі власного дослідження

Середній ступінь впливу визначено відсутністю теоретичних знань про ведення бізнесу, браку часу, відсутністю ідей для бізнесу та відсутністю рис характеру, якими повинен володіти підприємець. Страх провалу має незначний вплив.

Можемо зробити висновок, що групування загроз за моделлю Парето показує, що молодих підприємців та тих, хто лише планує відкрити своє підприємство, показало, що обидві групи респондентів переживають за однакові групи проблем.

Висновки до розділу 2

Завдяки використанню широкого, цілісного погляду на обговорювані проблеми та залученню до дослідження двох різних національних груп було досягнуто всіх поставлених цілей дослідження. Звертаючись до гіпотез, варто підкреслити, що на основі власних досліджень було виявлено, що найважливішими причинами, які відштовхують молодь від початку підприємницької діяльності, є такі відповіді: «відсутність фінансових ресурсів»,

«відсутність досвіду підприємництва». Завдяки цьому можна зробити висновок, що гіпотеза «найважливішим фактором, що відштовхує молодих людей від започаткування підприємницької діяльності, є висока ймовірність провалу підприємства» не підтвердилася.

З іншого боку, щодо причин, чому молоді люди в першу чергу хочуть розпочати бізнес, аналіз результатів власних досліджень показує, що основними детермінантами відкриття власної справи є «реалізація мрії, реалізація ідеї» та «фінансова незалежність». Такий фактор як «не потрібно підкорятися начальству» - один з найменш важливих факторів, за якими молоді люди вирішують розпочати власну справу. Тому другу висунуту автором гіпотезу також необхідно відкинути.

За даними дослідження, майже 50% респондентів хочуть працювати за власною професією. Серед опитаної молоді найпопулярнішими галузями для відкриття власної справи виявилися:

- діяльність, пов'язана з культурою, розвагами та відпочинком,
- гастрономія,
- маркетинг.

Основні переваги молоді – креативність у роботі, тому для підприємців молодий працівник – це інвестиція в майбутнє компанії. Варто підкреслити, що основним недоліком молоді є відсутність професійної практики та досвіду на ринку праці.

Завдяки проведеному дослідженню, в якому брала участь переважно молодь, можна зробити висновок, що 95% з них вважають, що варто починати підприємницьку діяльність у віці 18-35 років. Саме в цей період молоді люди інноваційно підходять до ведення бізнесу та здатні реалізувати нові ідеї. 72% респондентів хочуть у майбутньому стати підприємцями. На думку людей, які вже ведуть бізнес, та респондентів, які мають намір стати підприємцями, найголовнішою перешкодою у започаткуванні власної справи була нестача фінансових ресурсів.

РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ АКТИВІЗАЦІЇ ДЕТЕРМІНАНТ ЗДІЙСНЕННЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ МОЛОДИМИ ЛЮДЬМИ

3.1. Моніторинг джерел отримання молодими людьми коштів для відкриття власної справи

Самостійно зібрати кошти на реалізацію власної ідеї не завжди вдається. Особливо це проблема для молодих людей, які мають лише ідею та амбіції, але вже не мають коштів для їх реалізації.

Розглядаючи способи пошуку фінансових ресурсів для відкриття власної справи, можна виділити наступні варіанти:

- пошук інвесторів;
- веб-сайти краудфандингу;
- конкурси для стартапів;
- кошти Європейського Союзу та Фонду праці;
- гранти;
- допомога від університетів;
- сімейний бізнес або інвестори в сім'ї;
- банківський кредит;
- власні заощадження.

У випадку стартапів із будівельної та ІТ-індустрії існують так звані венчурні інвестори (інвестори, які надають пайове фінансування з високим потенціалом розвитку) та інвестори-ангели (приватні інвестори, які фінансують проект на ранніх стадіях його розвитку).

Молодий потенційний підприємець також може скористатися перевагами краудфандингових сайтів. Краудфандинг – це форма фінансування різноманітних проектів громадою. Це співпраця людей, які об'єднують свої гроші чи інші ресурси. Тоді проект фінансується за рахунок великої кількості невеликих одноразових платежів, які здійснюють зацікавлені в проекті особи. Зазвичай це робиться через Інтернет. Існують різноманітні краудфандингові сайти, такі як Kickstarter, OnSetStart, HyperFunding, FundaGreek, Indiegogo тощо.

У випадку з конкурсами для стартапів варто згадати European Tech and Start-up Days. Головна ідея цього заходу – зібрати творців інноваційних ідей та рішень в одному місці протягом кількох днів. В рамках цього заходу проводиться конкурс Start-Up Challenge. Це можливість презентувати свій продукт чи бізнес-ідею інвесторам та отримати фінансову підтримку [18].

Інша можливість це Startup Contest – це змагання, яке відбувається під час технологічної конференції Infoshare у Гданську. Змагання тривають два дні, головною ідеєю є встановлення нових контактів та обмін досвідом, а також боротьба за грошову винагороду від 3000 до 20 000 злотих [50].

Метою політики, яку проводять країни ЄС, є заохочення молоді до відкриття власної справи. Це робиться різними видами заходів, а саме:

- кошти Європейського Союзу;
- кошти Фонду праці.

Європейські фонди для відкриття власного бізнесу поділяються на чотири групи: для молоді до 30 років, для людей старше 30, для людей з інноваційною ідеєю та кредити для стартапів.

Скористатися субсидією для молоді до 30 років можуть особи до 30 років, які не навчаються та не працюють. Крім фінансових ресурсів, учасник цієї програми може розраховувати на допомогу кар'єрного радника в пошуку роботи, навчання, а також стажування. Якщо людина, яка бере участь у програмі, не має уявлення про ведення власного бізнесу, вона може долучитися до іноземного проекту, в результаті чого отримає певні навички та пройде професійне стажування. Якщо учасник має ідею, він може розраховувати на гроші для відкриття власної справи у розмірі близько 4000 євро. Якщо проект реалізований і компанія створена та буде працювати протягом певного періоду, який залежить від різних факторів, і заявник дотримується всіх правил, він не зобов'язаний відшкодувати отриману підтримку.

Програмою для людей старше 30 років на аналогічних умовах, як описано вище, можуть скористатися люди старше 30 років, але вони повинні повернути кредит, який вони отримали на відкриття бізнесу. Це не стосується людей, які

перебувають у складній професійній ситуації (відсутність освіти, тривалі періоди безробіття, інвалідність).

Окрім субсидій, фонди Європейського Союзу також пропонують поворотні кредити для стартапів, які набагато легше отримати, ніж у банку. Також представники Фондів ЄС можуть допомогти в отриманні кредиту в банку, надавши гарантію.

Одним із найменш ризикованих способів отримання коштів є пошук інвесторів у вашій родині, особливо якщо сім'я вже має бізнес і хоче його розширити (наприклад, якщо сім'я веде бізнес в індустрії гостинності, і один із членів сім'ї має вищу освіту та хоче приєднатися до індустрії). Ви також можете почати бізнес з кимось із членів вашої родини або з близьким другом. Тоді й кошти для відкриття власної справи отримати легше, оскільки вони розподілені на певну кількість людей, які спільно інвестують у майбутню діяльність. Звичайно, найпростіше використовувати власну фінансову базу, якщо тільки вона є у людини, яка бажає займатися бізнесом.

Банківський кредит – ще одне рішення, коли мова йде про отримання коштів для відкриття власного бізнесу. Для того, щоб банк надав кредит на ведення власного бізнесу, необхідно скласти та представити бізнес-план майбутнього бізнесу. Якщо фінансова установа вирішує, що план має вимірювані шанси на реалізацію, тоді банк надає позику, звісно, з певною процентною ставкою, яка часто залежить від ступеня ризику розпочатої діяльності.

Однією з нових можливостей для молодих підприємців став проект «Робота», який був запущений урядом України в липні 2022 року. Його метою є створення більшої кількості робочих місць та працевлаштування людей, які стали безробітними після початку війни. В його рамках діють системи грантового фінансування «грант на власну справу», «грант на сад», «грант на теплицю» та «грант на підприємство по переробці». Розмір фінансування коливається від 250 000 до 10 000 000 гривень. Подати заявку можна онлайн в порталі «Дія».

Податись на грант мають змогу громадяни України, які мають статус ФОП або юридичних осіб. Вірогідність отримання гранту є більшою, якщо бажаючі не є боржниками перед державою, не перебувають під дією санкцій, не ведуть діяльність у Російській Федерації та на окупованих територіях, а також не є банкрутами. Ще однією важливою умовою отримання гранту те, що заявники не можуть або вести інший бізнес або працювати за наймом в іншу підприємстві. Ця умова існує для того, що якщо людина претендує на фінансову допомогу, то йому чи їй потрібно зосередитися на власній справі на яку отримано грант. Якщо заявник не є ФОП, але планує відкриття власного підприємництва, то є можливість подання на мікрогрант. Після схвалення гранту у заявника буде 15 робочих днів на реєстрацію ФОП [11].

Система грантового фінансування є дуже вигідною та практичною для молодих підприємців, адже при виконанні всіх умов, зазначені грантодавцем, то повернення коштів не потребується. Також це чудова можливість для молодих людей отримати кошти для ідеї на базі власних напрацювань та успішності ідеї, а не кредитній історії чи наявності трудової книжки.

3.2 Формування середовища підтримки молодіжного підприємництва

Цілісний і цілеспрямований підхід до розвитку сприятливої екосистеми соціального підприємництва необхідний для оптимальної підтримки молоді та використання її потенціалу. Хоча широко визнається, що молоді підприємці можуть відігравати важливу роль у сприянні економічному та соціальному розвитку та інтеграції, існуючі екосистеми рідко використовують цей потенціал у повній мірі. За наявності таких сприятливих та адаптованих екосистем можна буде реалізувати весь потенціал молодіжного підприємництва — як з точки зору розвитку молоді, так і з точки зору покращення економічного становища.

Розвиток сприятливих екосистем, які повністю підтримують молодих підприємців, має здійснюватися в тісній співпраці з молоддю. З молодими людьми необхідно проводити консультації щодо політики та програмування, а

також щодо оцінки заходів, які впроваджуються для підтримки їхніх починань. При побудові екосистеми підтримки молодіжного підприємництва універсальний підхід не є ефективним. Специфічний ландшафт розвитку та соціально-економічний контекст суттєво впливатимуть на загальну стратегію та елементи цього середовища. Однак усі ефективні екосистеми базуються на твердих зобов'язаннях і стратегічних зв'язках між безліччю учасників у численних секторах економіки та суспільства і мають бути створені таким чином, щоб забезпечити взаємодоповнення та взаємне підсилення між різними сферами.

Загальне бізнес-середовище, яке включає процеси, адаптовані до молодих підприємців, сприятиме створенню робочих місць, соціальному прогресу та розвитку молоді. Для розвитку бізнес-середовища, в якому потреби молодих підприємців визнаються та враховуються, необхідні наступні кроки:

- визначення молодіжного підприємництва, ключовим елементом усіх відповідних стратегій, політики та нормативно-правової бази. Чіткі положення щодо підтримки молодих підприємців можуть бути інтегровані в національні стратегії розвитку та національну політику щодо бізнесу та фінансів, зайнятості, соціального захисту, розвитку молоді, освіти, розвитку сільського господарства, інфраструктури, торгівлі, інновацій, ІКТ. Політика має ґрунтуватися на доказах, наскільки це можливо;

- забезпечення розвитку синергії між усіма відповідними стратегіями, політиками, нормативними актами та втручаннями, щоб бізнессередовище та екосистема підприємництва характеризувались комплексною та цілісною підтримкою молодих підприємців;

- перегляд всіх відповідних нормативних рамок та вимог та, де можливо, включення нових положень або зміна існуючих для підтримки та сприяння молодіжному підприємству. Скасування або зменшення обов'язкових мінімальних вимог до стартового капіталу та спрощення процедур реєстрації бізнесу (включаючи зменшення або скасування реєстраційних зборів для молодих підприємців) є заходами, які можуть бути вжиті в цьому контексті;

- залучення молоді до розробки, перегляду та оцінки відповідних стратегій, політики та нормативно-правової бази;

- регулярна оцінка всіх відповідних політик, нормативних рамок та вимог через призму молодіжного підприємництва задля виявлення можливих процесів, які можуть зашкодити розвитку підприємств, заснованих молодими людьми;

- розробка інформаційних матеріалів, що стосуються регуляторного середовища для бізнесу та будь-яких вимог, адаптованих до потреб молодих підприємців. Ці матеріали повинні чітко пояснювати процеси, процедури, часові рамки та витрати.

- розгляд можливості активізації ресурсів, призначених для молоді, таких як персонал, бюро обслуговування або заходи з підвищення обізнаності, щоб надати цільову підтримку молодим людям, які прагнуть зареєструвати свої підприємства або керуватися різними адміністративними процесами.

- впровадження стимулів для молодих соціальних підприємців, такі як податкові пільги, більш тривалі пільгові періоди для сплати зборів або погашення кредиту, квоти для молодіжних підприємств на доступ до національних ринків або спеціальні процедури для підтримки переходу молодіжних соціальних підприємств з неформального сектора до формального;

- створення робочої групи, яка регулярно переглядатиме та оцінюватиме бізнес-середовище та його конкретний вплив на молодіжне підприємництво та надаватиме рекомендації щодо покращення. Ця цільова група має складатися з представників уряду, приватного сектору, економічного та фінансового секторів, академічної сфери, сектору ІКТ, інноваційних центрів, молодіжних організацій, громадських організацій та кооперативів — і, звичайно, молодих підприємців з різних професій.

Підхід до навчання на основі досвіду є важливим для підприємницької освіти, оскільки це полегшує набуття навичок і компетенцій, які є цінними, навіть якщо молодь не стане підприємцем. Необхідно вжити наступних заходів, щоб переконатися, що молоді майбутні соціальні підприємці та молоді

соціальні підприємці отримають освіту, навички та компетенцію, необхідні для розвитку в сучасну епоху та сприяння розвитку своїх громад і суспільства:

- включити всі аспекти сталого розвитку в шкільні програми, починаючи з початкового рівня;

- включити освіту та підготовку комерційного підприємництва та соціального підприємництва в шкільні програми. Важливим аспектом є початок викладання навичок та розвиток компетенції, пов'язаних з підприємництвом, на шкільному рівні освіти, а тому необхідно забезпечити більш широку підготовку на рівні середньої освіти, а також комплексне стажування в приватному секторі та громадських організаціях;

- навчальна програма з підприємництва повинна бути захоплюючою та повинна реалізовуватися кваліфікованими вчителями та підприємцями з досвідом молодіжного підприємництва. Необхідно регулярно проводити відповідне навчання для вчителів і сприяти партнерству з приватним сектором і громадськими організаціями, щоб залучити підприємців і практиків до навчального процесу;

- розглянути можливість залучення відомих молодих підприємців до розробки навчальної програми, щоб мова та зміст відповідали інтересам молодих людей;

- реформація системи освіти, особливо технічної та професійно-технічної освіти для забезпечення узгодження розвитку навичок з потребами ринку, особливо в секторах, які мають найбільше можливостей для зростання.

Важливою складовою сприятливого середовища для молодих підприємців є також отримання фінансування. Ця складова є проблемою практично для всіх підприємців, але особливо для молодих людей, які займаються підприємництвом. Постачальники фінансових послуг зазвичай вважають молодь групою високого ризику, оскільки переважна більшість не має кредитної історії та трудової книжки. Наступні дії можуть значно покращити доступ молодих соціальних підприємців до фінансових послуг і продуктів:

-реформування фінансової екосистеми таким чином, щоб вона була повністю інклюзивною, справедливою та здатною задовольняти потреби всіх типів молодих підприємців;

- використання цілісного підходу, який поєднує навчання та підтримку (наприклад, консультаційні послуги) з надання фінансових послуг;

- включення освіти з фінансової грамотності в навчальні програми початкової та середньої школи та складніших курсів з фінансової грамотності в освітні та навчальні програми з підприємництва. Молоді підприємці з обмеженою фінансовою грамотністю часто не можуть повною мірою використовувати фінансові можливості, отримати доступ до широкого спектру фінансових послуг і продуктів і приймати рішення, які підвищують шанси на успіх їхнього підприємства з фінансової точки зору;

- підтримка зусиль молодих людей почати кредитну історію, шляхом пропозицій стимулів для заощаджень. Створення фінансової історії на ранніх стадіях допоможе молодим людям розвинути кредитоспроможність і довіру до постачальників фінансових послуг, що може покращити їхні шанси отримати доступ до фінансових послуг пізніше. Фінансовим установам може знадобитися знизити мінімальний вік для відкриття рахунку або дозволити батькам легко відкривати ощадний рахунок на ім'я своєї дитини, щоб молоді люди мали можливість самостійно керувати своїми фінансами;

- підвищення обізнаності постачальників фінансових послуг щодо необхідності створення фінансових продуктів та послуг, адаптованих до потреб молодих підприємців;

- розроблення механізмів оцінки фінансових продуктів і послуг, адаптованих до молодих підприємців. Системи оцінки можуть попереджати молодь про можливі ризики, наприклад, виявляючи «лихварів», націлених на молодих підприємців, і своєчасно надаючи цю інформацію мережам молодіжних підприємств;

- забезпечення молодих підприємців доступом до неупередженої та точної інформації про орієнтовані на молодь фінансові послуги та продукти, доступні від постачальників фінансових послуг;

- активізація заходів, які розширюють доступ молоді до фінансових продуктів, таких як державні гарантії для позик від постачальників фінансових послуг і беззаставні позики для попередньо схвалених клієнтів;

- впровадження інновацій для диверсифікації та розширення асортименту фінансових продуктів і послуг, доступних для молодих підприємців. Залучення інвесторів венчурного капіталу та впливових інвесторів, розширення доступу до платформ краудфандингу, використання міжнародної системи грошових переказів і створення механізмів, які сприяють одноранговому кредитуванню та інвестуванню, представляють деякі з можливостей.

Якщо молодіжне підприємництво хоче повністю реалізувати свій потенціал і зробити оптимальний внесок у покращення економічної ситуації як на національному, так і на міжнародному рівнях, то воно має бути інтегроване в національні стратегії та політику розвитку. Для того, щоб ці національні стратегії та політика були згуртованими та взаємопідсилюваними, вони повинні розроблятися спільно різними групами зацікавлених сторін, до яких входить сама молодь. Щоб змінити сприйняття молодіжного підприємництва, можна зробити наступні кроки:

- сприяння підприємницьким навичкам, таким як розв'язання проблем, навчання на невдачах, критичне мислення та співпраця, як надзвичайно важливим для успіху в двадцять першому столітті — незалежно від вибору професії. Потрібно також переконатися, що зусилля з підвищення кваліфікації залежать від статі, здібностей, місця проживання та інших відповідних факторів;

- започаткування інформаційних кампаній та діалогів щодо ключової ролі молодіжного підприємництва в соціальному та економічному розвитку. Потрібно активно поширювати інформацією про системи підтримки, доступні для молоді;

- забезпечення належної інтеграції соціального підприємництва в ярмарки вакансій та інші заходи, орієнтовані на молодь, яка перебуває в процесі вибору професії. До таких подій можуть бути залучені успішні молоді підприємці;

- підтримка конкурсів та нагород для молодих підприємців, зосереджуючись на їхньому впливі на громаду, а не на самих підприємців. Важливо підкреслювати та відзначати те, чого реально можна досягти в різних контекстах, як спосіб визнання внутрішньої цінності.

Політика зайнятості молоді та інвестиції регулярно не створюють достатньої кількості гідних робочих місць для молоді. Молоді люди, які мають труднощі з працевлаштуванням, можуть зрештою відмовитися від пошуку роботи або зайнятися сезонною або шкідливою роботою в неформальному секторі. Молоді люди, які вирішують зайнятися підприємництвом, часто стикаються з перешкодами, які заважають їм досягти стабільних засобів до існування, навіть якщо вони намагаються зробити внесок у розвиток своїх громад. Якщо не буде вжито заходів для усунення перешкод для молодіжного підприємництва, ані молоді люди, ані країни, в яких вони проживають та планують починати власну справу, не зможуть повністю реалізувати свій потенціал.

Для молодих підприємців необхідне сприятливе середовище. Сприятлива екосистема для молодіжного підприємництва сприяє інноваціям, сприяє соціальній інтеграції, забезпечує надійну основу для боротьби з безробіттям і неповною зайнятістю серед молоді та сприяє сталому розвитку. Вкрай важливо, щоб екосистеми підприємництва розвивалися з використанням підходу, заснованого на фактичних даних, який мобілізує численні зацікавлені сторони, включно з молодими людьми, і створює синергію між усіма елементами екосистеми.

Висновки до розділу 3

Не можна недооцінювати ставлення молоді до підприємництва. Ініціативи підтримки мають виділяти час для виховання підприємницького мислення. Це ключовий фактор успіху молодіжного бізнесу.

Якісні заходи для підтримки молодих підприємців потрібні як ніколи. Існує багато ініціатив, спрямованих на сприяння молодіжному підприємству як вирішенню завдань глобального соціально-економічного розвитку, але все ще існує розбіжність у доказах щодо того, що найкраще працює для підтримки молодих підприємців у різних контекстах.

Одним із основних завдань суб'єкта економіки є пошук різноманітних нових та інноваційних комбінацій економічних факторів. Найбільше інноваційних ідей створюється на малих підприємствах, які тільки розпочинають свою діяльність, саме вони вводять на ринок найбільше інновацій. Будь-яка бізнес-організація має своє бачення та місію. Підприємництво є частиною ділового життя, що сприяє успішній організації бізнесу. Люди, які активно займаються бізнесом, несуть найбільшу відповідальність за досягнення своїх цілей. Але люди мають різне походження та освіту, що піднімає питання підприємницьких навичок і стає частиною підприємницького процесу. Крім того, розвиток економіки та технологій створює різноманітність підприємництва, водночас підвищуючи його конкурентоспроможність. З цієї точки зору інновації стають звичними. Але виклики підприємництва стають завданнями.

ВИСНОВКИ

Молоді люди відповідають усім умовам, щоб успішно вести власний бізнес. Ця група суспільства стає все більш помітною на ринку праці, оскільки її представники все частіше впроваджують нові, креативні та інноваційні ідеї. Тому не дивно, що держава, використовуючи різноманітні програми, політики та субсидії, прагне активізувати якомога більше представників цієї вікової категорії.

В наш час інвестувати в молоде покоління вкрай важливо. Глобалізація, інновації, навколишнє середовище, що швидко змінюється, всі ці фактори впливають на стан економіки. Для забезпечення його зростання потрібні люди, здатні адаптуватися до змін. Креативність, нестандартний підхід до проблем, інноваційні ідеї, швидкість навчання та готовність до ризику – ті переваги молодих людей, які можуть сприяти успіху починання. З іншого боку, відсутність досвіду, професійної практики, нетерплячість і схильність до прийняття неправильних рішень є основними недоліками молодого покоління, яке тільки виходить на ринок праці, але сильна прихильність до соціального життя молоді може прискорити процес навчання та отримання досвіду.

Власна підприємницька діяльність, як тенденція серед молоді, може сприяти серйозним змінам в економіці всієї країни. Як зазначено в документі, найвищий рівень безробіття серед молоді. Популяризація підприємницьких настроїв може призвести до значного зниження загального рівня безробіття. Будуть нові підприємства, а значить і нові робочі місця, що очевидно, допоможе збільшити розмір економіки.

Одним із основних завдань суб'єкта економіки є пошук різноманітних нових та інноваційних комбінацій економічних факторів. Найбільше інноваційних ідей створюється на малих підприємствах, які тільки розпочинають свою діяльність, саме вони вводять на ринок найбільше інновацій. Будь-яка бізнес-організація має своє бачення та місію. Підприємництво є частиною ділового життя, що сприяє успішній організації

бізнесу. Люди, які активно займаються бізнесом, несуть найбільшу відповідальність за досягнення своїх цілей. Але люди мають різне походження та освіту, що піднімає питання підприємницьких навичок і стає частиною підприємницького процесу. Крім того, розвиток економіки та технологій створює різноманітність підприємництва, водночас підвищуючи його конкурентоспроможність. З цієї точки зору інновації стають звичними. Але виклики підприємництва стають завданнями.

Найбільше в компаніях цінують молодих працівників, тому що вони творчі та інноваційні. Вони швидко навчаються, а отримані знання є інвестицією в майбутнє компанії. Компанія, що інвестує в креативного співробітника, який хоче здобувати і використовувати нові знання, в майбутньому отримає фахівця, який зможе принести користь цій компанії.

Розглядаючи способи пошуку фінансових ресурсів для відкриття власної справи, можна виділити наступні варіанти:

- пошук інвесторів;
- веб-сайти краудфандингу;
- конкурси для стартапів;
- кошти Європейського Союзу та Фонду праці;
- гранти;
- допомога від університетів;
- сімейний бізнес або інвестори в сім'ї;
- банківський кредит;
- власні заощадження.

Молодий потенційний підприємець також може скористатися перевагами краудфандингових сайтів. У випадку з конкурсами для стартапів варто згадати European Tech and Start-up Days. Головна ідея цього заходу – зібрати творців інноваційних ідей та рішень в одному місці протягом кількох днів. Європейські фонди для відкриття власного бізнесу поділяються на чотири групи: для молоді

до 30 років, для людей старше 30, для людей з інноваційною ідеєю та кредити для стартапів.

Для молодих підприємців необхідне сприятливе середовище. Сприятлива екосистема для молодіжного підприємництва сприяє інноваціям, сприяє соціальній інтеграції, забезпечує надійну основу для боротьби з безробіттям і неповною зайнятістю серед молоді та сприяє сталому розвитку. Вкрай важливо, щоб екосистеми підприємництва розвивалися з використанням підходу, заснованого на фактичних даних, який мобілізує численні зацікавлені сторони, включно з молодими людьми, і створює синергію між усіма елементами екосистеми.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Ануфрієва. О.Л., Т. Пальчевська.Т.Г.,Лагоцька Г.М., Підприємницька діяльність, Видавництво Лілея, Івано-Франківськ 2014.
2. Біляк Т.О., Бірюченко С.Ю., Бужимська К.О., та ін., Основи підприємництва, Видавництво Житомирський державний технологічний університет, Житомир 2019.
3. Богданова Н.М.,Коваль К.Щ., Мензул О.М., Молодь на ринку приці: Практики взаємодії суб'єктів працевлаштування молоді. Вісник Вінницького політехнічного інституту, №2 , Вінниця 2014.
4. Ворона Т., Стартап на мільйон, як українці заробляють на технологіях, Видавництво Vivat, Харків 2017.
5. Гой І.В., Смелянська Т.П. Підприємництво: навч. посібник. К.: «Центр учбової літератури», 2013. 368 с.
6. Гросул В.А., Дядюк М.А., Зубков С.О. Сучасний досвід, проблеми та перспективи розвитку молодіжного підприємництва в Україні. Збірник Наукових праць ХДУХТ. 2018. Вип. 27. с. 66-82. URL: <http://elib.hduht.edu.ua/bitstream>
7. Давидюк Л.П., Шкварко А.О. Молодіжне підприємництво як прогресивна сила розвитку країни. Інфраструктура ринку. 2019. Випуск 37. С.37-42
8. Дейчаківська С. Молодь бізнесу не боїться: три успішні франківські підприємці про те, як відкрити власну справу. С. Дейчаківська. Репортер. 2017. URL: <http://report.if.ua/socium/molod-biznesu-ne-boyitsyatry-uspishni-frankivski-pidpryemci-pro-te-yak-vidkrytyvlasnu-spravu/>.
9. Дідух О. О. Соціологічний аналіз проблеми безробіття серед української молоді. Грані, 2016. № 5. С. 68–75
10. Думанська І.Ю. Молодіжне інноваційне підприємництво як національна доктрина модернізації економіки. Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. 2013. № 4. Т. 2. С. 194-200.

11. ЄРобота. Державні послуги онлайн | Дія. URL: <https://diia.gov.ua/services/categories/biznesu/yerobota> (дата звернення: 01.07.2022)
12. Капліна А. І. Молодіжне підприємництво — перспективний шанс для молоді. *Агросвіт*. 2020. № 19-20. С. 47–50.
13. Кжаклевска Е., Вільямсон Г. Молодіжна політика в Україні. Висновки Команди міжнародних оглядачів Ради Європи. Страсбург : Видавництво Ради Європи, 2013. 192 с.
14. Колінз Д., Від хорошого до величного, Видавництво Наш формат, Київ 2017.
15. Колінз Д., Мортен Т.Х., Величні за власним вибором, Видавництво Наш формат, Київ 2017.
16. Корнеев М. В. Специфічні риси індустріальної та постіндустріальної економік в: Економіка, управління, фінанси: теорія і практика, Хельницький 2013.
17. Корпач Н. Основні напрями реалізації державної молодіжної політики в Україні: соціально-педагогічний аспект. Педагогічний часопис Волині. 2016. № 2. С. 30–34.
18. Куденко Н.В., Ключові фактори успіху в галузі та компетенції підприємства, в: Формування ринкової економіки : відп. ред. О. О. Беляєв, КНЕУ, Київ 2011.
19. Кусоманно М. А., Йоффі Д. Б., Стратегії геніїв, Видавництво Клуб сімейного дозвілля, Харків 2019.
20. Куц М.Р. Соціальне підприємництво: основні ідеї і перспективи дослідження в соціології. Наукові записки НаУКМА. Соціологічні науки. 2015. Том 174. С. 51–55.
21. Куцоконь М.П. Молодіжне підприємництво та активізація суб'єктивного підприємницького потенціалу молоді. Навчально-методичний посібник. 2006. 286с.

22. Левченко А.О., Янішевська А.В. Молодіжне підприємництво — перспективний шанс для молодих спеціалістів. Наукові праці КНТУ. Економічні науки. 2009. № 15. С. 52—56. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Npkntu_e_2009_15_10
23. Мельниченко О. Молодіжний ринок праці України: проблеми і перспективи. Психологія і суспільство. 2015. № 3. С. 99–104.
24. Мерзляк А., Боярін Є. Механізм державної підтримки само зайнятості молоді: вітчизняна практика та зарубіжний досвід. Державне управління та місцеве самоврядування. 2016. Вип. 4 (31). С. 73–80.
25. Мерзляк А., Боярін Є. Механізм державної підтримки само зайнятості молоді: вітчизняна практика та зарубіжний досвід. Державне управління та місцеве самоврядування. 2016. Вип. 4 (31). с. 73-80. URL: [http://www.dridu.dp.ua/vidavnictvo/2016/2016_04\(31\)/13.pdf](http://www.dridu.dp.ua/vidavnictvo/2016/2016_04(31)/13.pdf)
26. Молодіжне підприємництво, його місія і головні засади URL: <https://platforma-msb.org/molodizhnepidpryyemnytstvo-realiyi-ta-perspektyvy/>
27. Молодіжне підприємництво - перспективний шанс для молодих спеціалістів. ALLREF: веб-сайт. URL: https://allref.com.ua/uk/skachaty/Molodijne_pidpriyemnictvo_-_perspektivniiy_shans_dlya_molodihspe_cia_listiv
28. Назаркевич О.Б. Концептуалізація інклюзивної моделі ефективного використання потенціалу молодіжного підприємництва в регіонах України. Економіко – управлінські аспекти трансформації та інноваційного розвитку галузевих і регіональних суспільних систем в сучасних умовах : Матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції. URL: <http://194.44.112.14/bitstream/123456789/7173/1/6774p.pdf>
29. Овсянюк-Бердадіна О.Ф. Глобальні виклики для активізації розвитку соціального підприємництва. Підприємництво і торгівля. Випуск №28. 2021. С.61-65
30. ОстріковаТ. Креативна економіка: що це таке та чому саме вона може врятувати Україну. URL:

- https://24tv.ua/kreativna_ekonomika_shho_tse_take_ta_chomu_same_vona_mozhe_vryatuvati_ukrayinu_n1024780
31. Піддубна К.С. Роль бізнесової освіти і розвитку молодіжного підприємництва, в: Міжнародний науковий форум: соціологія, психологія, педагогіка, менеджмент. № 13.2013.
 32. Пічугіна Ю. О., Інформаційна епоха і нова культура в хвильовій концепції Елвіна Тофлера в: Теорія і практика актуальних наукових досліджень, Видавництво Гельветика, Херсон 2018.
 33. Петренко, В.; Карнаушенко, А. Формування молодіжного підприємництва в Україні та аналіз факторів впливу на його розвиток. *Фінансовий простір*. 2019, 139-147.
 34. Ренд А., Атлант розправив плечі, частина третя АсА, Видавництво Наш формат, Київ 2019.
 35. Романенко І. Молодіжне підприємництво – реалії та перспективи. Національна платформа малого та середнього бізнесу : веб-сайт. URL: <https://platforma-msb.org/molodizhne-pidpryyemnytstvo-realiyi-ta-perspektyvy/>
 36. Савина, І. В. Статистичний аналіз економічної активності та зайнятості молоді в Україні. Статистика – інструмент соціально-економічних досліджень : збірник наукових студентських праць. Одеса, 2017. № 3. С. 35-40
 37. Свинчук А.А. Соціальне підприємництво: від ідеї до суспільних змін. Посібник. А.А. Свинчук, А.О. Корнецький, М.А. Гончарова. Київ. 2017. 188 с.
 38. Сотник М., д.е.н., проф. Л. М. Таранюка, Підприємництво торгівля та біржова діяльність, Видавництво Університетська книга, Суми 2018.
 39. Стефанишин О.В. «Нова економіка» і молодіжне підприємництво. Наукові записки. 2001. №4. с. 41-43 URL: <http://nz.uad.lviv.ua/static/media/4/15.pdf>
 40. Три платформи для розвитку молодіжного соціального бізнесу URL : <http://www.gurt.org.ua/news/recent/28861>
 41. Томчук. Д., Тут ключє, Видавництво Наш формат, Київ 2019.

42. Українське покоління Z: цінності та орієнтири. Результати соціологічного дослідження / К. Зарембо та ін. Київ : Фонд ім. Фрідріха Еберта, 2017. 136 с.
URL: https://zaxid.net/resources/newsfiles/319940_Ukr_Generation_ukr_inet-1.pdf
43. Хабайлюк В.В., Компетентнісний підхід у вищій школі, в: Педагогіка, психологія і соціологія Теорія і методика навчання, виховання та освіти, Видавництво ІФНТУНГ, Івано-Франківськ 2014.
44. Формування та реалізація державної молодіжної політики в Україні в умовах децентралізації / І. О. Жданов та ін. Тернопіль : ТОВ «Тернограф», 2017. 100 с.
45. Чан Кім В., Моборн Р., Стратегія блакитного океану, Видавництво Клуб сімейного дозвілля, Харків 2019.
46. Шкільняк М.М., Орлова-Курилова О.В., Шмичкова І.Ю. Трансформація інституціонального середовища інноваційного підприємництва в контексті децентралізації системи державного управління в умовах пандемії COVID-19, діджиталізації та сталого розвитку. Інвестиції: практика та досвід. №22 2021. С.24-29
URL: <http://www.investplan.com.ua/?op=1&z=7687&i=3>
47. European Tech and Start-up Days | Start-up Challenge 25-27 April 2022. URL: <https://www.estartupdays.eu/2022/en/> (дата звернення: 01.07.2022).
48. Griffin R.W., Podstawy zarządzania organizacjami, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2017.
49. Drayton B. Social entrepreneurs don't want to help. They want to change the world B. Drayton. 2017. URL: http://www.egonzehnder.com/files/drayton_int_2_1.pdf
50. Infoshare Startup Contest. Infoshare - The Biggest Tech Community in CEE. URL: <https://infoshare.pl/conference/startup-contest/> (дата звернення: 01.07.2022).
51. Kalita B., Przedsiębiorczość jako kompetencja kluczowa w procesie przez całe życie, Zeszyty Naukowe Politechniki Śląskiej, 2014, z. 72.

52. Lachiewicz S., *Formy i uwarunkowania sukcesu w małym biznesie*, Wydawnictwo Politechniki Łódzkiej, Łódź 2013.
53. Lemańska-Majdzik A., Tomski P., *O sukcesie przedsiębiorstwa*, Zeszyty Naukowe Uniwersytetu przyrodniczo-Humanistycznego w Siedlcach, 2013, nr 98.
54. Łochnicka D., *Przedsiębiorczość pracownicza i jej wpływ na efektywność organizacji*, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 2016.
55. Matusiak K. B., *Przedsiębiorca i przedsiębiorczość w teorii ekonomii i innych naukach*, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 2006.
56. Papadaki, Š., Novák, P., Dvorský, J. Attitude of university students to entrepreneurship. *Economic AnnalsXXI*, 2017. Vol. 166, Pp. 100-104.
57. *Rocznik statystyczny pracy 2019*, GUS, Warszawa 2019.
58. Rothbard M.N., *Richard Cantillon: Ojciec współczesnej ekonomii*, Instytut Ludwiga von Misesa, Warszawa 2010.
59. Rozporządzenie komisji (WE) nr 364/2004 z dnia 25 lutego 2004.
60. Sułakowski Ł., Marjański A., *Przedsiębiorczość w dobie wyzwań rozwojowych*, Wydawnictwo Społecznej Akademii Nauk, Łódź-Warszawa 2017.

