

УДК 331.5.024.5

DOI 10.33251/2707-8620-2019-1-23-28

ГРАНОВСЬКА Вікторія Григорівна,
доктор економічних наук,
доцент кафедри готельно-ресторанного
та туристичного бізнесу,
ДВНЗ «Херсонський державний аграрний
університет»
ORCID: 0000-0003-0348-9692

ЖОСАН Ганна Володимирівна,
кандидат економічних наук,
доцент кафедри менеджменту організацій,
ДВНЗ «Херсонський державний аграрний
університет»
ORCID: 0000-0002-3577-6701

ВИЗНАЧЕННЯ ФУНКЦІЙ МОЛОДІЖНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА

У статті розглянуто питання визначення функцій молодіжного підприємництва, як особливого самотійного сегменту підприємництва, представленого підприємцями у віці до 35 років, які здійснюють ініціативно-інноваційну підприємницьку діяльність в різних організаційно-правових формах і ефективно комбінуючи фактори виробництва на основі своїх специфічних особистісних якостей (гнучкість, мобільність, енергійність, інноваційна активність, схильність до ризику) для задоволення існуючих або створюваних громадських потреб з метою отримання підприємницького доходу. Досліджено екологічну, інноваційну, нормативно-правову, освітньо-просвітницьку, комунікативно-інформаційну функції молодіжного підприємництва. Авторами наголошено, що дані функції є основою для розробки методики розрахунку інтегрального показника ефективності молодіжного підприємництва регіону.

Ключові слова: молодіжне підприємництво, економічна функція, соціально-трудова функція, ресурсна функція, екологічна функція, інноваційна функція, нормативно-правова функція, освітньо-просвітницька функція, комунікативно-інформаційна функція.

Постановка проблеми. В сучасних умовах розвитку соціально-економічних відносин все більшої актуальності набуває проблема забезпечення розвитку молодіжного підприємництва в Україні. Особи молодого віку, які формують майбутній трудовий потенціал будь-якої країни, наразі є найменш захищеною категорією робочої сили, яка характеризується невисокою конкурентоспроможністю на ринку праці. Серед основних причин цього явища – відсутність практичного досвіду роботи за обраною спеціальністю спеціальності, а також необхідних умінь та навичок, тобто невідповідність потребам роботодавців. З іншого боку існує неготовність роботодавців працевлаштовувати молодих працівників через небажання витратити кошти на їх навчання. Як результат – зростання безробіття серед молоді. Незважаючи на те, що Україна здійснила ряд важливих кроків щодо реформування молодіжної політики, це є лише початком розбудови системної роботи. У такій ситуації створення сприятливих умов для розвитку молодіжного підприємництва та реалізації підприємницького потенціалу молоді дасть відповідний позитивний соціальний ефект.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблемами молоді та молодіжного підприємництва займаються такі вітчизняні вчені як Ю.О. Белкін, М.Ф. Головатий, В.А. Головенько, І.Л. Демченко, Н.М. Комарова, О.М. Костенко, Я.В. Немирівський, О.В. Пустовойт, О.О. Яременко. Проте, незважаючи на численні публікації, присвячені визначенню та вирішенню проблем розвитку молодіжного підприємництва, недостатню

увагу приділено виділенню його функцій та їх ролі у визначенні підприємницького потенціалу молоді регіону.

Мета статті. Метою статті є обґрунтування пріоритетності молодіжного підприємництва, як складової забезпечення економічного зростання та виділення його основних функцій та їх ролі у визначенні підприємницького потенціалу молоді регіону.

Виклад основного матеріалу. Інтенсивний розвиток молодіжного підприємництва, особливо його інноваційного типу, є ключовою детермінантою модернізації національної економіки і інвестиційно-інноваційної мультиплікації її зростання. Молодіжне підприємництво (в силу соціально-психологічних особливостей молоді як найбільш активної, креативної частини суспільства) є більш гнучким і чутливим до змін зовнішнього середовища, що сприяє реалізації інноваційного потенціалу економіки, комерціалізації інновацій і впровадження інноваційних технологій.

Сам термін «молодь» і його статусні межі були обумовлені науково-технічною революцією, диференціацією індустріальних процесів. Це призвело до необхідності виділення певного періоду життя на навчання і оволодіння виробничими навичками. Таким чином, молодь визначається як соціально-демографічна група суспільства, що виділяється на основі вікових характеристик і обумовлених ними особливостей соціального статусу молодих людей, їх місця і функцій в соціальній структурі суспільства, а також притаманних їм специфічних інтересів і цінностей.

Особливість молоді полягає в тому, що ця група суспільства за своїм віковим і соціальним станом перебуває в стадії соціального становлення, тобто в якомусь перехідному трансформаційному стані [1].

Слід зазначити, що в різних країнах вікові межі молоді визначено по-різному, в силу відмінностей соціально-економічних, правових, культурних умов розвитку і традицій (табл. 1).

Таблиця 1

Вікові межі молоді, ухвалені в різних країнах

Країна	Вікові межі молоді
Англія, Нідерланди	Молодь не виділяється в особливу групу, а об'єднується разом з дітьми в вікових рамках від моменту народження до 25 років
Великобританія	Від 16 до 24 років
Німеччина	Від 14 до 27 років
Індія	Від 25 до 40 років
Іспанія	Від 14 до 30 років
Україна	Від 14 до 35 років
Канада	Від 18 до 35 років (за окремими напрямками підтримки до 29 років)
Китай	Від 18 до 35 років
Люксембург	Від 15 до 25 років
США	Від 18 до 34 років

Як видно з таблиці 1, вікові рамки молоді, прийняті в більшості країн, визначаються в інтервалі від 14 до 35 років [2]. Згідно з Законом України «Про сприяння соціальному становленню та розвитку молоді в Україні», до молоді належать громадяни віком від 14 до 35 років [3].

Таким чином, в сучасній науці і практиці вікові рамки молодіжного підприємництва, прийняті в більшості країн, визначаються в інтервалі від 14 до 35 років. Нижня вікова межа в 14 років обумовлена настанням фізичної зрілості, коли підліток вперше реалізує своє соціальне право вибору між навчанням (в школі, коледжі) та роботою. Що стосується верхньої межі, то вона обумовлена «досягненням трудової і соціальної стабільності» [4]. Іншими словами, вона визначається наступними умовами:

– досягненням рівня економічної незалежності, тобто здатності створення засобів для самостійної життєдіяльності;

– досягненням рівня особистої незалежності, тобто здатності самостійно приймати рішення про свою життєдіяльність.

Отже, молодіжне підприємництво – це особливий самостійний сегмент підприємництва, представлений підприємцями у віці до 35 років, які здійснюють ініціативно-інноваційну підприємницьку діяльність в різних організаційно-правових формах і ефективно об'єднують фактори виробництва на основі своїх специфічних особистісних якостей (гнучкість, мобільність, енергійність, інноваційна активність, схильність до ризику) для задоволення існуючих або створюваних громадських потреб з метою отримання підприємницького доходу. В свою чергу, суб'єктом молодіжного підприємництва є представник молоді (або група молодих людей) у віці до 35 років, який зареєстрований як індивідуальний підприємець або комерційна організація для здійснення ініціативної підприємницької діяльності.

В сучасних умовах розвитком високого соціального потенціалу молоді є її бізнес-активність, яка характеризується такими рисами: високою емоційно-вольовою складовою, активізацією психофізичного потенціалу; комунікативної орієнтацією на перетворення; діяльнісним підходом; ініціативним самовдосконаленням. Таким чином, бізнес-активність молоді характеризується ініціативним проявом здібностей і індивідуальних інтересів в процесі реалізації її підприємницького потенціалу.

З прикладної позиції зародження молодіжного підприємництва можливо лише в ніші малого бізнесу, переважно в традиційних сферах послуг або у формі партнерства. Саме в цих умовах починається первісна реалізація соціального потенціалу молоді. Але в сучасних умовах індустріальна база виробництва є актуальною підставою для розвитку бізнесу. А починаючи з ХХ ст., можна констатувати становлення і потужний синергійний вплив на весь економічний процес факторів постіндустріалізму, особливо факторів інформаційної інноваційності в контексті реалізації стратегічних адаптаційних можливостей молодіжного підприємництва [5].

Оскільки сутність тієї чи іншої економічної категорії проявляється через функції, які нею реалізуються, авторами було виділено функцій молодіжного підприємництва, представлені в таблиці 2.

Таблиця 2

Функції молодіжного підприємництва

Функції	Зміст функції
Економічна	Виробництво товарів (надання послуг, виконання робіт) для задоволення потреб суспільства
Соціально-трудова	Підвищення суспільного добробуту, а також формування особливого соціального шару, що складається із молодих людей, здатних до організації власної справи і ведення самостійної господарсько-економічної діяльності
Ресурсна	Мобілізація, комбінування і ефективне використання обмежених економічних ресурсів (природних, трудових, капітальних, інформаційних та ін.)
Екологічна	Підприємницька діяльність молоді з урахуванням забезпечення та збереження якості довкілля
Інноваційна	Введення інновацій; сприяння матеріалізації нових ідей, нових продуктів, нових технологій і способів організації виробництва
Нормативно-правова	Ведення підприємницької діяльності згідно діючого законодавства
Освітньо-просвітницька	Навчання та підтримка починаючих молодих підприємців (проведення, тренінгів, майстер-класів, наставництво тощо)
Комунікативно-інформаційна	Підприємницька діяльність сприяє задоволенню потреби молоді у взаємодії і спілкуванні з соціумом, формуванню соціальних і ділових зв'язків (нетворкінг), діджиталізація бізнес-процесів

Молодіжне підприємництво як відкрита система, так само як і підприємницька діяльність в цілому, зазнає впливу безлічі факторів підприємницького середовища, що мають як позитивний, так і негативний характер. Середовище діяльності молодіжного підприємництва підрозділяється на зовнішнє (об'єктивне), не залежне від самих підприємців,

і внутрішнє (суб'єктивне), яке молоді підприємці формують самі. Відповідно фактори, що впливають на розвиток молодіжного підприємництва, діляться на:

- екзогенні, обумовлені зовнішнім підприємницьким середовищем;
- ендогенні, детерміновані особливостями внутрішнього підприємницького середовища.

Зовнішнє середовище молодіжного підприємництва – це інтегрована макросистема взаємопов'язаних зовнішніх (екзогенних) факторів (умов), прямо або опосередковано впливають на становлення і розвиток молодіжного підприємництва. Воно носить об'єктивний характер, оскільки не залежить від волі і бажань молодих підприємців. Фактори зовнішнього середовища можна розділити на дві групи: що регулюють і що забезпечують [6]. До забезпечуючих факторів зовнішнього середовища молодіжного підприємництва авторами віднесено економічні, природно-кліматичні, соціально-демографічні, науково-технічні, інституційні, соціокультурні чинники. До регулюючих зовнішніх чинників молодіжного підприємництва відносяться правові, екологічні, політичні, міжнародні чинники.

Внутрішнє середовище молодіжного підприємництва – це інтегрована мікросистема взаємопов'язаних внутрішніх (ендогенних) факторів (умов), безпосередньо пов'язаних з діяльністю підприємницької одиниці. Внутрішнє підприємницьке середовище, як сукупність внутрішніх умов функціонування підприємницької організації, носить суб'єктивний характер, його стан і якість залежать від самого підприємця (власника, лідера), від його компетентності, організаційно-управлінських та соціально-психологічних якостей, навичок і умінь в організації і веденні бізнесу. До внутрішніх (ендогенних) факторів молодіжного підприємництва відносяться: організаційна структура, ресурси, контрагенти (це постачальники, споживачі, конкуренти, посередники, інша контактна аудиторія), міжособистісні відносини, внутрішньоособистісні процеси. В цілому, даний рівень факторів визначається як особистісною готовністю молодого людини до підприємництва, так і якістю побудованої їм організаційної структури з її ресурсним забезпеченням, контрагентами і комунікаційними мережами.

Висновки і перспективи подальших досліджень. Отже, прикладний розвиток молодіжного підприємництва призводить до трьох напрямів бізнес-продажу молоді. Перший напрям умовно «учнівський», – це розвиток бізнесу в рамках неокласичних канонів: оцінюється з позицій попиту для одержання більш високої ціни і прибутковості, факторної ефективності і знаходження ніш в умовах недосконалої конкуренції. В якості найбільш важливих ендогенних факторів розвитку даного напрямку виступає наявність стартового капіталу, схильність до ризику і опора на досвід попередніх поколінь. До екзогенних факторів функціонування відносяться макроекономічна кон'юнктура в середовищі недосконалої конкуренції, географічні та природні умови ведення бізнесу.

Другим напрямом молодіжного підприємництва виступає інноваційно орієнтований бізнес. Він будується на принципах інноваційної економіки, тобто створення і трансферу технології з метою переходу до масиву нових товарів, послуг, управлінських рішень. В якості найважливіших ендогенних факторів виступають схильність до інновацій, можливість оцінки ризику і прийняття оптимальних бізнес-рішень. До екзогенних факторів розвитку даного напрямку відносяться наявність бізнес-інкубаторів і молодіжних стартапів, загальний рівень розвитку людського капіталу.

Сучасний напрям молодіжного підприємництва ґрунтується на принципах нового інституціоналізму. В його межах основний акцент робиться не стільки на форму, якість, бізнес-спрямованість, скільки на результати і співвідношення фірмових і суто ринкових засад. Ендогенними факторами даного напрямку є весь комплекс підприємницьких і соціолого-психологічних та історико-культурних компетенцій. Зокрема, це – вміння формувати адекватну команду, розробка навичок бізнес-планування, логістичних та фінансових потоків, використання крос-культурних навичок і стереотипів. До екзогенних же факторів слід віднести інституційно-правове забезпечення бізнесу, механізм організаційного

супроводу молодіжного бізнесу, наявність системи моніторингу, виявлення зворотного зв'язку і оцінки можливих дисфункцій наявних інститутів.

Виділені авторами функції молодіжного підприємництва є основою для розробки у подальших дослідженнях методики розрахунку інтегрального показника ефективності молодіжного підприємництва регіону.

Список використаних джерел

1. Ленков Р. В. Социология молодежи. М.: Юрайт, 2014. 416 с.
2. Радченко А. Ф. Молодежь и ее возрастные границы. Социология власти. 2012. №3. С. 172–175.
3. Про сприяння соціальному становленню та розвитку молоді в Україні: Закон України від 05.02.1993 р. №2998-ХІІ, поточна редакція від 01.01.2015 р., підстава 76-19. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2998-12> (дата звернення: 19.10.2019).
4. Котляр А. Э. О понятии рынка труда. Вопросы экономики. 2001. №1. С. 33–45.
5. Zaitseva, O. I. Sales information potential in the management of strategic enterprise adaptation under dysfunction social and economic institutions. Науковий вісник Полісся. 2017. № 2 (10). Ч. 2. С. 70–73.
6. Тумилевич Е. Н. Факторы и формы развития малого предпринимательства в регионе. Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. Сер. Экономика и право. 2012. № 1. С. 32–42.
7. Лібанова Е. М. Молодь та молодіжна політика в Україні: соціально-демографічні аспекти. К.: Інститут демографії та соціальних досліджень ім. М.В. Птухи НАН України, 2010. 248 с.
8. Раєвнева О. В. Молодь на ринку праці в Україні: оцінка сучасного стану зайнятості / О.В. Раєвнева, І.Є. Нос. Глобальні та національні проблеми економіки. Вип.2. 2014. С. 322–327.
9. Штанська О. В. Зарубіжний досвід взаємодії державної молодіжної політики та політики зайнятості. URL: <http://82-117-235-189.gpon.sta.kh.velton.ua/e-book/db/2008-1/doc/5/08.pdf> (дата звернення: 19.10.2019).
10. Лісогор С. Інноваційні технології працевлаштування незайнятого населення. URL: http://www.nbu.gov.ua/old_jrn/Soc_Gum/Rpzn/2008-2/08llspnn.pdf (дата звернення: 19.10.2019).

References

1. Lenkov, R.V. (2014). *Sotsyolohyya molodezhy [Sociology of Youth]*. Moscow, Yuwrite [in Russian].
2. Radchenko, A.F. (2012) *Molodezh i yeye vozrastnyye granitsy [Youth and its age boundaries]*. *Sociology of Power* [in Russian].
3. Pro spryannya sotsialnomu stanovlennyyu ta rozvytku molodi v Ukrayini: Zakon Ukrayiny vid 05.02.1993 r. №2998-XII, potochna redaktsiya vid 01.01.2015 r., pidstava 76-19 [On promoting social esteblishment and development of youth in Ukraine: Law of Ukraine dated 02.02.1993 №2998-XII, current version as of 01.01.2015, ground 76-19]. Retrieved from: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2998-12> [in Ukrainian].
4. Kotlyar, A.E. (2001). *O ponyatii rynka truda [On the concept of the labor market]*. [in Russian].
6. Zaitseva, O.I. (2017). Sales information potential in the management of strategic enterprise adaptation under dysfunction social and economic institutions [*Sales information potential in the management of strategic enterprise adaptation under dysfunction social and economic institutions*]. [in Ukrainian].
7. Tumilevich, Ye.N. (2012). *Factory i formy razvitiya malogo predprinimatelstva v regione [Factors and forms of development of small business in the region]*. [in Russian].

8. Libanova, E.M. (2010). Molod ta molodizhna polityka v Ukraini: sotsialno-demohrafichni aspekty [*Youth and youth policy in Ukraine: socio-demographic aspects*] Kiev: Instytut demohrafiyi ta sotsial'nykh doslidzhen' im. M.V. Ptukhy NAN Ukrainy. [in Ukrainian].

9. Rayevnyeva, O.V. (2014). Molod na rynku pratsi v Ukraini: otsinka suchasnoho stanu zaynyatosti [*Youth in the labor market in Ukraine: assessment of the current state of employment*]. [in Ukrainian].

10. Shtanska, O.V. Zarubizhnyy dosvid vzayemodiyi derzhavnoyi molodizhnoyi polityky ta polityky zaynyatosti [*Foreign experience of interaction between the state youth and employment policies*]. Retrieved from: <http://82-117-235-189.gpon.sta.kh.velton.ua/e-book/db/2008-1/doc/5/08.pdf> [in Ukrainian].

11. Lisohor, S. Innovatsiyini tekhnolohiyi pratsevlashtuvannya nezaynyatoho naselennya [*Innovative Employment Technologies for the unemployed Population*]. Retrieved from: http://www.nbu.gov.ua/old_jrn/Soc_Gum/Rpzn/2008-2/08llspnn.pdf [in Ukrainian].

HRANOVSKA Victoria, Doctor of Economics, Associate Professor, Department of hotel, restaurant and tourist business, State Higher Educational Institution "Kherson State Agrarian University";

ZHOSAN Hanna, Ph.D. in Economics, Associate Professor, Department of Management of Organizations, State Higher Educational Institution "Kherson State Agrarian University".

DETERMINING THE FUNCTIONS OF YOUTH ENTERPRISE

Abstract. *The purpose of the article is to substantiate the priority of youth entrepreneurship as a component of ensuring economic growth and highlighting its main functions and their role in determining the entrepreneurial potential of the youth of the region. The article deals with the problem of defining the functions of youth entrepreneurship as a separate independent segment of entrepreneurship, represented by entrepreneurs under 35 years old, who carry out initiative-innovative entrepreneurial activity in various organizational and legal forms and effectively combine factors of production on the basis of their specific personality traits (flexibility, mobility, energy, innovative activity, risk sentiment) to meet existing or emerging public needs in order to meet entrepreneurial income. The ecological, innovative, normative-legal, educational and communicative-informational functions of youth entrepreneurship are investigated. The authors emphasize that these functions are the basis for the development of a methodology for calculating the integral indicator of the effectiveness of youth entrepreneurship in the region. The contemporary direction of youth entrepreneurship is based on the principles of new institutionalism. Within it, the main focus is not on form, quality and business orientation that much, but on results and correlation of firm and purely market principles. Endogenous factors of this direction are the whole complex of entrepreneurial and sociological-psychological, historical and cultural competences. In particular, it is the ability to form an adequate team, to develop business planning skills, logistical and financial flows, to use cross-cultural skills and stereotypes. Exogenous factors include institutional legal support of business, mechanism of organizational support of youth business, presence of monitoring system, detection of feedback and evaluation of possible dysfunctions of existing institutions.*

The functions of youth entrepreneurship allocated by the authors are the basis for the development of methods for calculating the integral indicator of the efficiency of youth entrepreneurship in the region in further studies.

Key words: *youth entrepreneurship, economic function, social and labor function, resource function, ecological function, innovation function, normative-legal function, educational function, communicative-informational function.*

Одержано редакцією: 12.11.2019 р.
Прийнято до публікації: 15.11.2019 р.