

ДЕРЖАВНИЙ ІНСТИТУТ СІМЕЙНОЇ ТА МОЛОДІЖНОЇ ПОЛІТИКИ

Сірий Є. В.

**ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ МОЛОДІЖНОГО
ПІДПРИЄМНИЦТВА ТА САМОЗАЙНЯТОСТІ МОЛОДІ В УКРАЇНІ**

Монографія
(науково-практичне видання)

Київ • 2021

УДК 316.334.2+316.354:351/354
ББК 60.55.372/73+65.23
С40

Рецензенти:

Петрушина Т.О. – доктор соціологічних наук, старший науковий співробітник, завідувачка відділу економічної соціології Інституту соціології НАНУ.

Чорнодід І.С. - доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри економіки підприємства та менеджменту ф-ту економіки, соціальних технологій та туризму Академії праці, соціальних відносин і туризму.

Сірий Є.В. Особливості розвитку молодіжного підприємництва та самозайнятості молоді в Україні /Монографія.– К.:ЦОП «Глобус» ФОП Кравченко Я.О., 2021. – 68 с.

ISBN 978-617-7700-89-9

В основу монографії увійшов дослідницький матеріал науково-дослідної роботи Державного інституту сімейної та молодіжної політики. Здійснена спроба комплексного опису сучасного стану та розвитку молодіжного підприємництва та самозайнятості в Україні. Дана тематика є малодослідженою і практично не висвітленою у відповідних наукових джерелах. На узагальненому інформаційному та емпіричному матеріалі в книзі висвітлено основні ключові проблеми розвитку цієї сфери: правова система та державне регулювання, показники оцінювання, роль державних інституцій у стимулюванні молодіжного підприємництва та самозайнятості; окремим аспектом показано особливості функціонування МП за умов карантинних обмежень.

Книга розрахована для науковців, працівників державних органів, молодіжних центрів, чия діяльність стосується сприяння розвитку сфери молодіжного підприємництва та самозайнятості.

ISBN 978-617-7700-89-9

УДК316.334.2+316.354:351/354

© Сірий Є. В. 2021

Зміст:

Вступ	4
Розділ I. МЕТОДИКО-ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ СФЕРИ МОЛОДІЖНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА ТА САМОЗАЙНЯТОСТІ МОЛОДІ	6
§1.1. Актуалізація проблематики молодіжного підприємництва та самозайнятості.....	6
§1.2. Понятійні аспекти проблематики молодіжного підприємництва та самозайнятості.....	8
§1.3. Оцінювання рівня розвитку молодіжного підприємництва та самозайнятості: аналіз та модифікація відповідних показників.....	9
§1.3.1. Методика і організація вивчення підприємницького потенціалу суспільства в рамках проєкту GEM.....	9
§1.3.2. Методика проєкту AGER (Global Entrepreneurship Report) у дослідженні підприємництва.....	10
§1.3.3. Проблемні аспекти науково-інформаційного відображення розвитку молодіжного підприємництва в Україні.....	11
<i>Список використаних джерел до розділу I</i>	12
Розділ II. МОЛОДІЖНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО В УКРАЇНІ: СТАН ТА МОЖЛИВОСТІ ЙОГО РОЗВИТКУ	14
§2.1. Особливості розвитку молодіжного підприємництва та самозайнятості молоді в Україні.....	15
§2.2. Основні проблеми розвитку молодіжного підприємництва та самозайнятості в Україні.....	20
§2.3. Вивчення досвіду молодих підприємців в Україні.....	23
§2.4. Становище молодіжного підприємництва в умовах карантинних обмежень 2020 р.(за результатами соціологічного опитування).....	28
<i>Список використаних джерел до розділу II</i>	35
Розділ III. ОСНОВНІ ЗАСАДИ ПОЛІТИКИ РОЗВИТКУ МОЛОДІЖНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА У РОЗВ'ЯЗАННІ ПРОБЛЕМИ МОЛОДІЖНОГО БЕЗРОБІТТЯ	39
§3.1. Державна допомога у розвитку молодіжного підприємництва та самозайнятості: загальна оцінка.....	39
§3.2. Інститути підтримки молодіжного підприємництва в Україні.....	41
§3.3. Зарубіжний досвід інституціональної підтримки молодіжного підприємництва.....	44
§3.4. Оцінка інституційної підтримки молодіжного підприємництва (за результатами соціологічного опитування державних службовців).....	48
§3.5. Оцінка інституційної підтримки молодіжного підприємництва (за результатами соціологічного опитування суб'єктів молодіжного підприємництва і самозайнятості).....	57
<i>Список використаних джерел до розділу III</i>	61
Висновки	64
Рекомендації по вдосконаленню політики у сфері сприяння молодіжному підприємництву і самозайнятості	64

Вступ.

Тематика молодіжного підприємництва та самозайнятості на перший погляд, надихаючи своєю буденністю та давністю, для багатьох може здаватись доволі не складною в усвідомленні й освоєнні. Тому гортаючи даний матеріал, читач можливо задаватиметься питанням наукової новизни.

Однак, навіть поверхневий аналіз явища молодіжного підприємництва та самозайнятості чітко виявляє свою неоднозначну проблему. Та і мета цієї роботи не лежить у площині суто наукової корисності, а скоріше – управлінської. Сам прагматизм вибудованого матеріалу науково-методичного характеру виявляється у піднятті питання нагальних проблем молоді як макросуспільної проблеми для України. Вдаючись до цілком відомих речей, хочеться звернути увагу на те, що молодь, як соціальна спільнота, посідає особливе місце в соціальній структурі суспільства, виконуючи особливу соціально-функціональну місію. Це, передусім, один із найважливіших стратегічних ресурсів країни, який здатний відтворювати трудовий її потенціал. Молодь вважають головною цінністю суспільства. Її роль в процесі розвитку суспільства досить специфічна. Молоде покоління як об'єкт і суб'єкт взаємодії бере участь у соціальних перетвореннях, оскільки воно саме намагається впливати на суспільне життя, будуючи своє.

Ставка на молодь в сьогоденні, відображає те, якою ми хочемо бачити свою країну через десятиліття. І це, великою мірою залежить від того, з яким багажем знань, цінностей, орієнтирів, навичок, бачення шляхів розвитку увійде в життя нинішня молодь. І тут ми стикаємося з реальним протиріччям. між необхідністю та реальністю стосовно того, як здійснюється молодіжна політика, об'єктом і суб'єктом якої, а також чинником суспільного розвитку є сама молодь як мегасоціальна група. Тому основне завдання цілісної соціальної молодіжної політики у цій сфері полягає у створенні та забезпеченні реальних умов для всебічного її розвитку, доступу до суспільних ресурсів, зокрема, до економічних свобод, можливостей тощо. Суспільна практика свідчить про вирішальну роль молодіжного підприємництва у вирішенні проблем зайнятості та зниження безробіття цієї верстви населення.

Вивчення проблем молодіжної зайнятості є традиційним для суспільних наук, але в даний час ця проблема особливо актуальна у зв'язку з новими характеристиками ринку праці, що виникли в результаті структурних зрушень в економіці. Статус зайнятості молоді ілюструє рівень зайнятості та рівень безробіття. В Україні у 2017 р. середній рівень зайнятості молоді становив близько 57,4%, що є вищим за показник зайнятості всього населення працездатного віку - 56,1% [1]. Однією з проблем на шляху формування конструктивних рекомендацій щодо створення сприятливого середовища молодіжного підприємництва, яка потребує вирішення, є усвідомлення реалій та виявлення труднощів і потреб молоді у започаткуванні та веденні бізнесу. Різні структурні та інституціональні асиметрії, що зараз панують на ринку праці України, суттєво загострюють проблему зайнятості в цілому, та серед молоді, зокрема. Саме молоде покоління в процесі пошуку роботи стикається з такими, притаманними для цієї соціальної групи перепонами, як: соціальна незрілість та незахищеність, відсутність досвіду та навичок професійної адаптації, невідповідність професійних знань, високі вимоги роботодавців, невідповідність запитів професійним обов'язкам, доступ до економічних ресурсів та інше. Крім того, в умовах старіння суспільства навантаження на молодь дедалі зростає.

З іншого боку, невирішеність проблем у сфері зайнятості молодих осіб, чисельність яких складає в Україні чверть від загальної кількості населення працездатного віку, призводить до втрати та погіршення якості трудового потенціалу держави, унеможливорює забезпечення динамічного економічного зростання, посилює соціальну напруженість в суспільстві. Ця, на перший погляд, не гостра соціальна проблема, латентно генерує більш потужнішу – відтік молодого покоління та зниження його соціальної активності. Накопичилося чимало молодіжних проблем, серед яких: низький рівень життя та безробіття, соціальна напруженість та апатія, низька народжуваність та незабезпеченість відтворення поколінь, соціальні відхилення та втрата ідеалів, а головне – втрата соціальної перспективи та життєвого оптимізму.

Своїм громадянам країна не в змозі надати відповідних соціально-життєвих умов, тим самим і молодь помалу покидає країну у пошуках способів та форм покращення життя. Тому в країні спостерігається тенденція щодо розширення міграції задля задоволення потреб у

працевлаштуванні та покращенні власного добробуту. Причому майже половина цих людей не збирається повертатися. З іншого боку, як вже говорилося, спостерігаємо і зростання демографічної проблеми відтворення поколінь, жахливий демографічний спад. Молоде покоління здебільшого виявилось без надійних засобів уваги до соціальних проблем молоді, а в цей же час на ній лежить відповідальність за майбутнє країни. Гадаємо, що суттєвих пояснень та коментарів щодо наслідків цих процесів надалі надавати не потрібно.

Процес реформування соціально-економічної сфери України буде результативнішим та успішнішим лише за активної участі в ньому молоді, тому одним із основних пріоритетів державної політики має стати створення умов, перш за все, для активізації участі молоді у суспільно-економічному житті держави, в контексті не тільки забезпечення гідної зайнятості, а й економічної самозайнятості. Вирішення цих проблем потребує розробки і втілення у соціальну практику такої державної молодіжної політики, яка повинна бути зорієнтована на створення умов доступу до соціальних ресурсів та соціальної інклюзії (включеності). І матеріальна, економічна сторони виступають ключовими. Виходячи з цього, для держави стимулювання трудової активності молоді, всіляка підтримка розвитку молодіжного підприємництва та самозайнятості – це стратегічні інвестиції в суспільний розвиток. Однак, на сьогодні, держава, м'яко кажучи, не приділяє необхідної уваги цьому питанню, з причини чого ця проблема стає ключовою не лише у молодіжній політиці, а й у соціальній політиці загалом.

Розділ I. МЕТОДИКО-ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ СФЕРИ МОЛОДІЖНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА ТА САМОЗАЙНЯТОСТІ МОЛОДІ

§1.1. Актуалізація проблематики молодіжного підприємництва та самозайнятості

Суттєвим моментом у стимулюванні економічного розвитку України та вирішенні проблеми безробіття, є заохочення самозайнятості молоді та розвитку молодіжного підприємництва. Ці особливо проблемні питання останні три десятиліття перебувають у перманентному стані свого вирішення і як не прикро, тут Україна займає останні позиції не тільки серед європейських країн, а й серед країн «периферії». Цьому є немало причин, як суто суспільного характеру, так й інституціонального.

Молодь, як демографічна група, займає особливе місце в структурі будь-якого суспільства, будучи перспективною категорією населення для соціально-економічного розвитку держави. На етапі свого входження у трудову сферу вона стикається з труднощами системного характеру: і щодо працевлаштування з підтримки держави, бізнесу, і щодо самої самозайнятості. Дана категорія населення є однією із особливо вразливих груп на ринку праці. І до сьогодні реалії такі, що молоді люди перебувають у групі ризику, оскільки ринок праці практично не надає сприятливі умови для їх працевлаштування та забезпечення їм гідної оплати праці й умов роботи. Це, в свою чергу тягне за собою і соціальні проблеми, зокрема – зростання соціальної напруженості [2].

Ці проблеми виникли як, внаслідок відсутності чіткої державної політики у сфері зайнятості і недостатнього рівня реформування трудового законодавства, так і внаслідок впливу демографічних та міграційних процесів. Давно вже стало у світі аксіомою, що результативною формою сприяння економічної активізації молоді є розвиток підприємництва. Сприяння самозайнятості молоді та вдосконалення механізму державної підтримки молодіжного підприємництва є визнаним як один зі шляхів розв'язання питань безробіття у цьому особливому соціальному сегменті. Відіграючи в суспільстві не тільки економічну, але переважно соціально-економічну функцію (зокрема, у створенні нових робочих місць без надмірного навантаження на громадські ресурси, у сприянні соціальному відтворенню суспільства), створення сприятливих умов для розвитку цієї сфери, відповідно, дає свій соціальний ефект. Особливо це актуально для трансформаційних суспільств, до яких відноситься і Україна. Адже саме сьогоднішня молодь, молодіжне підприємництво/самозайнятість визначатимуть обличчя нашого суспільства, економічний потенціал країни вже через десяток років. Від розвитку різних форм сьогоднішнього молодіжного бізнесу будуть залежати темпи економічного зростання і розвитку нашої країни завтра.

Як показує майже тридцятирічний досвід суспільно-економічного розвитку України, саме *існування* молодіжного підприємництва та самозайнятості (далі як МПіС), не говорячи про його *розвиток*, стає проблематичним через неспроможність та небажання держави розвивати цю сферу [3; 4].

Сформована ситуація олігархічності держави та монополізації великого бізнесу, а відповідно і постійно-змінююче суперечливе податкове законодавство, відсутність прозорих правил ведення бізнесу, адміністративні бар'єри на шляху створення і становлення підприємницьких структур заважають не тільки поступу, а й функціонуванню даної сфери. Досить низьким показником для України відображається рівень підприємців серед молоді (близько 5%) та рівень прагнення ним стати (близько 1/3 серед молоді). Звісно, це приблизні цифри, так як можливості фіксації та вимірювання цього сегменту не закладено у відповідних державних інституціях. До того ж потенційній підприємницькій молоді заважають розвиватися різні обставини: недостатній рівень знань та досвіду, складні економічні та політичні умови, недосконала податкова система для молодіжного підприємництва, відсутність стартового капіталу та багато ін. Хоча, згідно з теорією «вроджених здібностей» вважається, що генетичну схильність до підприємництва виявляє не більше 5-7% від населення країни [5], все ж підприємницький хист, як засвідчує світовий та вітчизняний досвід (розквіт кооперативного та підприємницького руху в СРСР та пострадянських країнах до середини 90-х рр.), можна також сформувати та розвивати через розгалужену систему стимулювання та інституціонального сприяння. Крім того, господарсько-комерційна самозайнятість

населення України трансформувалася у відповідну проміжну форму економічної активності, як альтернатива безробіттю та роботою за наймом, як дієва форма підприємницької активності, що не потребує спеціальних навичок і ресурсів для ведення справи.

Незважаючи на численні публікації, присвячені визначенню та вирішенню проблем зайнятості молоді, питанню молодіжного підприємництва як засобу підвищення рівня зайнятості молоді приділено ще недостатньо уваги. Аналіз літератури показав, що на сьогодні бракує публікацій з акцентом на висвітлення питань молодіжного підприємництва та самозайнятості в Україні, оскільки здебільшого ця проблема розглядається в контексті молодіжної політики у комплексі з питаннями громадянської та політичної активності, дозвілля та стану здоров'я, сім'ї та сімейних цінностей молоді тощо. У наукових публікаціях характеризуються лише окремі аспекти цього різновиду економічної активності молоді – соціально-педагогічні, статистичні, освітні тощо. Тому, це дає лише фрагментарне уявлення щодо проблем і перспектив розвитку МПіС, з констатацією потреби конкретних механізмів їх активізації.

Аналіз літератури також показує, що на сьогоднішній день немає і чіткого розуміння сутності такого економічного явища як «молодіжне підприємництво». Це поняття відсутнє і у Цивільному, Бюджетному й Податковому кодексах України. Жоден нормативно-правовий акт в Україні не застосовує поняття «молодіжне підприємництво», «молодіжна підприємницька діяльність», «суб'єкт молодіжної підприємницької діяльності», що, в свою чергу, впливає на відсутність відрегульованої правової захищеності молодого підприємця.

Спеціальні дослідження інституціональних та інших проблем МПіС у вітчизняній дослідницькій сфері проводяться вкрай мало. В наявних публікаціях мова йде посередньо про можливість дослідження лише існуючого рівня цих процесів, що вже здійснюється на практиці, однак мало вивчено інтенції (проблематика можливостей) як самого суб'єкта аналізу (молодого підприємця), так і пошуку можливостей вирішення проблеми у відповідній системі: «молодь – підприємництво – держава – суспільство». Відчутно брак інформації з боку комплексних емпіричних соціологічних досліджень цієї проблематики, на основі яких можна було б дати цілісну та більш повну характеристику підприємницької самозайнятості та з'ясувати суть найбільш виражених проблем.

Однак, не можна стверджувати, що проблеми розвитку підприємництва не досліджувалися в працях українських учених-економістів. Проте в їх дослідженнях не розкрито сутність молодіжного підприємництва та чинників його поступу. як у широкому соціологічному контексті, так і у вузькому – економіко-управлінському.

Проблеми розвитку молодіжного підприємництва та самозайнятості з різних аспектів, зокрема вивчення взаємозв'язку інституціонального сприяння в умовах трансформаційних змін стали предметом уваги багатьох дослідників: економістів, соціологів, управлінців, статистів: Артющкова А., Бондаревська К., Гросул В., Головатий М., Головенько В., Демченко І., Дядюк М., Зубкова С., Куцоконь М., Комарова Н., Костенко О., Мерзляк А., Кривцова О., Левченко М., Лозняк О., Немирівський Я., Яременко О., Піддубна К., Пустовойт О., Раєвнева О., Савина І., Стефанишин О., Романенко І. та інші. Емпіричні дослідження економістів та соціологів (Е. Лібанова, О. Цимбал, О. Ярош, Л. Лісогор та ін.) хоч і свідчать про низьку підприємницьку активність серед молоді та невисокий рівень доходів молодих підприємців.

Молодіжне підприємництво – це дуже складний сектор, який вимагає особливо серйозної уваги з боку державних інститутів. Тому, актуальність теми дослідження визначається необхідністю системного вивчення особливостей його розвитку в Україні, рівня проблематичності та вдосконалення його інституціональної підтримки. Актуальним залишається, на наш погляд, питання не стільки *вдосконалення*, скільки *формування* та *реального здійснення* існуючого механізму підтримки самозайнятості молоді та молодіжного підприємництва з урахуванням сучасних тенденцій та зарубіжного досвіду.

§1.2. Понятійні аспекти проблематики молодіжного підприємництва та самозайнятості

В силу обставин невизначеності понятійного апарату молодіжного підприємництва, доцільно обґрунтувати визначення основних понять, що репрезентують цей об'єкт дослідження.

Інституціоналізація ринкового середовища, диференціація форм власності сприяють трансформації економічної поведінки населення і водночас поширенню інших форм зайнятості. Під *молодіжним підприємництвом* пропонується розуміти самостійну, господарську діяльність осіб, віком від 16 до 35 років, які зареєстровані як суб'єкти підприємницької діяльності та активно займаються господарською діяльністю, основною метою якої є отримання прибутку та забезпечення матеріального благополуччя [6; 7; 8]. Особливістю даного сегмента підприємництва є те (чому, власне і виникає необхідність приділення особливої уваги з боку держави, порівняно з іншими), що молодь, як ще не сформована, у професійному сенсі когорти, потребує створення специфічних умов для господарювання та забезпечення відповідної «підприємницької соціалізації» для подальшого формування та підтримки господарсько-підприємницького менталітету та економічної культури. Слід враховувати, що життєвий досвід молодої людини відрізняється від досвіду представників старших поколінь. Однією з нових форм зайнятості в сучасних умовах економічного розвитку, включення працездатного населення в процес активної трудової діяльності є самостійна зайнятість населення. Явище *самозайнятості* (зокрема молоді) в Україні носить ще більше ознак понятійної невизначеності чи аморфності ніж молодіжне підприємництво. *Самозайнятість* як тип економічної поведінки можна охарактеризувати, з одного боку, як стратегію забезпечення умов життєдіяльності у мінливій життєвій ситуації та вирішення проблеми безробіття, а з другого – як перший крок у реалізації підприємницької поведінки [9; 10] Тому, перехід господарської самозайнятості у формат підприємництва є соціальним індикатором зрілості суб'єкта індивідуальної трудової діяльності. Хоча, за умов ринкових трансформацій самозайнятість для певної частини населення є, з одного боку – способом виживання у скрутній життєвій ситуації. З іншого – платформою до формування осередку економічного саморозвитку, що приносить прибуток і державі. Найоптимальнішим проявом самозайнятості є *підприємницька* діяльність. У вузькому тлумаченні вона визначається як діяльність, що приносить дохід у грошовій або натуральній формі і проводиться суб'єктом індивідуально. Її можна характеризувати такими ознаками, як: виконання робіт за винагороду виключно власними зусиллями, засобами праці, та за рахунок власних коштів, юридична незалежність, створення однією особою одного робочого місця (для себе); одноосібне розпорядження результатами праці. [11; 12]. Особа вважається індивідуально зайнятою (самозайнятою), якщо вона відповідає всім переліченим ознакам.

Від традиційної зайнятості з регулярною винагородою, самозайнятість відрізняється властивою їй автономністю й індивідуальною спрямованістю, що сприяє поступовому формуванню принципово нового прошарку економічно активного населення, яке відмовилося від патерналістських очікувань. Саме в цьому полягає соціальна цінність самозайнятості [9; 10].

Фактично їх прирівнюють до фізичних осіб-підприємців. В різних дослідженнях категорію «самозайнятість» інколи окремо відділяють від статусу «підприємця». У різних інтерпретаціях її відносять до підприємництва, як комерційної діяльності, платника податку, який є фізичною особою - підприємцем [12]. Тому, в різних аналітичних матеріалах, цю категорію економічно зайнятого населення, в одному випадку відносять до ФОП, а в іншому, інколи – до ведення власного господарства (при формальному статусі безробітного) або навіть до неформальної зайнятості. Саме тому ми зосереджуємо більше уваги на цій формі господарювання, яка найбільше репрезентує пропідприємницьке господарювання в Україні, з позиції найбільш масового сегмента у цій сфері.

Через підміну чітких критеріальних ознак, це явище не завжди просто піддати статистико-соціальному вимірюванню. В більшості випадків у наукових джерелах світової практики цей сегмент господарювання відносять до явища *неформального підприємництва* (А.Потерс) [6; 14; 15]. Однак, опускаючи правовий аспект цього сегменту, варто акцентуватися на категорії самозайнятості молоді як показника її економічної активності та вирішення проблеми безробіття.

§1.3.Оцінювання рівня розвитку молодіжного підприємництва та самозайнятості: аналіз та модифікація відповідних показників

Міжнародний досвід. Міжнародний досвід засвідчує умовний поділ досліджень оцінки підприємництва на такі дві групи: ті, які спрямовані на вивчення самоорганізаційних засад підприємництва, і ті, що пов'язані з вивченням факторів поза межами контролю підприємця. Дослідження першого типу, за предмет виділяють такі умови, як: типи підприємств, етапи життєвого циклу, типи інновацій, покладених в основу бізнес-концепції, інструменти виходу на ринок. Значна увага в подібних дослідженнях приділяється особистості підприємця, який має здатність направляти і регулювати результати всіх важливих дій компанії. Відмінності в цілях підприємця, а це: забезпечення виживання, підтримання певного стилю життя, динамічний розвиток, швидке отримання доходу, визначають відмінності в поведінці компаній, що призводить до необхідності вивчення особистих якостей успішних лідерів з тим, щоб виявити у них схожі характерні риси, копіювання яких збільшило б можливості досягнення успіху підприємцями-початківцями.

Дослідження в рамках другого підходу розглядають соціокультурні, фінансові та структурні чинники, що впливають на підприємницьку активність. Загальний стан економічної компоненти зовнішнього середовища є фактором, що стимулює або перешкоджає розвитку підприємництва. При його дослідженні, з даних позицій аналізуються політичні та економічні умови існування суспільства, державне регулювання, лімітування діяльності окремих галузей, етап економічного циклу, рівень безробіття і т. п. Для прикладу, розглянемо кілька міжнародних проєктів, що характеризуються різною дослідницькою методикою (з відповідною оцінкою щодо їх валідності до наших умов), що широко застосовуються у світі для дослідження підприємництва, включаючи і Україну.

§1.3.1. Методика і організація вивчення підприємницького потенціалу суспільства в рамках проєкту GEM

До досліджень такого типу відноситься міжнародний дослідницький проєкт «Глобальний моніторинг підприємництва (Global Entrepreneurship Monitor - GEM), що представляє собою дослідницьку програму, яка сфокусована головним чином на стимулах економічного зростання. Цей дослідницький проєкт позиціонується як соціально-статистичний. Його мета – вивчення рівня підприємницької активності населення для з'ясування її вкладу в економічне зростання.

Головними цілями GEM виступає кількісна оцінка залучених в підприємницьку діяльність людей у певний період часу і виявлення чинників, які призводять до успішного становлення бізнесу. GEM є лонгitudним дослідницьким проєктом. Його завдання - відповісти на два взаємозалежних питання, які є стрижневими при формулюванні цілей і методів економічної політики держави, а саме: 1) *який внесок підприємницької активності в економічний добробут країни?* 2) *що уряду потрібно зробити, щоб підвищити рівень підприємницької активності?* Для отримання відповідей на поставлені питання, зокрема, розглядаються такі напрямки, як:

- специфічні національні умови та інститути, що підтримують розвиток підприємницького сектора;
- потенціал уряду з підтримки підприємництва;
- відношення між можливостями для включення в підприємницьку діяльність і фактичною включеністю населення в неї;
- міждержавні зіставлення рівня підприємницької активності;
- оцінки вкладу підприємницького сектора в економічне зростання.

Сама методика, як би дозволяє виявити фактори, що визначають відмінність рівня підприємницької активності і визначити заходи, що дозволяють підвищити рівень підприємницької активності. В рамках цього проєкту вивчається механізм впливу підприємництва на економічне зростання і аналізуються фактори зовнішнього середовища, які впливають на ділову і підприємницьку активність.

Перша група факторів зовнішнього середовища – це загальноекономічні умови, такі як: відкритість ринків, державна політика в галузі створення і регулювання діяльності компаній, стан фінансових ринків, ринку праці, розвиток інститутів. До *другої* групи належать чинники розвитку підприємництва, що впливають на можливості створення компанії і розвитку підприємницьких здібностей і навичок, а також мотивують створення підприємницьких фірм. Для аналізу даної групи чинників використовується національна економічна, демографічна статистика, а також інша вторинна інформація про стан зовнішнього середовища [див.16].

Відповідно до методики проєкту виділяються 10 умов розвитку підприємництва, серед яких: наявність фінансової підтримки, політика держави, державні програми, освіта та професійна підготовка, впровадження науково-технічних розробок, комерційна і професійна інфраструктура, відкритість ринку/бар'єри входження на ринок, доступ до фізичної інфраструктури, культурні та соціальні норми, а також захист прав інтелектуальної власності [див. 16].

Об'єктом дослідження GEM є, в першу чергу, самі підприємці, їх мотиви для зайняття підприємницькою діяльністю, джерела фінансування та очікування від участі в підприємстві. Виходячи із завдань проєкту, GEM використовує для проведення обстеження анкету, яка містить 87 питань, об'єднаних в 9 блоків, що з різних сторін характеризують відношення респондента до організації підприємницької діяльності.

Однак, як і будь-який міжнародний лонгітюдний проєкт, GEM накладає ряд обмежень на можливість вивчення підприємницького потенціалу. Наприклад А.Чепуренко через проєкції GEM бачить вивчення «пропозиції» підприємницьких послуг суспільству [див.16]. Дослідницькі завдання вирішуються шляхом збору та аналізу соціологічної інформації про ставлення, міру включеності та успішності, а також мотиви вибору для себе підприємництва як форми господарської самодіяльності. Хоча тут і поданий набір індивідуальних характеристик, що сприяють залученню до підприємництва і успішності бізнесу, тобто наявності можливостей для підприємницького старту, все ж, більшість із компонентів інструментарію у наших умовах не проявляють належний рівень валідності (так звані фактори сприйняття (perceptual variables)). Це: усвідомлення наявності необхідних навичок і знань; боязнь невдачі/схильність до ризику; оцінка можливостей для заняття підприємництвом в регіоні проживання (alertness); очікування поліпшення або погіршення матеріального добробуту сім'ї; очікування поліпшення або погіршення умов для зайняття підприємницькою діяльністю в країні; оцінка відношення до підприємництва в регіоні; оцінка відношення до підприємництва в країні; очікування зростання фірми; задоволеність/незадоволеність життям [див.17]. Крім того, на нашу думку, сам інструментарій не є недостатньо адаптованим для обліку національно-державних особливостей, а також для оперативного включення додаткових, або уточнення вже наявних питань (оскільки при цьому виникає небезпека втрати можливості для порівняння даних).

§ 1.3.2. Проєкт AGER (Global Entrepreneurship Report) у дослідженні підприємництва

Іншим проєктом дослідження підприємництва є так званий проєкт **AGER** – глобальне дослідження про підприємництво. Цей міжнародний дослідницький проєкт був запроваджений Міжнародною компанією Amway [18] у різних країнах світу, включно з Україною, який спрямований на вимірювання підприємницького настрою.

Вимірювальні індекси, що складають його інструментарій, відображають думку потенційних підприємців і визначаються за трьома ключовими параметрами: бажання, готовність, стійкість. Основними складниками індексу є: очікування та оцінка підприємцями поточної ситуації, плани розвитку бізнесу на наступний період (див.Рис.1.1).

Сам індекс інтегрується з двох системних складових: оцінка *зовнішніх* та *внутрішніх* чинників. До *зовнішніх* чинників, як «**Підтримуючого середовища**» до методики відносять такі компоненти як: доступність технологій, підтримуюча система освіти, сприятлива економічна ситуація, зрозуміле регулювання, прийнятні податки. До *внутрішніх* чинників, як «**Оцінки своїх можливостей**» відносять: готовність приділяти час, генерація бізнес-ідей, стартовий капітал, готовність до ризику, готовність приділяти час, підтримка близьких. На

жаль, самий інструментарій та методика вимірювання не є в доступі, щоб надати відповідну оцінку даному дослідницькому проєкту.



Рис.1.1. Чинники установки на підприємництво (з посиланням на АGER – глобальне дослідження про підприємництво)

Однак, на підставі наявних матеріалів, то щодо оцінки та рівня валідності даної методики, можна загалом відмітити прийнятні та неприйнятні моменти.

Судячи по складовим компонентам, методика розрахована на дослідження розвитку підприємництва в країнах з розвиненим ринковим господарством, у яких є всі необхідні умови та існує «позитивна» мотивація створення власної справи. В Україні все по-іншому. В більшості випадків інституційні умови практично відсутні, а мотивація, це – свого роду лотерея, пошук можливості економічно вижити. Чимало підприємницьких стартів здійснюється під впливом таких причин і обставин, як відсутність альтернативних можливостей забезпечення доходу, необхідність забезпечити виживання. Практично нічого, що пропонується оцінити – немає. Дана методика застосовується для міжкраїнного порівняння рівня підприємницького клімату, який у нас практично відсутній. І хоча за окремими позиціями за цією методикою Україна має непогані ознаки, однак низька валідність нерідко показує хибні результати.

§1.3.3. Проблемні аспекти науково-інформаційного відтворення розвитку молодіжного підприємництва в Україні

Кількісний аналіз становища та розвитку малого та середнього бізнесу в Україні загалом – процес доволі складний. Однак, він ще більш унеможливлений стосовно молодіжного підприємництва та самозайнятості, і перш за все – з методологічних причин, а саме: відсутності (не розробленості) відповідних показників реєстрації та інших висхідних й похідних показників. З іншого боку, варто враховувати, що рівень становлення та розвитку дрібного бізнесу/самозайнятості слід аналізувати передусім не за абсолютними показниками, які не завжди відображають реальну ситуацію, а за відносними чи інтегрованими.

Функціонування цього сегменту аналізується здебільшого, за економіко-статистичними макропоказниками, у яких відсутній соціальний контекст [19; 20]. Виходячи з цього, національні програми підтримки розвитку малого бізнесу, що реалізуються без підкріплення регіональними програмами та відповідного соціологічного аналізу, не дають очікуваного ефекту для розвитку підприємницької діяльності в Україні. Іншою суттєвою проблемою є вкрай низький рівень врахування державними органами влади наукових розробок та пропозицій. Посилаючись на показники кількості приватних одиниць господарювання, за якими можна охарактеризувати деякі сторони розвитку цього господарського сегменту як прояву активності населення України, і зокрема молоді, варто звернути увагу на окремі умовності. По-перше, це те, що різні державні інституції, які мають відношення до фіксації стану розвитку малого підприємництва (куди входять, як самі малі підприємства - юридичні особи, так і фізичні особи-підприємці), в оприлюдненні відповідних даних не завжди

опираються на спільні критеріальні їх характеристики. По-друге: інколи дані подаються з посиланням на «кінець», «середину» чи «початок» поточного року, беручи його за основу. По-третє, і найголовніше: при аналізі чисельності зареєстрованих суб'єктів господарювання, не завжди беруть до уваги і кількість тих, які припинили свою діяльність. Фіксація чисельності цієї категорії також має свої перемінні: 1) імовірність (від 1 місяця до року і більше) вчасного звернення самих суб'єктів господарювання про припинення діяльності; 2) відповідність цих даних поточному періоду. Величина та динамізм ротації та несинхронність реєстрацій відкриття та закриття «діяльності» підприємств/справ ускладнюють опис становища та розвитку дрібного підприємництва. Тому, про точність, а можливо, і валідність остаточних даних можна говорити умовно. Загалом, вищезазначене свідчить про те, що опис в динаміці (за єдиним принципом та критеріями) деяких сторін розвитку підприємництва носитиме більш презентаційний характер. Надалі це питання буде розкрито нами у процесі опису становища молодіжного підприємництва/самозайнятості в Україні [19; 20].

Список використаних джерел до розділу I.

1. Економічна активність населення України 2018: Статистичний збірник. Державна служба статистики України: Київ-2019.
2. *Сірий Є.В., Нахабич М.А.* Соціальна напруженість в Україні засадничі аспекти та розробка інструментарію (за результатами фундаментального дослідження). Монографія. К.: ЦОП «Глобус». 2018. 182 с.
3. *Сірий Є.В.* Рольова участь держави у сприянні розвитку молодіжного підприємництва та самозайнятості у європейському контексті: стан, оцінка, перспективи>//Міжнародні відносини: теоретико-практичні аспекти», №6 (2020), с.107-124, КНУКІМ.
4. Сучасний стан та шляхи розвитку малих підприємств в Україні. Режим доступу <https://naub.oa.edu.ua/2014/suchasnyj-stan-ta-shlyahy-rozvytku-malyh-pidpryemstv-v-ukrajini/>.
5. *Білецька Л.С.* Психологія бізнесу. Навч.-метод. пос.// Ів.-Фр. 2007. – 150 с.
6. *Сірий Є.В.* Підприємництво як предмет теоретико-соціологічного осмислення. Монографія. К.: «Україна» 2008. 392 с.
7. *Куцоконь М.П.* Молодіжне підприємництво та активізація суб'єктивного підприємницького потенціалу молоді. Навчально-методичний посібник / За ред. проф. Гудзя П.В. – Донецьк: Юго-Восток, 2006.- 286с.
8. *Левченко А.О., Янішевська А.В.* Молодіжне підприємництво – перспективний шанс для молодих спеціалістів//Наукові праці КНТУ. 2009, №15, с.52-56.
9. *Кудринська Г.І.* Самозайнятість як тип економічної поведінки. Автореф. Дис. на здобуття наукового ступеня канд. соціол. наук. за спец.22.00.04 – спеціальні та галузеві соціології. Харків 2009. 22 с.).
10. *Варга Н.І.* Самозайнятість населення як форма соціально-економічної адаптації: регіональний аспект//Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія «Педагогіка, соціальна робота» 2013. Вип. 28. с.25-30.
11. *Волошко А.О., Волошко Л.Б., Лєвошко Н.В.* «Підприємництво як життєва перспектива сучасної молоді та ресурс модернізації національної економіки» Режим доступу <http://ukr.vipreshebnik.ru/econ-teor/4479-pidpriemnitstvo-yak-zhitteva-perspektiva-suchasnoji-molodi.html>).
12. *Папп В. В.* Сучасний стан і тенденції розвитку малого підприємництва в Україні. БІЗНЕСІНФОРМ. 2013. № 6. С. 160–164.
13. Офіційний сайт Державної фіскальної служби України. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://sfs.gov.ua/samozaynyatim-osobam/zagalna-informatsiya/>.
14. *Портес А.* Неформальная экономика и ее парадоксы / А. Портес // Западная экономическая социология. Хрестоматия современной классики /Сос. и науч. ред. В. В.Радаев и др. – М.: РОССПЕН, 2004. – С. 303–339.
15. Неформально зайняте населення за статтю, місцем проживання та віковими групами у 2017 році. URL: http://ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2017/rp/eans/XLS/nzn_smpvg_2017_u.zip.

16. *Верховская О.Р., Дорохина М.В.* Предпринимательская активность в современной России// Российский журнал менеджмента. Высшая школа менеджмента СПбГУ Том 6, № 1, 2008. С. 25–52]
17. *Чепуренко А.Ю.* Раннее предпринимательство в России: промежуточные результаты GEM// Мир России. 2008. № 2. С. 22-40.
18. *AGER – 2018.* Глобальне дослідження Amway про підприємництво. К.-2018. – 32 с. Режим доступу: https://platforma-msb.org/wp-content/uploads/2018/09/AGER-2018-Ukraine-ua_final.pdf.
19. *Сірий Є.В.* Молодіжне підприємництво та самозайнятість: статистико-соціологічний аналіз досвіду та проблем розвитку»// Актуальні проблеми соціології, психології, педагогіки. К. 2020 (2019), № 4, с.51-63.
20. *Сірий Є.В.* Сучасне становище молодіжного підприємництва: статистичний та соціологічний вимір»// Демографія та соціальна економіка, 2020, 1(39). С.63-78.

Розділ II. МОЛОДІЖНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО В УКРАЇНІ: СТАН ТА МОЖЛИВОСТІ ЙОГО РОЗВИТКУ

Як вже зазначалося, проблематика розвитку молодіжного підприємництва є однією із найменш вивчених у сфері молодіжної політики. Така ситуація обумовлена хоч і невеликою кількістю причин, однак різною за їх природою. Це, в першу чергу, як і неналежна увага з боку держави, так і практична відсутність первинної соціальної інформації щодо функціонування цього соціального сегменту.

У розвинутих країнах світу ситуація є зовсім іншою. В більшості з них існує постійний пошук можливостей, інструментів для розширення меж сприяння діловій активності та формування сприятливого інституційного середовища для розвитку бізнесу. Натомість, в Україні, впродовж усіх років незалежності, внаслідок недостатньої обґрунтованості та непослідовності інституціональних трансформацій сформувалось та продовжують функціонувати, за оцінкою фахівців, несприятливі для підприємництва умови, які загалом, характеризуються складністю регуляторної та дозвільної системи, нестабільною податковою політикою, загрозливими проявами корупції, існуванням системних підприємницьких ризиків та відсутністю інституційних умов легальної діяльності [1]. Це лише окремі ключові ознаки даної проблеми.

Вирішення інституційних проблем деформації підприємницького середовища, що негативно впливають на активізацію та розвиток підприємницького потенціалу регіонів країни, досі перебуває у своїй, так би мовити, перманентності «державного волевиявлення», а тому й передбачає актуалізацію досліджень у цьому напрямі.

Як показує досвід, проблема молодіжного підприємництва дедалі поглиблюється, а влада уже традиційно відсторонюється від її вирішення. Загалом, малий бізнес сьогодні працює на виживання і, перебуваючи на позиціях неконкурентності в правовому полі, просто розчиняється серед усіх суб'єктів господарської діяльності. Якщо і надалі не брати до уваги цей момент, то цілком ймовірно, що невдовзі ситуація дійде до критичного загострення соціально-економічних проблем в суспільстві, що вже і проявляється дедалі частіше. Щодо засадничо-правових аспектів (про що вже йшлося), то, як показує аналіз відповідних джерел, на сьогоднішній день немає й чіткого розуміння сутності такого економічного явища як «молодіжне підприємництво». Тому, цілком можна стверджувати про відсутність (принаймні – дуже низький рівень) прагнення держави у наданні «зеленого світла» для розвитку цієї сфери.

Беручи для порівняння відповідні загальні показники процесу розвитку підприємництва/самозайнятості серед молоді, для прикладу з розвинутими країнами, в Україні ситуація з цим далеко не втішна. В США на 320 мільйонів населення зареєстровано близько 10 мільйонів малих підприємств. У Канаді підприємцем є кожен 10-й житель країни – на 32 мільйони населення тут зареєстровано близько 3 мільйонів фірм [2]. В Японії у малому бізнесі працюють близько 8-9 млн. дрібних підприємств [2]. Знову-таки в США, де молодь становить 1/4 економічно активного населення, близько 6 млн. молодих людей займається бізнесом [3]. Там, рівень економічно активного населення загалом становить близько 51%.

Приблизно така ж пропорція за рівнем економічної активності населення у віці 15-70 років відображається і в Україні – 62,6% (2018 р.) [5]. Однак, все ж, досить низьким показником для України виявляється рівень підприємців серед молоді, та рівень прагнення ними стати [6; 7]. В середньому, впродовж останніх 4 років в Україні налічувалось близько 2 млн. (1,973 млн. у 2016 р.) суб'єктів малого і середнього підприємництва, з яких 1,63 млн. фізичних осіб-підприємців і 343 тис. юридичних осіб-підприємців [4].

Можна сказати, що фактично, близько з 40 млн. українців власний бізнес мав кожен 20-й. Однак, наведений нижче аналіз цифр говорить про те, що критерії визначення МСіП в Україні (які все ж не відповідають європейським) не можуть повноправно використовуватися для проведення коректного порівняння стану розвитку бізнесу в Україні з країнами ЄС. Ці показники є умовними, і далеко не повно відображають реальну картину. Реальна чисельність діючих одиниць дрібного бізнесу, самозайнятості, за приблизними підрахунками у декілька разів менша.

Ще дещо нижчий рівень підприємницької активності було зафіксовано соціологічними дослідженнями, проведеними в період 2015/18 рр. Зокрема, за даними опитування «Молодь України» [6], що проводилося у 2017 році на замовлення Міністерства молоді та спорту України, лише 3,7% опитаних молодих людей на час опитування були підприємцями, а 2,5%

– були ними раніше, але закрили свій бізнес. А згідно результатів дослідження «Перехід на ринок праці молоді України» (дані 2015 р.), лише 2,7 % молоді вказали, що підприємницький дохід є основним джерелом їх матеріального забезпечення [8]. Це, попри те, що, за даними Державної служби статистики, із таких бізнес-одиниць, що реально працюють, становить близько 25% [9]. Навіть приблизні підрахунки вказують на досить низькі показники підприємництва та самозайнятості молоді.

Щодо показників економічної ефективності діяльності МПіС, то тут є ще більше невизначеностей. Що стосується частки внеску малого бізнесу загалом у вітчизняний ВВП, то точних даних немає. За різними даними, українські «малі» підприємства (в окремих джерелах до них відносять і «середні» підприємства) дають економіці 5-15% ВВП. За даними 2011 року цей показник дорівнював близько 7 %. [10]. Однак, у країнах «старої» Європи (Німеччина, Франція) продукція малих підприємств формує понад 50 % ВВП; понад 30 – 40 % ВВП у країнах «нової» Європи (Чехія, Словаччина, Угорщина). Це те, що стосується малого бізнесу загалом. Що стосується молодіжного сегменту підприємництва, то тут практично нічим оперувати, як в інформаційному контексті, так і у «валовому». Крім того, на сьогоднішній день 34 % офіційно зареєстрованих безробітних – це молодь у віці до 35 років [5]. І ситуація щодо працевлаштування молоді щороку все більше погіршується, зважаючи ще і на відсутність ефективного законодавчо закріпленого механізму гарантії молодим спеціалістам роботи. Саме тому необхідно активніше створювати дієві, сприятливі умови для самозайнятості молодого покоління, додатково переймаючи досвід розвинутих країн.

§2.1. Особливості розвитку молодіжного підприємництва та самозайнятості молоді в Україні

Аналіз проблем розвитку молодіжного підприємництва та самозайнятості (МПіС) свідчить про наявність кількох осередків. Одним із них є держава як суб'єкт підтримки підприємництва. Інші стосуються як безпосередньо самої молоді, їх соціального середовища, чинників формування менталітету, так і глобалізаційних процесів. Також дослідницькою проблемою цієї сфери є відсутність необхідної та валідної інформації щодо її розвитку. З огляду на це, молодіжний підприємницький сегмент ми аналізуватимемо крізь призму проблемної ситуації розвитку малого підприємництва в Україні загалом, так як більшість проблемних моментів цієї сфери мають на нього безпосередній вплив.

Варто почати з того, що вагомим макрочинником впливу на розвиток підприємництва та самозайнятості серед молоді, загалом є демографічна ситуація в країні. За даними Державної служби статистики [11], за останні 4 роки (з 2017 по 2020 рр.) чисельність молоді віком 16-34 роки зменшилася приблизно на 1,06 млн. осіб, становлячи у 2017 р. – 10 813,5 тис. осіб, а у 2020 р. – 9756,8 тис. осіб (див. Рис.2.1). Це – перша демографічна причина відсутності потенціалу українського суспільства активізувати процес розвитку молодіжного підприємництва. Іншою причиною є рівень реального сприяння політики держави розвитку підприємництва загалом, не говорячи вже про можливість лояльних маркерів (проявів) у державній політиці щодо сприяння молодіжному підприємству зокрема.

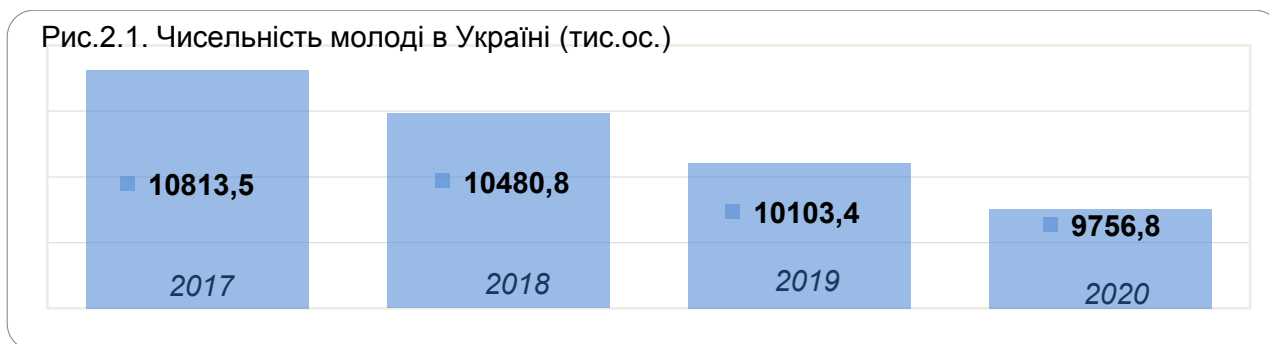


Рис.2.1. Динаміка зміни чисельності молоді (період: 2017-2020 рр., тис.осіб)

Тепер варто перейти до розгляду іншої, більш суттєвої причини, яка пов'язана з інституціональними умовами розвитку МП. Численні аналітичні дані говорять про

суперечність характеру малого бізнесу загалом в Україні. На сьогодні цей процес відбувається в нашому суспільстві дуже повільно, суперечливо, і мабуть, скоріше «в супереч», ніж «завдяки» волі держави. Цьому є не мало підтверджень: умовиводи, висновки, результати різних обслідувань, вітчизняних та міжнародних аналітичних проєктів. Так, щодо самих умов розвитку малого підприємництва, то ще 4 роки потому, згідно даних Міжнародного дослідницького проєкту AGER – глобального дослідження про підприємництво (Amway Global Entrepreneurship Report) [12], було виявлено, що *Індекс* підприємницького настрою в нашій країні (інтегральні вимірювання за параметрами: *бажання, готовність, стійкість*) становив 21 пункт проти 42 – в країнах ЄС, та середньосвітового рівня – 47 пунктів [12].

Ключовий показник вимірювання (центральний індекс дослідження) – «*Індекс ділового клімату*» в Україні у 2016 році дорівнював «+0,06» за шкалою від -1 до +1. Він зріс на 5 пунктів, порівняно з попереднім роком, коли його значення становило майже «0». Результати дослідження свідчили про те, що оцінки стану ділового середовища покращились, а оптимізм представників малого та середнього бізнесу щодо найближчих планів – зріс. Разом із цим, «темпи зростання» оптимізму дещо зменшилися у 2016 році. Тоді, найбільшого прогресу Україна досягла за такими критеріями, як: *отримання дозволів у будівництві* - 41 сходинка проти 186, *реєстрація власності* – 97 сходинка проти 158, *доступ до кредитування* – 13 сходинка проти 24. Близько 65 % від загального показника у підйомі країни в рейтингу умов ведення бізнесу зробила будівельна галузь. Однак, не важко зрозуміти, що вона слабо впливає на економічний потенціал розвитку країни.

Протягом останніх п'яти років чисельність суб'єктів малого підприємництва неодноразово зазнавала змін - спостерігались як її зменшення, так і досить незначне зростання. Однією із причин цьому немало наукових джерел пов'язують із низькою ефективністю програм підтримки малого підприємництва [13, с.1-8]. Однак, дослідження розвитку цієї сфери в Україні показує, що загалом кількість малих підприємств та суб'єктів підприємництва за останні декілька років дещо зросла. Формально, сектор малого бізнесу в Україні (с середньому за останні 3 роки) охоплював близько 1,7 – 1,9 млн. суб'єктів малого підприємництва (ФОП) [14]. Разом з тим, досить незначне зростання їх кількості не дає підстав говорити як і про збільшення показників їхнього розвитку, так і загалом про покращення підприємницького клімату.

Величина та динамізм ротації «підприємств» (без врахування юридичних форм підприємництва) та несинхронність реєстрацій відкриття та закриття їх «діяльності» ускладнюють опис становища та розвитку дрібного підприємництва/самозайнятості. Тому, про точність, а можливо, і валідність остаточних даних можна говорити умовно. Також опис в динаміці (за єдиним принципом та критеріями) деяких сторін розвитку підприємництва носитиме більш презентаційний характер.

Так, за даними ДФСУ (див Табл.2.1, Рис. 2.1) на початок 2016 року в Україні налічувалось 1 млн. 973 тис. суб'єктів малого і середнього підприємництва, з яких 1,63 млн. фізичних осіб-підприємців і 343 тис. юридичних осіб-підприємців. У 2017 році «здійснювали діяльність» 1 млн. 650 тис. фізичних осіб – підприємців. На поч. 2018 року в Україні було зареєстровано 1,76 ФОП. Станом на 1 лютого 2019 року на обліку в Україні перебувало 1,867 тис. фізичних осіб підприємців (ФОП), з яких 1 252 тис. платників єдиного податку [15; 16; 17; 3]. Згідно цих даних, також прослідковується тенденція до збільшення кількості ФОП в Україні – приблизно на 15,7% (256 тис.) протягом 4 років (Табл.2.1., Рис.2.2).

Табл.2.1. Таблиця показників розвитку дрібного підприємництва в Україні 2016-2020 рр.

	2016	2017	2018	2019	2020
Кількість ФОП (млн.)	1,63	1,65	1,76	1,867	1,886
Кількість економічно-активного населення (15-70 р.) (млн.осіб).	17,95	17,85	17,9	18,12	18,06
Кількість ФОП на 1000 осіб ек.акт.населення	90,8	92,4	98,3	103	104,4

*Складено за офіційними даними Державної служби статистики України.

Абсолютні значення опису даної ситуації дають нам мало інформації. У світовій практиці задіяні різні показники розвитку економічної інфраструктури, зокрема малого та середнього бізнесу (як правило це відношення кількості різних господарських одиниць на частку економічно-активного населення: 1 тис., 10 тис і под.).



Рис.2.2. Динаміка зростання ФОП (2016-2020 рр.)

*Складено за офіційними даними Державної служби статистики України.

Якщо сформувавши умовний показник кількості фізичних осіб-підприємців (ФОП) у розрахунку до чисельності економічно-активного населення (15 – 70 р.) то можна побачити, що практично, досить слабко йде процес як абсолютного, так і відносного зростання розвитку дрібного підприємництва/самозайнятості в Україні (Табл.2.1, Рис.2.2). Відносно збільшення на певний «десяток» одиниць господарювання (ФОП) на 1 тис.осіб економічно-активного населення прогресом назвати досить складно, хіба що умовно. Тут більшою мірою мова йде не про порівняння становища цього процесу, а скоріше про порівняння характеру його зміни, бо відсутність будь-яких статистичних показників розвитку цієї сфери змушує нас вдаватися до таких умовних розрахунків та методики.

Однак, картина набуває ще більш реалістичніших ознак (і досить суперечливого характеру) щодо розвитку малого підприємництва, та опосередковано щодо молодіжного підприємництва, при врахуванні «закритих» та «діючих» суб'єктів підприємництва в Україні. Як показує практика, в Україні, як і в усьому світі, за статистикою, закривається приблизно 80% всіх нових бізнесів [18]. Так, за даними ДФС, протягом 2017 року кількість фізичних осіб, які зареєструвалися підприємцями і розпочали свою діяльність, становила 264 тис. осіб. Натомість закрилося 129 тис. ФОП [9; 19]. За даними ресурсу «Опендатабот» – сервісу моніторингу реєстраційних даних українських компаній, за 2017 р. припинили свою діяльність більше 253 тисяч приватних підприємців [20]. Загалом, згідно даних ДФС, за 2016 та 2017 рр. підприємницьку діяльність припинили 515,2 тис. ФОП, хоча з них реально працювало лише близько 25 % (129 тис.) [19; 20].

З початку 2019 року з 454 тис. фізичних осіб-підприємців, які подали заяву про зупинення своєї діяльності – 368,4 тис. протягом останніх років не здійснювали господарської діяльності [21]. За 2019 р. зареєструвалося понад 256 тис. нових ФОП, а закрилося - 213 тис. Серед останніх було 58 тис. тих, хто відкрився лише поточного року, але не зміг втриматися на плаву навіть такий короткий проміжок часу. Як повідомляє прес-служба аналітичної системи YouControl із посиланням на власне дослідження, від січня 2019 р. (1,91 млн.) по грудень 2019 р. (1,95 млн.), кількість ФОП зростає лише на 42 тис., що відповідає 2% реального приросту. Такі дані дають підстави говорити про відсутність позитивних зрушень у вітчизняному бізнес-середовищі за поточний рік. Як не як, але будь-яка сфера чи рівень господарювання є прив'язаними до певних механізмів, зокрема, стосовно доступу до вигідних кредитів, позитивного економічного та політичного середовища. У тих умовах, що

наразі знаходиться країна, навряд чи варто очікувати стрімкого розвитку чи розширення бізнесу, відкриття нових підрозділів чи освоєння нових напрямків [22; 23].

Як бачимо, статистичні дані, що відображають когорту молодіжного підприємництва та самозайнятості є відсутніми. Однак, альтернативним носієм цієї інформації, як вже говорилося, можуть виступати результати соціологічних досліджень молоді, що, зокрема висвітлюють даний проблемний напрямок. Як показують окремі дослідження минулих років (2015-2018 рр.), лише 4,8 % молоді у віці 14-19 років є самозайнятими (формально), у віці 25-29 років – 7,4 % [24]. Відповідно до критеріїв статі, віку та типу поселення, більше самозайнятих молодих людей налічується серед чоловіків, осіб середньої вікової групи молоді (від 25 до 29 років), та громадян, які проживають в обласному центрі [25]. У порівнянні з іншими державами цей показник не є низьким; у США, для прикладу, самозайнятих нараховується близько 10 %, у Німеччині – 9,6 %, у Британії – 13 %, в Японії – 11 % [26].

Таким чином, реальна картина розвитку дрібного бізнесу в Україні є далеко не втішною. Практика показує, що таку загальну кількість ФОП визначило не лише відкриття, а й припинення роботи підприємців. Подібні тенденції та висновки повністю можна екстраполювати і до розвитку молодіжного підприємництва в Україні, де звісно, є свої особливі умови його ведення. Як бачимо, формальне зростання їх кількості не призводить до збільшення показників їхнього розвитку. З іншого боку, відбулися певні структурні зрушення загалом у підприємницькому секторі, а саме – збільшення питомої ваги «непродуктивних» та соціально не значимих приватних підприємств (про що попередньо говорилося). Це: зайнятість у будівництві, інфраструктурних послугах (транспорт, логістика, зв'язок), фінансова діяльність, послуги підприємницькому сектору та професійна діяльність. Однак майже несуттєвою є зайнятість у сільському господарстві, виробництві тощо. Очікувано найбільший приріст кількості фізичних осіб-підприємців був у напрямку комп'ютерного програмування. Майже 11% зі всіх новостворених ФОП зареєструвалися саме у цій категорії. Вдвічі менше було ФОП (що посіли другу та третю сходинки), які обрали для себе роздрібну торгівлю продовольством у неспеціалізованих магазинах та б'юті-послуги [23].

Надзвичайно складною проблемою як вітчизняного ринку праці, так і усієї економіки, є масштабне поширення неформальної зайнятості в Україні. На цей сегмент зайнятої молоді ми звертаємо увагу саме з причини прояву її економічної активності, навіть, якщо вона неформальна. Сектор самостійної зайнятості в Україні є переважно неформальним – не зареєстрованим, ні як юридична особа, ні як приватний підприємець. Економічна активність населення у цій сфері більшою мірою реалізується через працю в особистих підсобних селянських господарствах, реалізацію вирощеної сільськогосподарської продукції (70,5% від загальної кількості самозайнятих), тимчасову сезонну зайнятість та надання різного роду індивідуальних послуг.

Проблема неформального підприємництва є більш характерною саме для «трансформаційних» країн та країн, що розвиваються. Аналіз показників самостійної зайнятості населення в Україні впродовж останніх 8 років засвідчив, що відповідний сегмент національного ринку праці є досить значимим. Щоправда, дані з різних джерел щодо кількості неформально зайнятих, суттєво різняться (у діапазоні приблизно від 20% до 40%). Зокрема, частка самозайнятих у державі (2013 р.) становила близько 19% [26]. Слід зазначити, що молодь частіше потрапляє до цієї категорії зайнятого населення у порівнянні з іншими віковими групами економічно-активного населення. За даними Державної служби статистики України кожна п'ята працююча молода людина працює неформально. Кількість молодих осіб віком 15–34 років, які працювали на неформальних робочих місцях, становила 1,3 млн. – 37,9 % від всіх неформально зайнятих. Поширення неформальної зайнятості інтенсивніше спостерігаються серед старших категорій молоді (25–29 та 31–34 років) [27]. За результатами міжнародного дослідження «School-to-work transition surveys» в Україні (2016), до 57,1 % (2496,0 тис.) молодих працівників потрапляють до категорії неформально зайнятої молоді [28]. Хоча ця статистика є проєктивною на підставі соціологічного опитування, все ж, такі цифри вказують на невтішність ситуації. За даними ДСС України чисельність неформально зайнятого населення, протягом останніх 4 років становить близько 3,5 млн. осіб (2017 р. - 3695,6 млн.; 2018 р. - 3541,3 млн.; 2019 р. - 3458,5 млн.). З них, співвідношення міського до сільського сегменту становить близько 45% / 55% [29].

У сільській місцевості неформальна зайнятість є чи не єдиним засобом виживання, а її розвиток зумовлений причиною неможливості знайти роботу та малої перспективності зайнятої діяльності. Так, за результатами опитування Фонду «Інтелектуальна перспектива» (2015) було виявлено, що серед різних чинників, які, на думку представників цієї соціальної групи заважають легалізуватися, є: *зависокі податки* (25% респондентів), *надмірно бюрократизована процедура реєстрації* (16%), *численні зміни в податках і законодавстві* (8%) [30]. Таким чином, причини «тіньового» характеру неформальної діяльності українського населення доволі очевидні.

Перейдемо тепер до розгляду іншого аспекту соціологічних портретних характеристик МПіС. За даними національного опитування малого та середнього бізнесу, проведеного в рамках Програми «Лідерство в економічному врядуванні» у 2016 р., найпоширенішою формою господарювання серед опитаних молодих підприємців є формат фізичних осіб-підприємців – 69 % (для порівняння серед старшої вікової групи підприємців – 32 %). Менша частка форми підприємств-юридичних осіб, серед яких 27 % малих та 4 % середніх підприємств, може бути обумовлена і ще досить нетривалою діяльністю молодих підприємців у бізнесі [25].

Достатньо низький рівень підприємницької активності молоді засвідчують результати дослідження проблем молоді «Перехід на ринок праці молоді» [24], згідно з якими серед зайнятої (працюючої) молоді лише 3 % становлять підприємці-роботодавці, а ще 7 % є самозайнятими.

Також про низьку підприємницьку активність серед молоді (а заодно і невисокий рівень доходів молодих підприємців) може свідчити і питома вага підприємницьких доходів, яка залишається досить низькою. Згідно з результатами дослідження «Перехід на ринок праці молоді України» [28], лише 2,7 % молоді вказали, що підприємницький дохід є основними джерелом їх матеріального забезпечення. Цей показник поступається за вагою випадковим доходам, про що зазначили 3,5 % респондентів.

Загалом, як показують відповідні соціальні дослідження, молодь є більш відкритою та готовою до створення власної справи, ніж більш доросле населення. Так, за результатами глобального дослідження про підприємництво (AGER, 2015) [12], середній показник позитивного ставлення до підприємництва в Україні становив – 63 % (у європейських державах світу він становить близько 75 %). При цьому, індекс підприємницького настрою в групі осіб віком до 35 років становить 50 пунктів, що є максимальним показником з усіх вікових груп у країні. Слід зазначити, що ключовими очікуваннями населення в Україні від запуску власної справи є саме перспектива отримання додаткового доходу (31 % опитаних) та можливість реалізувати власні ідеї (22 %). Разом з тим у світі головним мотивом створення власної справи виступає незалежність від роботодавця (48 % у світі проти 13 % в Україні) [31].

Також, як свідчать результати соціологічних досліджень «Молодь України», проведені у 2015/17 рр. [32; 33], близько третини молоді хотіли б стати підприємцями та відкрити власний бізнес, однак лише близько 10 % говорять про це як про найближчу перспективу. Найбільш активною, в цьому сенсі є вікова група молоді до 24 років, в якій більше студентів. Дещо вищі очікування у перспективі зайнятися підприємницькою діяльністю є у кар'єрних планах учнів ЗП(ПТ)О. Так, близько 43,3% з них планують по закінченню ЗП(ПТ)О або у перспективі зайнятись відкриттям власної справи [34].

Як бачимо, серед молодих людей є досить високий рівень підприємницького настрою, однак, щоб надалі він перейшов у подальші практичні кроки необхідні ще сприятливі зовнішні умови. Зокрема, як свідчать результати соціологічного дослідження «Молодь України – 2018», молоді люди вважають, що у державній молодіжній політиці напрямок сприяння зайнятості та самозайнятості молоді має бути серед пріоритетних. На це вказали 42,2 % опитаної молоді, що займає 4-у позицію серед 15-и [35].

Знання про можливість отримання фінансування з різних джерел для започаткування власної справи є досить актуальним для молодого покоління, що також свідчить про високу «схильність» до підприємництва. 25,3% респондентів зазначили, що хотіли б отримувати більше інформації, зокрема, і з тематики «підприємництво, початкові юридичні процедури, джерела фінансування тощо» (займає 6-у позицію серед відповідей).

Наразі молодь розраховує на власні сили чи фінансові можливості родини, або намагається реалізуватись в тих сферах, де початковий капітал не є досить критичним. Так, за даними дослідження проблем молоді «Перехід на ринок праці молоді України» для

започаткування власного бізнесу 30,5 % молодих бізнесменів використали власні заощадження, 42,3 % зверталися за фінансовою допомогою до родини або друзів, 25,8 % відкрили власну справу без фінансових вкладень [28].

Підприємницька молодь частково відрізняється вибором галузі діяльності, у якій працюють їхні малі підприємства. Зокрема, серед цих малих підприємств є суттєво більша частка у секторі послуг, включаючи сферу ІТ. Вона складає 44 % для малих та середніх підприємств, керівниками яких є особи до 34 років (згідно результатів дослідницького проекту «Оцінка ділового клімату в Україні: 2016 р.» [25]. Тоді як серед інших відповідна частка становить 35 %.

Ще одним важливим предметом аналізу молодіжного підприємництва є фактор інновацій. Частка молодих підприємців, що запроваджували нові процеси у виробництво або доставку товарів чи послуг, нижча, ніж серед старших колег – 20 % проти 27%. Проте, молоді підприємці частіше від інших, впроваджували такі інновації, як: нові методи просування або збуту товарів (24 %), та нові методи управління (22 %). Отже, є підстави припускати, що молодь дещо більше концентрується не стільки на самому товарі чи послугі, скільки на нових методах їх продажу й інноваційних методах сучасного управління.

У розподілі за видами економічної діяльності, пріоритетними сферами діяльності суб'єктів дрібного підприємництва залишаються торгівля та сфера послуг, питома вага яких від загального обсягу реалізованої продукції (товарів, послуг) сумарно більше 60 %. Значно меншими є показники промисловості (20,3 %), сільського господарства (5,5 %), будівництва (5,4 %) [36], що з одного боку, є цілком закономірним для малого бізнесу, так як, по-перше, виробництво при малих масштабах умовно не є високорентабельним, по-друге – це трудомісткий вид господарювання, за яким збільшення рентабельності залежить від розширення самого господарювання, що, власне є складним для діяльності представника МП.

§2.2. Основні проблеми розвитку молодіжного підприємництва та самозайнятості в Україні

Ще однією особливістю розвитку малого бізнесу в Україні є те, що кількість та рівень розвитку малих підприємств в Україні є нерівномірними у міжрегіональному порівнянні. Перш за все, це обумовлено загальною економічною ситуацією, що склалася на тій чи іншій території. Адже суб'єкти малого підприємництва безпосередньо залежать від платоспроможності жителів регіону, від стабільного розвитку промислового та аграрного виробництва, рівня «бюджетності» регіону та іншого. Саме через це, у провінційних, окремих так званих «депресивних» регіонах темпи розвитку молодіжного підприємництва є невеликими. Даних про кількісну структуру зосередження представників МПіС немає (їх взагалі не існує), однак, подібна інформація є стосовно всіх фізичних осіб-підприємців (див. Табл.2.2), за якою можна побудувати інші похідні показники, які показують регіональний розподіл ФОП по Україні (Табл.2.2; Табл.2.3).

Табл. 2.2. Кількість фізичних осіб-підприємців за регіонами (на 1 січня 2021 року)

Ранг	Регіон (області)	Кількість (од.)	Частка (%)
1	м.Київ	224 765	12,12
2	Харківська	156 892	8,46
3	Дніпропетровська	137 829	7,43
4	Одеська	130 709	7,05
5	Донецька	122 621	6,61
6	Львівська	117 177	6,32
7	Київська	101 423	5,47
8	Луганська	70 299	3,79
9	Запорізька	67 358	3,63
10	Вінницька	64 973	3,50

11	Хмельницька	56 821	3,06
12	Полтавська	54 890	2,96
13	Миколаївська	50 273	2,71
14	Житомирська	50 018	2,70
15	Черкаська	49 223	2,65
16	Івано-Франківська	49 180	2,65
17	Закарпатська	47 610	2,57
18	Чернівецька	42 110	2,27
19	Херсонська	41 185	2,22
20	Сумська	39 383	2,12
21	Рівненська	38 207	2,06
22	Волинська	37 357	2,01
23	Чернігівська	36 906	1,99
24	Тернопільська	34 913	1,88
25	Кіровоградська	33 043	1,78
	Україна (всього)	1 855 165	100

*Складено автором за даними Державної служби статистики.

Так, за показниками регіонального розподілу в абсолютних та відносних величинах кількості фізичних осіб-підприємців (Табл.2.2) можна ранжувати регіони за критерієм можливостей розвитку дрібного підприємництва. Як бачимо, перші позиції кореляційно займають регіони з великими обласними центрами: м.Київ, м.Харків, м.Львів, м.Одеса, м.Дніпро. Однак, більш об'єктивнішу оцінку можна сформулювати відповідно до Індексу регіонального розвитку ФОП (кількість ФОП на 10.000 тис. населення, Табл.2.3).

Табл. 2.3. Кількість фізичних осіб-підприємців за регіонами (на 1 січня 2021 року)

Ранг	Регіон (області)	Кількість ФОП на 10.000 тис.насел.	Кількість жителів (од.)
1	м.Київ	757	2 967 360
2	Харківська	590	2 658 461
3	Київська	569	1 781 044
4	Одеська	550	2 377 230
5	Чернівецька	467	901 632
6	Львівська	466	2 512 084
7	Хмельницька	453	1 254 702
8	Миколаївська	449	1 119 862
9	Дніпропетровська	434	3 176 648
10	Вінницька	420	1 545 416
11	Житомирська	414	1 208 212
12	Черкаська	413	1 192 137
13	Херсонська	401	1 027 913
14	Запорізька	399	1 687 401
15	Полтавська	396	1 386 978
16	Закарпатська	380	1 253 791
17	Чернігівська	372	991 294
18	Сумська	369	1 068 247

19	Волинська	362	1 031 421
20	Івано-Франківська	359	1 368 097
21	Кіровоградська	354	933 109
22	Тернопільська	336	1 038 695
23	Рівненська	331	1 152 961
24	Луганська	329	2 135 913
25	Донецька	297	4 131 808
Україна		443	41 902 416

*Складено автором за даними Державної служби статистики.

Як бачимо, пряма кореляція між відносною кількістю ФОП і величиною населеного пункту у цьому співвідношенні не завжди існує. Відсутня і геокультурна залежність щодо цього показника, так як бачимо, що на останніх позиціях за цим показником знаходяться окремі області всіх регіонів («Захід», «Схід», «Пд.Схід», «Центр»). Тому, можна стверджувати (і як показує практика), що інституціональні характеристики підприємницького клімату країни визначають умови і процеси активізації підприємницької діяльності в кожному окремому регіоні-області [39]. З огляду на це регіональна влада має змогу, і перш за все, зобов'язана підтримувати і сприяти розвитку підприємництва.

На регіональному рівні молодіжне підприємництво у своїй більшості стикається з тими ж проблемами, з якими стикається малий бізнес загалом. Вони за останній десяток років практично не змінилися: складне адміністрування податків, надмірна зарегульованість підприємницької діяльності; недосконалість державної підтримки розвитку підприємництва; проблеми доступу до кредитних та інших фінансових ресурсів; недостатній рівень залучення інвестицій; недостатнє фінансування регіональних програм підтримки і розвитку малого підприємництва [37].

Аналіз регіональних програм розвитку дрібного та малого бізнесу [38] засвідчує широкий спектр проблем, що стають на заваді активному та успішному розвитку цієї сфери бізнесу. При цьому наводиться значний масив статистичних даних, однак практично не наводяться висновки щодо пріоритетів політики розвитку дрібного та малого підприємництва [38].

Найбільш значущими проблемами (відповідно до кількості згадувань у регіональних програмах), з точки зору органів регіональної влади, були відзначені такі:

- недосконала система кредитування малого бізнесу: відсутність дешевих банківських кредитів, недоступність і складність отримання фінансово-кредитних ресурсів, нерозвиненість фінансового ринку – **76 %**;

- недосконалість, нерозвиненість та неефективність інформаційної, інфраструктурної (технопарки, бізнес-центри, бізнес-інкубатори, фонди підтримки підприємництва), кадрової (освітньої) мережі підтримки дрібного та малого бізнесу – **68 %**;

- недостатня інформаційна та правова обізнаність суб'єктів підприємництва, недостатній рівень професійних знань і досвіду у тих, хто бажає розпочати власну справу – **48 %**;

- складність та недосконалість дозвільної системи – **44 %**;

- надмірне податкове навантаження на бізнес – **32 %**;

- недостатня роль малого бізнесу у формуванні місцевих ринків – **32 %**;

- відсутність мотивації до інвестиційної та інноваційної діяльності – **28 %**;

- недостатнє фінансове забезпечення програм і заходів з підтримки підприємництва – **28 %**;

- обтяжлива система здійснення державного контролю (велика кількість контролюючих органів, непрозорість їх діяльності – **28 %** (*дані згруповані автором).

Ці характеристики проєктивного характеру також вказують на гострі проблеми у функціонуванні молодіжного підприємництва і самозайнятості.

§2.3. Вивчення досвіду молодих підприємців в Україні

Як показує суспільна практика, та відповідні дослідження, молоді люди, які забажали займатися підприємницьким господарюванням, зіштовхуються із низкою проблем, які виникають в період від народження ідеї до її реалізації. На початковому рівні, ці проблеми зводяться до відсутності у молоді досвіду та відповідних мотивів і навиків до самостійного отримання знань, низького рівня зайнятості молоді на ринку праці відповідно до набутої освіти та практичних умінь і навиків молодих спеціалістів. Далі справа торкається великої проблемності кредитування, сприятливого та прийняттого механізму його реалізації, податкового навантаження, інституціонального регулювання тощо. Відповідно, формування та реалізація поміркованої та ефективної державної політики щодо підтримки МПІС у цих напрямках в посунула б на нижчі позиції регуляційні ринкові проблеми та посилила б адаптивність до вітчизняних економічних реалій. Як зазначають експерти, поки що для України характерними є повільні темпи і суперечливий характер розвитку підприємництва серед молоді через адміністративні, правові, фінансові, організаційні проблеми [40].

Існують фактори, які визначають слабкість життєдіяльності малого бізнесу та його нестійкість. До них, за даними різних досліджень, належать: відсутність чітко сформульованої державної політики підтримки підприємництва; брак реальних та дієвих механізмів фінансово-кредитної підтримки; значні адміністративні бар'єри та надмірний податковий тиск; надмірне втручання органів державної влади в діяльність суб'єктів господарювання; невпевненість підприємців у стабільності умов ведення бізнесу [41]. Зокрема, згідно результатів соціологічного дослідження «Молодь України 2015» [33] на заваді організації власної справи чи створення власного підприємства, перед усім, стають складна економічна і політична ситуація (54 %), відсутність первинного капіталу (54 %) та високі податки (41 %). Цікавим моментом є те, що кожен п'ятий опитаний вказав і на недоступність кредиту та відсутність необхідних зв'язків (див. Рис.2.3).

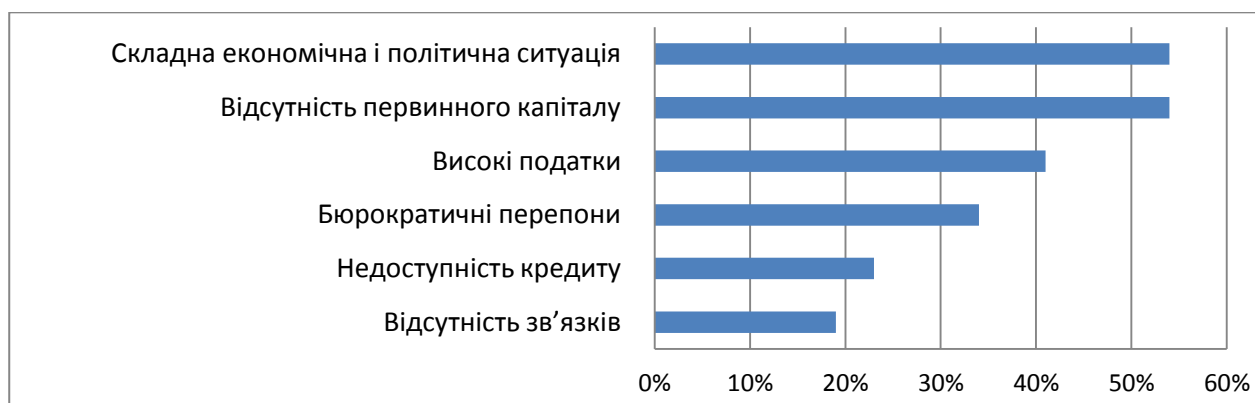


Рис.2.3. Проблемні чинники в організації власної справи молоді, % (дані з проєкту «Молодь України 2015»)

Нестабільна політична ситуація та високі ставки податків також є одними із перших в рейтингу чинників, що обмежують зростання вже діючого бізнесу для молодих підприємців. Так, за результатами вже згадуваного тематичного дослідження оцінки ділового клімату в Україні, серед чинників, що обмежують зростання бізнесу для молодих підприємців, першою перешкодою у рейтингу є (див. Рис.2.4): *відсутність попиту* (55 %); далі йдуть: *нестабільна політична ситуація та нестабільність уряду* (51 %); 32 % - *високі ставки податків*; 26 % - *інфляція*; 26 % - *корупція*; 24 % - *обтяжливі податкове адміністрування та бухгалтерський облік*; 24 % - *низька доступність і високі ставки кредитів*; 21 % - *високий регуляторний тиск*; 21 % - *нестача кваліфікованих працівників*; 18 % - *високий рівень конкуренції* [25].

Варто зазначити, що ці проблеми стосуються всіх вікових груп представників дрібного підприємництва і самозайнятості.



Рис.2.4. Проблемні чинники що обмежують зростання бізнесу для молодих підприємців, % (згідно даних результатів з проєкту «Щорічна оцінка ділового клімату в Україні: 2016 рік»)

Так, у 2016 р. для всіх представників малого бізнесу, найбільшою перешкодою для його зростання став *низький попит*, перевищивши за важливістю *несприятливу політичну ситуацію*, яка була головною перешкодою для бізнесу в 2015 р. Однак *несприятлива політична ситуація* все ще залишається вагомою перешкодою для дрібного бізнесу. Вона знаходилася на другому місці рейтингу перешкод, але її вплив дещо послабився, порівняно із 2015 роком. *Високі ставки податків* та *складне адміністрування податків* є більш відчутним бар'єром для підприємств-юридичних осіб, а ніж для фізичних осіб-підприємців. Часті зміни економічного законодавства, високий регуляторний тиск та корупція перешкоджають розвитку приблизно $\frac{1}{4}$ суб'єктів малого підприємництва [42].

Що стосується молодіжного сегменту підприємництва, то тут існує своя специфіка похідних проблем. Як наслідок, характерним для молодіжного підприємництва стають проблеми внутрішньої самоорганізації, що, в кінцевому рахунку дестабілізує цю сферу. Це: низький управлінський рівень; нестабільність доходів; висока вразливість до несприятливих економічних факторів, зокрема, до інфляції, податкового тиску, циклічних коливань тощо; конкуренція великих корпорацій; низька ресурсність перед адміністративними перешкодами; звуження сегменту споживачів та постачальників [40]. Все це, в кінцевому рахунку, сприяє зростанню ймовірності банкрутства.

В умовах кризи молодь висловлює посилене відчуття непевності перспектив підприємництва. Дослідження показують, що знижується частка безробітних, які висловили бажання працювати на себе, у тому числі й започаткування власного бізнесу (з 33,2% до 24,7%) та, відповідно, зростає частка молоді (з 23,9% до 27,9%), яка висловила бажання працювати у державному секторі (див.Рис.2.5).

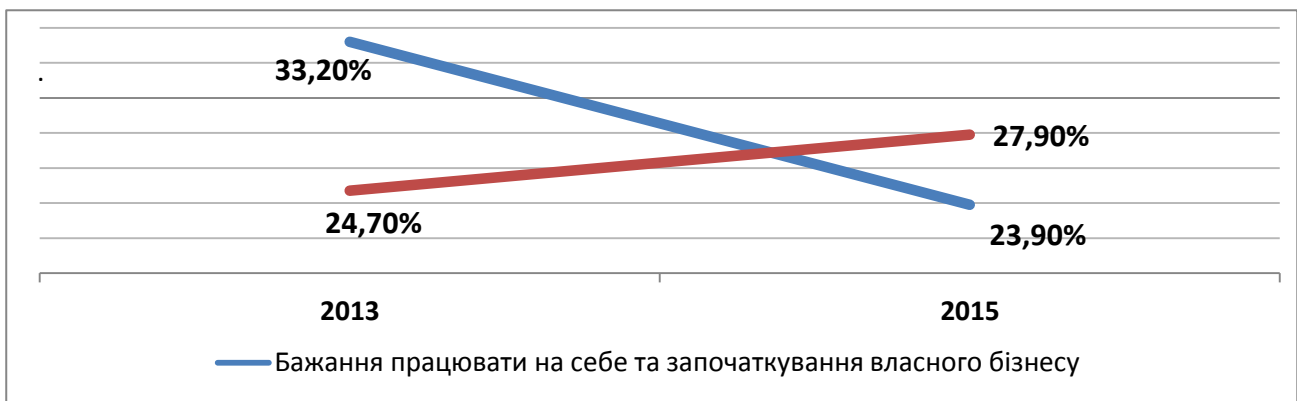


Рис.2.5. Зміни мотивацій щодо вибору зайнятості, (%).

* Джерело: складено автором за даними результатами міжнародного дослідження «Перехід на ринок праці молоді України», виконаного за програмою «School-to-work transition surveys» в Україні у 2013 та 2015 роках.

На шляху започаткування та ведення власної справи, значною проблемою для переважної більшості (43,0%) молоді є те, що освіта та навчальні заклади в Україні не відповідають потребам сучасного ринку праці [43], а 83% вважають, що ключовими чинниками для працевлаштування є спеціальні знання та досвід [27]

За аналітичними висновками USAID Україна Програми «Лідерство в економічному врядуванні» 2014 – 2017, загалом, для представників бізнесу є більш важливим створення сприятливих умов для підприємницької діяльності, ніж пряма державна його підтримка. Підприємці очікують від держави конкретних заходів для сприяння бізнесу. Серед пріоритетів: *зменшення кількості документів*, необхідних для ведення підприємницької діяльності, *спрощення податкового адміністрування* та *полегшення доступу до законодавчої інформації* щодо ведення бізнесу через створення так званого єдиного інформаційного ресурсу [44].

Більшість із заходів, які, на думку молодих підприємців, потрібні для підтримки їхнього бізнесу, окрім створення вищевказаного єдиного інформаційного ресурсу, стосуються питань із *ведення бізнесу* – 80%, *спрощення системи оподаткування* – 72%. 67% молодих підприємців зазначають необхідність *зрівняння можливостей для всіх суб'єктів бізнесу*, 39% - вимагають *тимчасового мораторію* на зміни законодавчих актів та скасування податкових пільг [32]. Також підприємницька молодь потребує консультацій та тренінгів із ведення бізнесу, що вказує на пошук вектора діяльності молодими підприємцями, часткову нестачу досвіду й слідування європейським тенденціям державного та фахового консультування.

Проблематика розвитку молодіжного підприємництва та самозайнятості, представлена у сфері наукових інтересів ДУ «Державного інституту сімейної та молодіжної політики». З метою отримання та уточнення інформації про окремі проблемні сторони розвитку цієї сфери, зусиллями даного Інституту було проведено соціологічне опитування представників молодіжного підприємництва та самозайнятості, що значно поповнило доволі обмежену інформаційну базу з цієї проблематики. Опитування проводилося з 1 жовтня по 1 листопада 2020 р. за методикою онлайн опитування (n=70) за принципом цільової вибірки. Додатково було проведено глибинне інтерв'ю з представниками цієї вибіркової групи (n=10) з метою інформаційного уточнення та доповнення окремих позицій.

До основних завдань опитування входило:

- мотиваційні сторони відкриття власної справи;
- уточнення проблем розвитку МПіС;
- оцінка діяльності інститутів підтримки МПіС;
- оцінка діяльності влади у сприянні розвитку МПіС;
- експлікація прийнятних заходів підтримки з боку держави стосовно розвитку МПіС.

Склад респондентської групи за окремими соціальними характеристиками виявився таким: «молодша» вікова категорія (16-26 років) – 17%, «зріла» вікова категорія (27-34 років) – 83 %. За статтю: 63 % - чоловіки 37 % - жінки. За стажем заняття бізнесу: менше року – 9 %, від 1 до 3 років – 38 %, більше 3 років – 53 %. За формою зайнятості в опитуванні прийняло участь: юридичні особи підприємництва – 12 %, ФОП – 62 %, інші (керівники ГО, представники неформальної самозайнятості) – 26 %.

Основними *зовнішніми* чинниками (умовами), що спонукають молодих людей до рішення зайнятися бізнесом залишається, як правило: фінансова вигода, особливо з прикладів успішних бізнесів друзів та колег. *Внутрішніми* чинниками (мотиви, побудження), що спонукають їх до рішення зайнятися бізнесом, були: бажання самореалізації, натхнення на щось більше. Щодо проблем, що траплялися на шляху до відкриття власної справи, то респондентами було відзначено: *пошук клієнтів*, *страх перед непрогнозованістю*, *пошук фінансування*, *пошук співробітників*.

Мотиваційні аспекти зайняття бізнесом та самозайнятості є важливими моментами у дослідженні, як самої сфери підприємництва, так і молодіжного її сегменту. Для кожної із них є свій пізнавальний зиск. За структурою, як зовнішніх соціальних умов/чинників так і внутрішніх чинників, зміни їх динаміки можна говорити про характер мотивованості та життєві цінності цієї молодіжної когорти в той чи інший період. На сьогоднішній день інформаційний супровід МПіС є досить обмежений, що актуалізує отримання будь-якої нової соціальної та соціологічної інформації про цю сферу. Класичними інтегральними компонентами підприємницької мотивації були і залишаються так звані три її «кити»: *самореалізація*,

незалежність, гроші. Однак, ці мотиваційні компоненти формуються час від часу за різними сценаріями та за безліччю різних причин. В результаті нашого опитування молодих бізнес-початківців, такі чинники загалом були валідизовані: 14 «зовнішніх» та 9 «внутрішніх» мотиваційних чинників (див.Табл. 2.4; 2.5). Хоча деякі із них можуть пересікатися та певною мірою дублюватися. Як бачимо, ці три головні мотиваційні чинники (*самореалізація, незалежність, гроші*) інтегрально проявляються і в наш час (за результатами нашого дослідження). Хоча самореалізаційні чинники у нашому «кейсі» стоять на першому місці, все ж, *скрутне становище та бажання матеріального зростання* в українських реаліях все ще досить актуальні.

Табл. 2.4. Зовнішні соціальні умови/чинники, що найбільше спонукали молодь зайнятися бізнесом (декілька варіантів відповіді, %)

1	Реалізація власного задуму, проєкту	66
2	Приклади успішних бізнесів друзів та колег	46
3	Спосіб/стиль життя, фінансова незалежність, статус бізнесмена	46
4	Організаційна та інша підтримка друзів, колег, родичів	40
5	Скрутне становище, безвихідь	37
6	Самореалізація (з вигодою), матеріальне зростання	26
7	Реалізація (застосування) фаху, професіоналізму	12
8	Досвід в сфері діяльності	8
9	Формування статусу	8
10	Підтримка та продовження сімейного (родинного) бізнесу	6
11	Наявність капіталу (фінансових ресурсів)	6
12	Бізнес-справа як єдина життєва альтернатива	6
13	Відповідальність перед партнерами	6
14	Можливості на ринку	4

При аналізі зовнішніх мотиваційних чинників (Табл.2.4) *соціальна незалежність* та *соціальна атрибутивність*, що формують спосіб та стиль життя інтегрально проявляють свою дію при задумі відкрити власну справу. І як бачимо, самореалізаційні чинники (Табл. 2.5, позиції: 1, 3, 5, 7) у різних форматах в сукупності виконують ключову роль у мотиваційній матриці підприємництва/самозайнятості у порівнянні з матеріальним чинником.

Табл. 2.5. Внутрішні чинники, що найбільше спонукали зайнятися бізнесом (декілька варіантів відповіді, %)

1	Самореалізація, прирівнювання себе до інших успішних колег, знайомих	57
2	Пошук виходу зі скрутного становища, підвищення матеріальної сторони	47
3	Бажання втілити власну ідею, задум	41
4	Інтерес	31
5	Самореалізація як життєва альтернатива (спосіб чимось корисним зайнятися, мати щось своє)	24
6	Впевненість у здійсненні задуму	17
7	Фахова самореалізація	16
8	Відповідальність перед партнерами	6

Центральною темою проблематики розвитку МПіС завжди залишається сфера проблем, що виникають при відкритті та функціонуванні власної бізнес-справи та самозайнятості. Їх умовно можна розділити на *формально-інституціональні*, що стосуються сфери реалізації державної політики, та *технологічні*, що пов'язані зі специфікою та змістом бізнесу/самозайнятості. Нас цікавлять проблеми тільки першої групи. Їх зміст за кілька десятиріч років в Україні також практично не змінювався, за винятком окремих структурних зрушень. Як правило, це: *відсутність прийняттого фінансування, податкова та*

адміністративна обтяжливість. Хоча складові їх можуть бути різними. У даному випадку ця група чинників займає перші позиції. На шляху до відкриття власної справи, це проблеми: *нещирості та відсутності розуміння з боку державних інстанцій (зокрема проблеми з місцевою владою, бюрократія) – 37%, адміністративної складності відкриття власної справи – 34%, пошуку фінансування – 29%* (див.Табл.2.6).

Табл. 2.6. Проблеми, що виникали на шляху до відкриття власної справи (декілька варіантів відповіді, %)

Пошук клієнтів	40
Нещирість та відсутність розуміння з боку державних інстанцій (зокрема проблеми з місцевою владою, бюрократія)	37
Страх перед непрогнозованістю	37
Адміністративна складність відкриття власної справи	34
Відсутність знань і навичок щодо підприємницької діяльності	34
Пошук фінансування	29
Господарські організаційні моменти (налагодженість ділових контактів)	22
Пошук виробничих засобів	14
Невизначеність та психологічний дискомфорт	13
Відсутність досвіду	10
Невпевненість у завтрішньому дні	7
Пошук співробітників	3
Майбутні податки	3

Наразі, серед проблем особистого характеру молоді бізнесмени відмічають «власне вигорання», розподіл та брак часу. Проблеми, що виникають у процесі ведення бізнесу відображаються загалом у: *невпевненості у стабільності умов ведення бізнесу – 34 %, невизначеності і практичної відсутності політики підтримки малого бізнесу – 26 %, відсутності фінансово-кредитної підтримки – 23 %, значних адміністративних бар'єрах – 23 %, високому регуляторному навантаженні – 23 %, надмірному втручанні органів державної влади – 23 %, високих ставках податків – 23 %, обтяжливому бухгалтерському обліку – 17 % та ін.* (див.Табл.2.7). Звісно, структуризація та різновиди формально-інституціональних проблем також можуть змінюватися від дизайну вибірки, однак, суть проблеми при цьому не змінюється.

Табл. 2.7 Проблеми, що виникають зараз при веденні бізнесу (декілька варіантів відповіді, %)

Відсутність попиту (пошук замовлень, клієнтів)	68
Висока конкуренція	35
Невпевненість у стабільності умов ведення бізнесу	34
Невизначеність і практична відсутність політики підтримки малого бізнесу	26
Брак фінансово-кредитної підтримки	23
Значні адміністративні бар'єри	23
Надмірне втручання органів державної влади	23
Високі ставки податків	23
Високий регуляторний тиск	20
Інфляція	17
Обтяжливий бухгалтерський облік	17
Економічний застій та нестабільність	15
Відсутність досвіду	14
Впровадження касових апаратів для дрібного бізнесу	9
Високі ставки кредитів	9
Суспільна інертність	9

Відсутність навичок самостійного отримання знань (саморозвитку)	6
Нестача кваліфікованих працівників	9
Відсутність часу	6
Низька доступність кредитів	3
Корупція	3
Проблеми з місцевою владою	3
Документація	3
Бюрократія	3
Зниження ринкового сегмента	3
Неорганізованість, організаційні проблеми	3

Таким чином, наші дослідження показали, що причиною низького зростання, а можливо і спаду у розвитку МПіС є не стільки внутрішня мотивованість, скільки «зовнішні» системні перешкоди з боку держави. Підприємницький клімат досі залишається несприятливим в Україні для розширення МПіС. Саме молодіжне підприємництво розвивається скоріше, *не завдяки, а всупереч* політики держави, якщо врахувати той факт, що зростання кількості суб'єктів МПіС є доволі незначне., а відсоток їх реальної дієвості лише зменшується.

§2.4. Становище молодіжного підприємництва в умовах карантинних обмежень 2020 р. (за результатами соціологічного опитування).

Запровадження карантинних заходів у зв'язку з пандемією сильно відобразилося на різних соціальних сферах. Значний вплив воно мало і на дрібний бізнес. Як відомо, рушійною силою розвитку економіки будь-якої держави є малий та середній бізнес. Саме вони створюють нові робочі місця, сплачують податки та формують середній клас. З цієї причини в більшості країн світу держава спрямувала мільярди доларів на підтримку бізнесу. В Україні теж здійснювались заходи на таку підтримку, однак вони були малодієвими, і мали швидше формальний характер.

І як показала практика, карантинні обмеження по-різному відобразилися на діяльності дрібного бізнесу загалом, так і молодіжного його сегменту зокрема. Український бізнес, як виявилось, без допомоги держави змушений був просто виживати, а іноді й закриватися. Пандемія значно поглибила ті негативні процеси, в які входила поволі вітчизняна економіка. За даними Державної податкової служби у березні 2020 року близько 13,3 тис. підприємців-фізосіб (ФОП) припинили свою діяльність [46; 47]. У квітні 2020 року, близько 29 % дрібних підприємців (за даними інтернет-видання «Економічна правда») припинили роботу, що характерно для мікробізнесу, а близько 6 % підприємців повністю закрили бізнес [48].

Більшості серед тих, хто працював у сфері обслуговування та продажу товарів, довелося закрити свої заклади, призупинити свою діяльність. Це обумовлено тим, що малий бізнес в основному ґрунтується на комунікації і контактах, тому не всі його сектори мали можливість працювати в умовах карантину. Багато хто навіть тоді кредитували мінусову діяльність своїх компаній, сплачуючи зарплати, податки і оренду [45]. У цій ситуації бізнес очікував на підтримку держави, однак її роль у цьому питанні трактується двояко. Держава не зуміла ефективно підтримати бізнес. Принаймні Уряд пішов на зустріч ФОП, яким ввели канікули по сплаті податків ЄСВ. Уряд говорив і говорить про відкриття та дію програми «5-7-9», що надана можливість отримати дешеві кредити. Однак, окремі її ініціативи (такі як «пільговий період» щодо сплати ЄСВ на період жорсткого карантину) виявилися нефункціональними через провал у комунікації. Як наслідок, власники бізнесу були змушені сплачувати податки, незважаючи на відсутність доходів. Найбільше підприємців (йдеться про всіх) турбувало невизначеність поточної ситуації. В умовах, коли важко передбачити тривалість карантину і суттєві обмеження в поведінці споживачів, прорахувувати будь-які сценарії розвитку свого бізнесу практично неможливо.

Оперативним джерелом інформації стосовно різних проблемних сторін малого бізнесу стали і окремі соціологічні опитування стосовно поточних проблем цього соціального сегменту. Так, у березні-квітні 2020 року Спілкою Українських Підприємців (СУП) та *Evropean Busines Association* було проведено опитування представників вітчизняного бізнесу для

з'ясування оцінки впливу пандемії на власні компанії. Як свідчать результати опитування, вітчизняні підприємці опинилися в складних умовах для існування [49]. Так, 18 % респондентів-підприємців розглядали варіант закриття власного бізнесу з причини епідемії коронавірусу в країні. Ще 78% повідомили про втрату 3/4 своїх доходів. Було відзначено, що уповільнення бізнес-активності в умовах карантину призводить до скорочення штату і зарплати персоналу. Третина респондентів заявляла про падіння доходів на 90-100 % з початку карантину, що призвело до скорочення до половини персоналу. Зокрема, 41 % опитаних планували зменшити зарплати, 42 % опитаних підприємців частково або повністю скоротили свій штат, 63 % – прогнозували скорочення до кінця карантину [49]. Тільки 3 % респондентів вказали, що їх бізнес може працювати тривалий час при необхідних умовах (орендні канікули, віддалений доступ для співробітників тощо). Однак, це стосувалося тільки юридичних осіб підприємництва.

Додатковим і доповнювальним джерелом інформації до немобільної статистичної звітності щодо діяльності цієї сегментної групи виявилися й інші окремі соціологічні дослідження. Так, згідно результатів комплексного соціологічного дослідження «Як живе молодь України у час COVID-19» [50], вплив пандемії COVID-19 на бізнес молоді виявився катастрофічним. Майже 43 % власників бізнесу зазначили, що їхній бізнес або закрито, або він перебуває на межі закриття.

Цьому питанню були присвячені окремі науково-дослідні роботи Державного інституту сімейної та молодіжної політики. Інститутом у квітні-травні 2020 року було проведено соціологічне опитування представників молодіжного сегменту малого бізнесу з метою вивчення окремих проблем його розвитку, труднощів ведення малого бізнесу та оцінка зусиль держави за обставин запровадження карантинних обмежень у зв'язку з пандемією (COVID-19). Дослідження проводилося шляхом поєднання методики онлайн-опитування та телефонного опитування. Валідність вимірювальних ознак базувалася не на репрезентативності вибірки, а на характері оцінки досліджуваних проблем молодіжного підприємництва та самозайнятості. Дослідження носило розвідувально-описовий характер.

У рамках дослідження було опитано молодих підприємців та само зайнятих осіб віком від 16 до 34 років, більшість з яких становили особи чоловічої статі (71,4 % чоловіків проти 27,6 % жінок). За формою підприємницької діяльності, юридичні особи підприємництва становили – 27,6 %, ФОП – 58,6 %, самозайняті особи – 13,8 %. Переважна більшість опитаних за сферою діяльності належала до представників торгівлі, сфери обслуговування і надання послуг.

За результатами нашого дослідження кожен четвертий респондент (24,1 %) зазначив про закриття свого бізнесу під час карантину. Половина вказували на те, що їхній бізнес продовжував частково функціонувати: 24,1 % – про суттєве згортання, але на час карантину їхній бізнес функціонує; 31,1 % – частково згорнувся. І тільки кожен п'ятий респондент-підприємець відповів, що його бізнес функціонує в повному обсязі (див. Рис. 2.6).

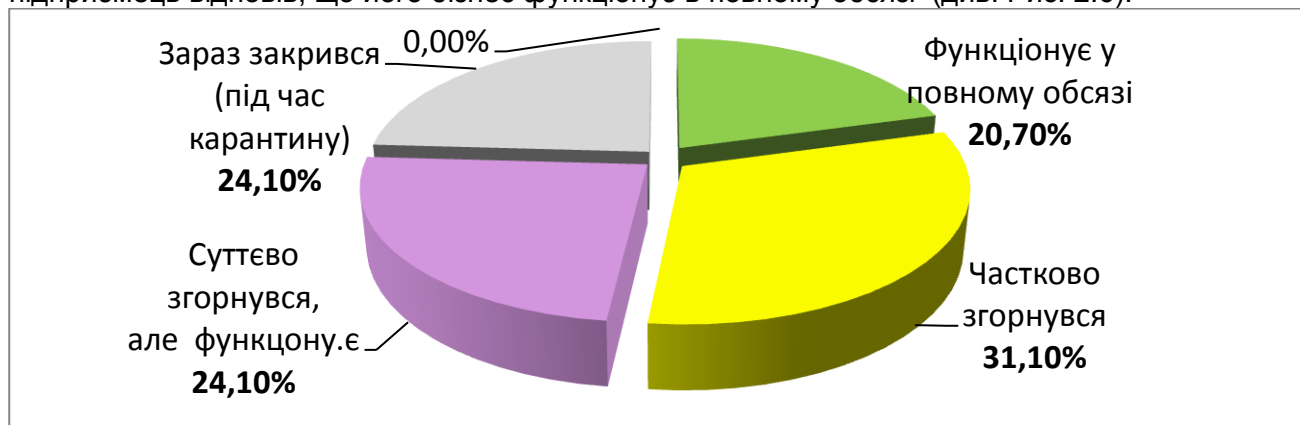


Рис. 2.6. Функціонування власного бізнесу під час карантину (%)

Це також підтверджують результати інших досліджень. Зокрема дослідження Європейської бізнес асоціації, проведеного у березні 2020 року свідчать, що близько 18 % представників дрібного бізнесу мали намір згортати свою діяльність через пандемію (COVID-19) в країні, а 22 % – згорнули підприємницьку діяльність через карантин [49]. Хоча, згідно результатів нашого дослідження (дослідження не є репрезентативним через специфіку

вибірки, однак його розвідувальний характер і дані підтверджені іншими дослідженнями та виявляють імовірну об'єктивність такої ситуації), у більшій половині респондентів-підприємців до введення карантинних обмежень справи йшли не погано (див.Рис.2.7).

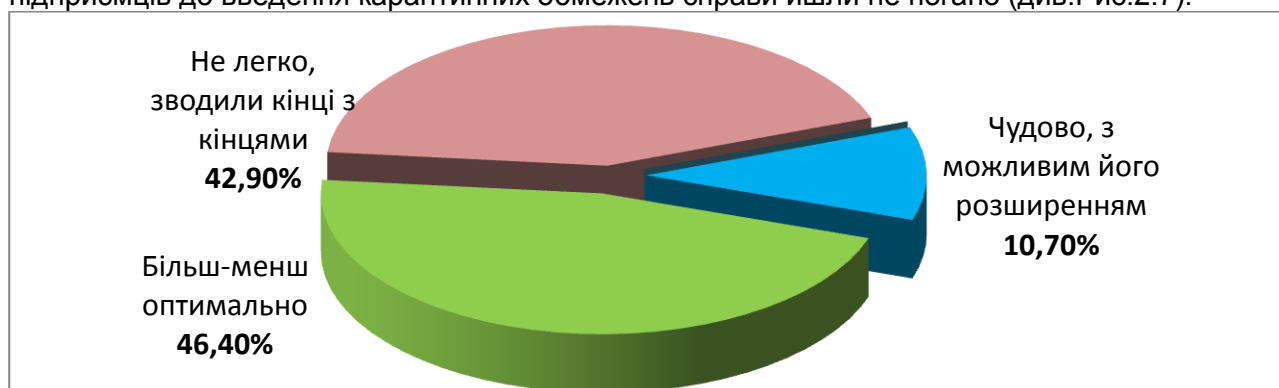


Рис. 2.7. Оцінка рівня розвитку власного бізнесу до карантину (за оцінкою респондентів), (%)

Сама пандемія та відповідні заходи з боку влади досить сильно обмежили діяльність цієї сфери. Серед труднощів, які виникли у веденні бізнесу через карантинні обмеження (згідно результатів дослідження ДІСМП), молоді підприємці та самозайняті переважно зазначили зниження активності тих сфер, від яких залежав їх бізнес, затримку «платіжок», закриття постачальних точок, обмеження спілкування з замовниками, що породило непевність у подальших замовленнях (27,3 %) та відсутність контактів, суспільної активності, обмеженість відвідування клієнтів (24,2 %). Крім того, респонденти до труднощів, пов'язаних з введенням карантину, відносили:

- відсутність попиту та замовлень (15,3 %);
- неможливість повним обсягом реалізувати товар, зниження купівельної спроможності (12,1 %);
- закриття торговельних точок, що негативно відображається на продажах, та карантинні обмеження (12,1 %);
- додаткові витрати на засоби захисту (3 %);
- пасивність влади при карантині, що загалом негативно відображалось на діяльності підприємців (3 %) та інше (3 %).

У доповненні цього питання представники цієї когорти вказували на різні перешкоди у розвитку їх господарської діяльності під час карантину. Серед таких, що заважали розвитку бізнесу під час карантину через епідемію COVID-19, найчастіше вказувалося на: *різні карантинні обмеження для населення* (62,2 %), *відсутність попиту* (44,8 %), *закриття тих сфер, від яких залежить їхній бізнес* (37,9 %) та *неможливість працювати дистанційно* (34,5 %) (див. Табл. 2.8).

Таблиця 2.8. Основні перешкоди (за оцінкою респондентів) у розвитку власного бізнесу під час карантину?» (%)

Різні карантинні обмеження для населення	65,6
Відсутність попиту	44,8
Закриття (зниження активності) тих сфер, від яких залежить їх бізнес	37,9
Неможливість працювати дистанційно	34,5
Закриття приміщень, торговельних майданчиків	27,6
Проблеми реалізації товару	24,1
Відсутність (зниження) соціальної комунікації між партнерами, підлеглими тощо	20,7
Відсутність обігових коштів	17,2
Транспортно-логістичні ускладнення	10,3
Неможливість обслуговувати кредити	3,4
Карантинні обмеження для діяльності	3,4
Безлад в країні	3,4

*Питання з альтернативами, $\Sigma > 100\%$.

Звісно, можна говорити, що структура і розподіл таких проблемних чинників залежить від розподілу сфер діяльності опитуваних підприємців. Ці дані хоч і не репрезентують високим рівнем дійсну картину, але доволі чітко характеризують і відображають суть і зміст проблем у молодіжному підприємницькому середовищі у цей період.

За результатами комплексного соціологічного дослідження «Як живе молодь України у час COVID-19» [50], негативними наслідками карантину стали: скорочення оборотних коштів (через падіння попиту, збитки, простій, оплату оренди під час простою тощо); необхідність пошуку нових постачальників, партнерів; потреба зміни бізнес-моделі; втрата приміщення для надання послуг (у зв'язку з закриттям торговельно-розважальних центрів, або через вимогу оплачувати оренду під час простою); необхідність інвестувати кошти в переведення бізнесу в онлайн. Проте 64,6 % власників вказали, що їхній бізнес неможливо перевести в онлайн, а 12,5 % - могли б, але не хочуть змінювати формат роботи [50].

Результати опитування Спілкою підприємців України (СУП) демонстрували необхідність запровадження радикальних заходів з боку влади на підтримку економіки, зокрема, таких як тимчасове звільнення від сплати податків бізнесу. Зокрема, мова йшла про необхідність позбавлення мікробізнесу зайвого навантаження, а саме – звільнення від обов'язкової сплати ЄСВ ФОП-сумісникам та ФОП, які тимчасово не провадять діяльність під час карантину [48].

Одним із можливих інструментів допомоги малому та мікробізнесу молодими підприємцями вбачалася надспрощена процедура отримання кредиту і зниження вартості кредиту, розширення кредитної програми «5-7-9» для забезпечення можливості поповнення обігових коштів, придбання об'єктів нерухомості. По-перше, кредит під 9 % не є дешевим, по-друге, будь-який кредит потрібно віддавати, притому, що потрібно було проплатити людям за вимушений простій. Виникає питання, за рахунок чого повертати кредит? На увазі було і перегляд норм фіксації всієї другої та третьої груп (річний дохід яких не перевищує 1,5 млн. грн., та, відповідно – 5 млн. грн.) спрощеної системи оподаткування, виведення з під фіксації тих, кому вона економічно недоцільна, передбачити фіскалізацію тільки ризикових категорій платників [48]. Ще близько 10 % представників дрібного бізнесу (за даними СУП) очікували на зменшення розмірів орендної плати. Серед інших очікуваних кроків та пропозицій до влади також визначалися компенсації втрат роботодавцям та працівникам (близько 5,5 %), державні кредити та держзамовлення (близько 5,5 %) [51].

Не можна сказати, що влада не намагалася щось робити для зменшення проблем та відповідної напруги. Було ухвалено низку законодавчих документів про зниження адміністративних та окремих фінансових зобов'язань підприємців перед державою у цей непростий для всіх період.

З березня 2020 року набрав чинності Закон України «Про внесення змін до Податкового кодексу України та інших законів України щодо підтримки платників податків на період здійснення заходів, спрямованих на запобігання виникненню і поширенню коронавірусної хвороби (COVID-19)» [52; 53]. Ним було передбачено встановлення мораторію на податкові перевірки; відстрочення податкових зобов'язань за річною декларацією про майновий стан і доходи за 2019 рік; «податкові канікули» з плати за землю; відсутність штрафу і пені за період «податкових канікул»; звільнення від нарахування та сплати ЄСВ [52; 53; 54]. Зокрема, тимчасово, на період з 1 березня по 30 квітня 2020 р. звільнялися від нарахування та сплати ЄСВ такі суб'єкти підприємництва, як: фізичні особи-підприємці, в тому числі ті, які обрали спрощену систему оподаткування; особи, які провадять незалежну професійну діяльність; окремі члени фермерського господарства.

У зв'язку з ухваленням цього вищезгаданого закону, у нашому дослідженні респондентам було запропоновано оцінити зусилля влади у допомозі малому бізнесу і наскільки ці відповідні зміни позитивно вплинуть на діяльність підприємців на цей період. Загалом, потрібно сказати, що ейфорії стосовно цього, з боку представників цього сегменту не було (див.Табл.2.9).

Табл.2.9 Оцінка респондентами можливостей закону про пільги для бізнесу в умовах карантину на підприємницьку діяльність (%)

Суттєво полегшать	,0
Частково полегшать	3,4
Практично не полегшать	51,8
Я ще не ознайомлений з цими змінами	17,4

Важко відповісти	13,6
Я цьому не вірю	6,9
Мене це не цікавить	6,9

Серед тих, хто визначився з оцінкою (ледь більше половини опитуваних) зазначили, що цей закон практично нічого не полегшить (51,8 %). Лише 3,4 % респондентів вважають, що ухвалення закону №3220 щодо запровадження податкових і неподаткових пільг для бізнесу в умовах карантину частково полегшить ведення малого бізнесу та сприятиме самозайнятості. Серед інших (хто не міг дати цьому оцінку) кожен п'ятий ще не був ознайомлений з цим законом (17,4 %). Це показує очевидність того, що переважна більшість респондентів має великі сумніви щодо ефективності дій держави допомогти малому бізнесу шляхом запровадження певних пільг. Подібний скептицизм проявляється і в іншій оцінці.

Також у грудні 2020 р. Верховна Рада схвалила законопроект про підтримку бізнесу під час карантину. Згідно цього документу в 2020-2021 роках держава зобов'язується забезпечити виплати одноразової матеріальної допомоги по 8 тис. грн. (частково виплати вже розпочалися) застрахованим особам, які можуть втратити частину зарплати або доходу в разі введення додаткових обмежувальних протиепідемічних заходів. Також передбачена виплата одноразової матеріальної допомоги бізнесу для збереження робочих місць найманих працівників, а також одноразова компенсація витрат, понесених за сплату єдиного внеску на загальнообов'язкове державне соціальне страхування. Даним законом передбачено, що протягом терміну дії карантину, та протягом шести місяців після його закінчення, суб'єкти малого та середнього підприємництва сфери громадського харчування зможуть отримати державну підтримку [55]. Закон також скасовує стягнення орендної плати за договорами оренди діяльність якого була заборонена в зазначений період.

30 березня 2021 року депутати на позачерговому засіданні парламенту прийняли в цілому проект закону №5300: «Проект Закону про надання допомоги застрахованим особам на період здійснення обмежувальних протиепідемічних заходів, запроваджених з метою запобігання поширенню гострої респіраторної хвороби COVID-19, спричиненої коронавірусом SARS-CoV-2» [56]. За його нормам, ФОП і наймані співробітники бізнесів, які постраждали від карантину, можуть претендувати на 8000 грн. допомоги від держави. А з 19 квітня підприємці-фізособи та наймані співробітники бізнесів, які постраждали від карантинних обмежень, можуть отримати від держави виплату в 8000 грн. через систему "Дія" [57].

Як кажуть: «час покаже», стосовно прийнятності і цього закону для підприємців. Однак, на сьогодні ми є свідками високого рівня недовіри та скептицизму з боку представників МПіС стосовно сприйняття допомоги бізнесу від держави.

Майже усі опитані (89,6 %, за результатами дослідження ДІСМП) скептично сприйняли зусилля влади щодо допомоги малому бізнесу під час карантину у зв'язку з епідемією COVID-19 (див. Рис. 2.8). Лише 3,5 % респондентів вважають, що вона намагається немало зробити для малого (дрібного) бізнесу в цей період. І близько 7 % посередньо оцінили зусилля влади.

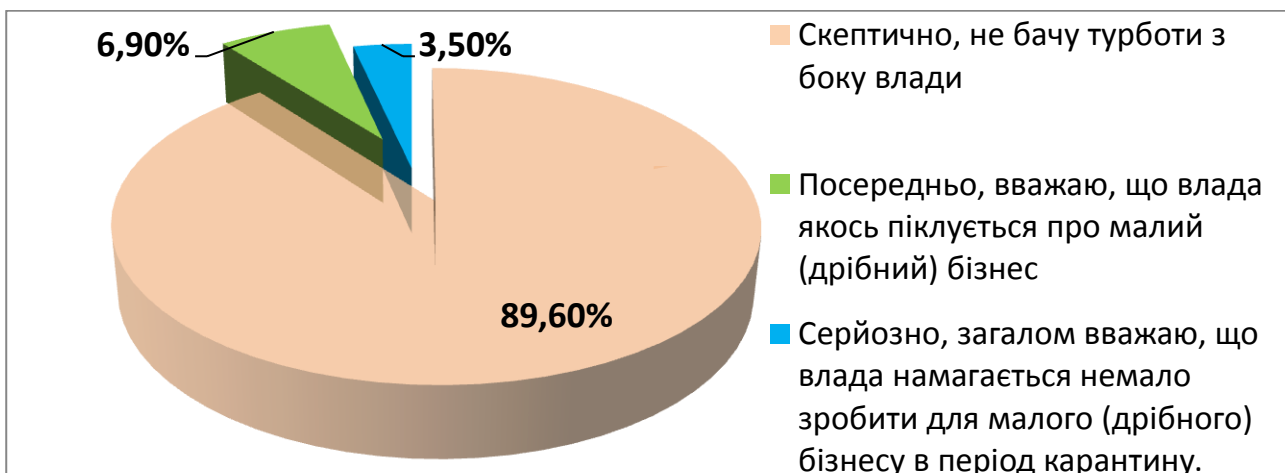


Рис. 2.8. Оцінка респондентів щодо зусиль влади у допомозі малому бізнесу під час карантину (%)

Те, що майже 90 % респондентів скептично оцінила зусилля влади у допомозі малому бізнесу під час карантину, не відчуваючи її, є досить серйозним аргументом у цій системі взаємовідносин не на користь влади, котрий вказує на її інертність. Хоча, до того, що справді полегшило роботу засновників бізнесу, можна зарахувати запровадження онлайн-послуг, дистанційний сервіс державних установ. Переважна частина опитаних знають про ці можливості та позитивно їх оцінюють [50]. Важливо й те, що апробовані сервіси ефективно функціонуватимуть і після завершення пандемії.

Чималі кроки у відстоюванні прав підприємців здійснює Спілка Українських Підприємців (СУП), яка, на час карантину, серед інших заходів закликала владу звільнити від сплати ЄСВ та ПДФО до кінця року увесь бізнес, який не скорочує персонал в умовах простою виробництва. Мета цієї ініціативи – дати можливість роботодавцям утримати робочі місця в період існуючої кризи, що за підрахунками можна фінансово підтримати майже два мільйони своїх громадян (1408,2 тис зайнятих в юридичних осіб та 546,5 тис. у ФОП) [24]. Окрім тимчасового скасування ЄСВ та ПДФО, наголошується на необхідності радикальних заходів на підтримку бізнесу. Зокрема, йдеться про надання можливості усім роботодавцям отримати часткову допомогу за своїх працівників, якщо їм скорочено час та об'єми роботи, у зв'язку із запобіганням поширенню пандемії, а також введення мораторію на всі перевірки бізнесу до кінця року, щоб підприємці мали можливість економічно «оговтатися» від кризи, а не займатися адмініструванням [5]. Водночас, як вважають фахівці, в ухвалених «антикризових» законах на підтримку економіки (№3275 «Закон про внесення змін до деяких законодавчих актів, спрямованих на забезпечення додаткових соціальних та економічних гарантій у зв'язку з поширенням пандемії COVID-2019», №533-IX «Закон про внесення змін до Податкового кодексу України...», інші закони України щодо підтримки платників податків на період здійснення заходів, спрямованих на запобігання виникненню і поширенню коронавірусної хвороби (COVID-19)), відповідні пропозиції від бізнесу так і не були враховані [56]. Хоча, і на момент дії карантину, підприємці від державної влади очікували в першу чергу, фінансової підтримки. 1/3 власників бізнесу вважали, що вона має здійснюватися у формі тимчасового звільнення від сплати податків або ж, принаймні у їхньому істотному зниженні (податкові канікули, тимчасова відміна ЄСВ, ПДФО) [48; 49].

Представниками різних неурядових організацій, які є дотичними до регуляційної сфери інституту дрібного та середнього бізнесу було виокремлено найпоширеніші серед підприємницького сектору проблеми діяльності під час карантину, за якими були надані конструктивні, на їхню думку рекомендації. За оцінкою фахівців, основні кроки, які б допомогли бізнесу пережити карантин, стосуються податкового послаблення та фінансового сприяння. Зокрема, йдеться про: звільнення від оплати ЄСВ (єдиного соціального внеску) для ФОП; послаблення податкового навантаження у Фонд оплати праці для юридичних осіб і тимчасове утримування (часткове) вивільнених працівників; безвідсотковий кредит тим, хто закривається із ініціативи держави; запровадження податкових канікул (немає прибутку – немає податку); необхідність реальних, а не фейкових кредитів для розвитку бізнесу, так як брак обігових коштів – це буде єдина реальна проблема малого та середнього бізнесу після виходу з карантину. Усі інші вирішуються досить легко.

Дана ситуація підтверджується і результатами нашого дослідження. Третина опитаних вважає, що для підтримки малого бізнесу під час карантину у зв'язку з епідемією COVID-19 доречно запровадити фінансові «пільги» (35,2 %): спрощення і зниження оподаткування ФОПів; доступність нормального кредитування; дешеві і доступні кредити, надання програми сприяння бізнесу, фінансова допомога, відміна відсотків по кредитах тощо. Також третина респондентів пропонувала оптимізацію (полегшення) карантинних умов, здійснення розумних послаблень тощо (32,4 %). Також, з боку респондентів були надані такі пропозиції, як такі, що конструктивно вплинуть на розвиток молодіжного підприємництва та самозайнятості. Це, зокрема:

- зняття податку та орендної плати для недієвих підприємств (11,7 %);
- менше перевірок та «не заважати» (8,7 %);
- більше уваги приділяти індивідуальній роботі з кожним підприємством (3 %);
- активізувати дрібно-роздрібний спосіб торгівлі, сприяючи попиту для дрібних підприємців (3 %);
- надання грантів та іншого фінансування на отримання обладнання, навчання, на створення господарсько-бізнесової діяльності (3 %).

Такі ж подібні результати презентує й інше дослідження молоді «Як живе молодь України під час COVID-19», за яким молоді представники дрібного підприємництва та самозайнятих (60 %) пропонують зменшити податкове навантаження та запровадити «податкові канікули», зменшити орендну плату - 33,3 %, зменшити карантинні обмеження - 29,2 %, надати грантову, проектну підтримку - 25,0 %, надати пільгові кредити - 22,3 % [50].

Попри безліч труднощів молоді представники малого бізнесу і самозайнята молодь не збираються «по своїй волі» згорнути власну справу. Про це повідомило 82,8 % опитаних, натомість у 6,9 % респондентів виникало бажання закрити власний бізнес і змінити рід занять, а 10,3 % – вагалися з відповіддю (див. Рис. 2.9).

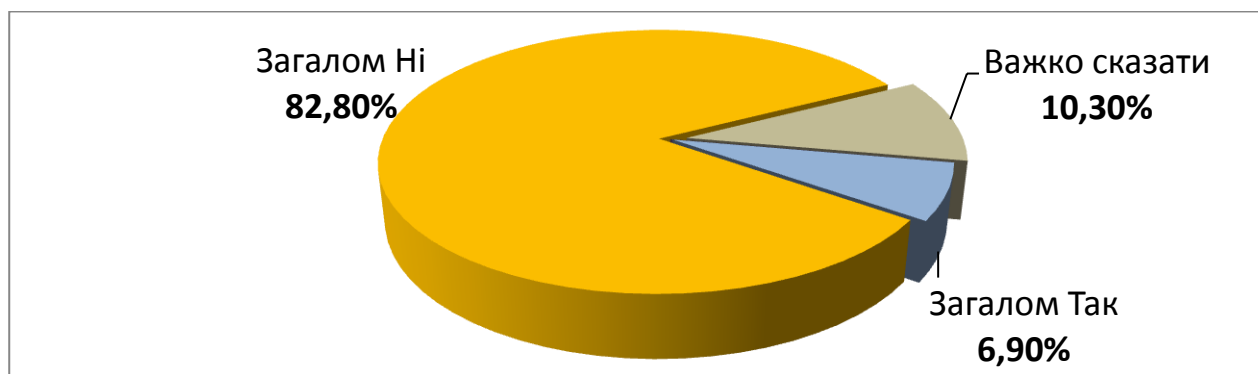


Рис. 2.9. Розподіл відповідей на запитання щодо бажання залишити зайняття бізнесом (як наразі обтяжливе) і змінити рід заняття (%)

Окремим питанням в нашому дослідженні було висвітлення певних сторін соціального аспекту діяльності молодих підприємців, зокрема, питання надання благодійної допомоги у боротьбі з COVID-19. Так, 27,7 % опитаних надавали деяку благодійну допомогу людям чи організаціям у боротьбі з COVID-19, 6,8 % – сприяли цьому. Натомість понад половина опитаних навіть не замислювалась про це (55,2 %), а 10,3 % – не мали змоги надавати таку допомогу (див. Рис. 2.10).

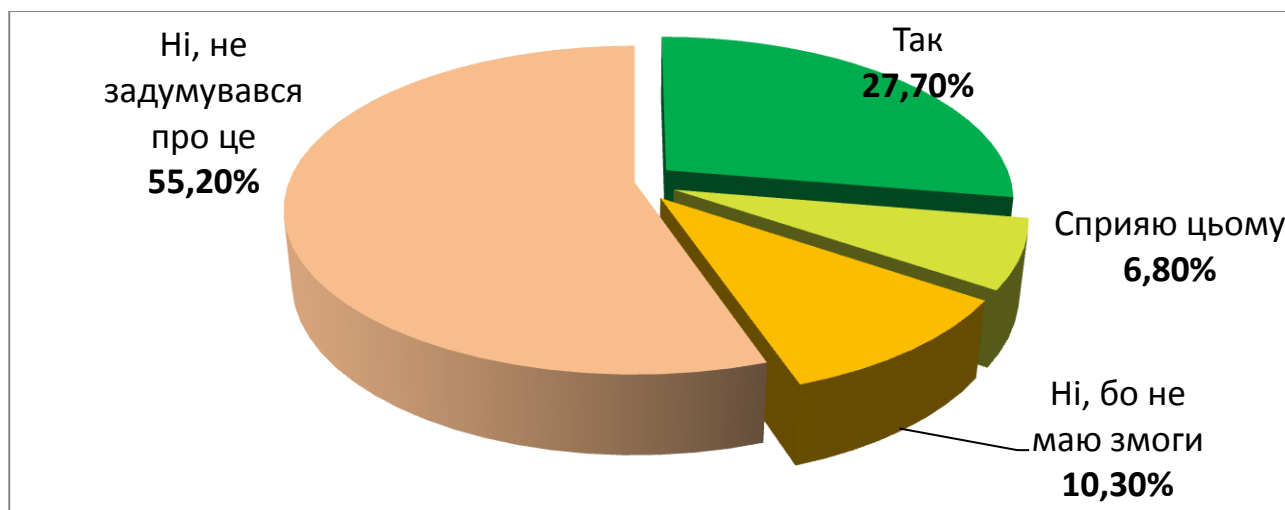


Рис. 2.10. Розподіл відповідей на запитання стосовно надання благодійної допомоги людям чи організаціям у боротьбі з COVID-19 (%)

Загалом робити однозначні висновки про певну неохочість проявляти соціальну турботу для населення не варто, так як молодіжний прошарок дрібного бізнесу й сам потребує допомоги. Це, скоріше властиве для середнього та великого бізнесу. Все ж, близько 1/3 (34,5 %) респондентів відповіли, що надавали таку допомогу.

Як бачимо, на сьогодні, у період карантину, молодь, яка представляє сферу малого бізнесу зіткнулися з низкою суттєвих труднощів. Часто їхня діяльність підпадала під заборону в умовах пандемії або зазнала значних збитків через стрімке зниження попиту. Згідно досліджень можна припустити, що близько половини молодих підприємців і самозайнятої

молоді продовжили частково працювати під час введення карантинних обмежень у зв'язку з епідемією COVID-19, тоді як кожен четвертий представник цієї сфери (згідно дослідження) зазначив про закриття власного бізнесу.

Серед труднощів, які виникли під час карантину через епідемію COVID-19, можна вважати зниження активності тих сфер, від яких залежав їх бізнес, зниження суспільної активності і обмеженість відвідування клієнтів, відсутність попиту і замовлень. Серед перешкод, які заважали розвитку бізнесу під час карантину, є різні карантинні обмеження для населення, відсутність попиту, закриття тих сфер, від яких залежить їхній бізнес та неможливість працювати дистанційно.

Підприємницька самозайнята молодь виявляла недовіру до влади у зв'язку з запровадженням податкових і неподаткових пільг для бізнесу в умовах карантину. Половина респондентів зазначили, що цей закон практично нічого не полегшить. Майже усі опитані скептично ставляться до зусиль влади щодо допомоги малому бізнесу під час карантину у зв'язку з епідемією COVID-19.

Для підтримки малого бізнесу під час карантину у зв'язку з епідемією COVID-19 варто, на думку представників МПіС, запровадити фінансові «пільги» та здійснити оптимізацію полегшення карантинних умов і здійснення розумних послаблень. Тому, для підтримки малого та середнього бізнесу в умовах пандемії уряд має створити спеціальну програму з величезним вливанням коштів. Український уряд досі не представив реального плану виходу з кризи як для малого, так і для великого бізнесу. На думку фахівців, держава із запізненням втягнулася в пандемію, і це спричиняє великі проблеми для цієї сфери, зокрема. Наша країна, мабуть, залишилася єдина, яка досі не розробила програми виходу із кризи пандемії для малого бізнесу [58; 59]. І це питання залишається відкритим. Недаремно, за останні декілька місяців, як на місцевому рівні (у регіонах), так і національному (під стінами кабміну) відбувалися акції протесту на кшталт "Карантин вбиває", «Захисти ФОП» та інші акції щодо проблемності виживання малого бізнесу.

Список використаних джерел до розділу II.

1. Мельник М.І. Формування бізнес-середовища України в умовах інституційних трансформацій : монографія / Мар'яна Іванівна Мельник. - Львів : Вид-во ІРД НАН України, 2012. - 568 с.
2. Гроші на бізнес від держави. В розвинених країнах уряди дають дешеві кредити малим підприємствам. [Електронний ресурс]. Режим доступу: https://texty.org.ua/articles/77577/Groshi_na_biznes_vid_derzhavy_V_rozvyvnyyh-77577/
3. Національна платформа малого та середнього бізнесу <https://platforma-msb.org/molodizhne-pidpryemnytstvo-realiyi-ta-perspektyvy>.
4. Аналіз статистичних показників розвитку підприємництва в Україні у 2016 році. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://platforma-msb.org/analiz-statystychnyh-rokaznykiv-rozvytku-pidpryemnytstva-v-ukrayini-u-2015-rotsi/>
5. Економічна активність населення України 2018: Стат.збірник. Державна служба статистики України: Київ-2019.
6. Молодь України – 2017: результати соціологічного дослідження. К. Центр незалежних соціологічних досліджень «Омега». - 2017. – 128 с.
7. Аналітична записка «Актуальні проблеми досягнення гідної зайнятості молоддю України». Національна академія наук України інститут демографії та соціальних досліджень імені М.В. Птухи. Київ. 2015. - 26 с.
8. Перехід на ринок праці молоді України результати міжнародного дослідження «School-to-work transition surveys» в Україні у 2013 та 2015 роках Елла Лібанова, Олександр Цимбал, Олег Ярош та Лариса Лісогор Програма забезпечення молодіжної зайнятості. Департамент політики зайнятості Серпень 2016
9. Статистика від ДФСУ. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://news.dtkr.ua/state/entrepreneurship/47203>.
10. Щодо ефективності підтримки та перспектив розвитку малого підприємництва у регіонах". Аналітична записка. Національний інститут стратегічних досліджень. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://old2.niss.gov.ua/articles/903/>.

11. Статистичні збірники «Розподіл постійного населення України за статтю та віком» за 2016–2018 роки. – [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://database.ukrcensus.gov.ua/PXWEB2007/ukr/publ_new1/2016/publ2016.asp.
12. AGER – 2018. Глобальне дослідження Amway про підприємництво. К.-2018. – 32 с. Режим доступу: https://platforma-msb.org/wp-content/uploads/2018/09/AGER-2018-Ukraine-ua_final.pdf.
13. Поліщук Г. О. Державна підтримка розвитку малого підприємництва: вітчизняний та зарубіжний досвід//Актуальні проблеми державного управління 1(51)/2017. с.1-8.
14. Романська О. Аналіз статистичних показників розвитку підприємництва в Україні у 2015 році. Режим доступу <https://platforma-msb.org/analiz-statystychnyh-pokaznykiv-rozvytku-pidpryyemnytstva-v-ukrayini-u-2015-rotsi/>.
15. Укр.Інформ. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу:<https://www.ukrinform.ua/rubric-economy/2302824-u-dfs-pidrahuvali-kilkist-fizicnih-osib-pidpriemciv.html>;
16. РБК – Україна. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу:<https://www.rbc.ua/rus/news/nalogovaya-obnarodovala-kolichestvo-flp-summy-1550838862.html>
17. Дороніна О. А., Наумова М. А., Кузьменко М. М. Економічна активність та рівень життя населення в системі індикаторів стану соціально-трудових відносин // Електронний журнал. Електронний ресурс. Режим доступу: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=7993>.
18. Видавництво «Сьогодні». – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.segodnya.ua/economics/business/ukraincam-hotyat-davat-dengi-na-otkrytie-biznesa-1008367.html>.
19. Протягом 2017 року було зареєстровано 264 тис. ФОП. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://palmyra.org.ua/novyny/protjagom-2017-roku-bulo-zareiestrovano-264-tis-fop/>
20. Ресурс «Опендатабот». – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://opendatabot.ua/blog/142-fop-2018>.
21. Укрінформ. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу:<https://www.ukrinform.ua/rubric-economy/2302824-u-dfs-pidrahuvali-kilkist-fizicnih-osib-pidpriemciv.html>;
22. Кількість ФОПів у країні зросла на 4%: лідирує комп'ютерне програмування. Економічна правда. Режим доступу: <https://www.epravda.com.ua/news/2019/05/16/647837/>.
23. Юридична газета онлайн. //<https://yur-gazeta.com/golovna/youcontrol-2019-roku-kilkist-pidpriemstv-v-ukrayini-zbilshilasya-na-4-a-fopiv-na-2.html>.
24. Аналітична записка: «Актуальні проблеми досягнення гідної зайнятості молоддю України». Національна академія наук України інститут демографії та соціальних досліджень імені М.В. Птухи. Київ. 2015. - 26 с.
25. Щорічна оцінка ділового клімату в Україні: 2016 рік. Аналітичний звіт [Електронний ресурс] / О. Кузяків [та ін.]. – К. : USAID ЛЕВ, 2017.-369 с. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.ier.com.ua/files/Projects/2015/LEV/ABCA2017/ABCA2016_full_report.pdf.
26. Юрчик Г.М. Стимулювання розвитку самозайнятості: соціально-економічні та правові аспекти// Вісник національного університету водного господарства та природокористування. Зб.наук.праць. Вип.2 (58). Серія «Економіка». – 2012. с.212-219.
27. Зайнятість населення за статтю, типом місцевості та віковими групами у 2017 році. URL: http://ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2017/rp/eans/XLS/znsmv2017xls_u.zip.
28. «Перехід на ринок праці молоді України: результати міжнародного дослідження «School-to-work transition surveys» в Україні у 2013 та 2015 роках». К. 2016. 125 с. Режим доступу https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_emp/documents/publication/wcms_536293.pdf.
29. Кукель Г.С. , Роледерс В.В., Семчук І.В. Оцінка зайнятості в сільському господарстві України // Проблеми системного підходу в економіці. 2020, №1 (75), с.47-51.
30. Тріфонов М. Неформальна зайнятість населення України: кількісний та якісний виміри. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://commons.com.ua/ru/neformalna-zajnyatist-naselennya/>.
31. Тренди та перспективи розвитку підприємництва в Україні за результатами глобального дослідження amway про підприємництво у 2015 році. Електронний ресурс. <https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ah>

- UKEwiZol6C3LTvAhWHmIsKHWhxB0IQFjAAegQIARAD&url=http%3A%2F%2Fnews.amway.ua%2Ffiles%2F2016%2F06%2FAGER-2015-for-ACC-Country-Profile-2016_UA.pdf&usg
32. Молодь України – 2017: результати соціологічного дослідження. К. Центр незалежних соціологічних досліджень «Омега». - 2017. – 128 с.
33. Молодь України-2015. Міністерство молоді і спорту України. – Київ: ГФК Юкрейн, 2015. – 88 с.
34. Освіта в Україні: базові індикатори. Інформаційно-статистичний бюлетень. ДНУ «Інститут освітньої аналітики» МОН України. 2018 р. – 210 с.
35. Звіт «Молодь України – 2018». Результати соціологічного дослідження. ТОВ «Перша рейтингова система». Міністерства молоді та спорту України. К.- 2018. - 88 с.
36. *Кобеля З. І.* Стимулювання розвитку підприємництва в регіоні// *економіка. Фінанси. Менеджмент: актуальні питання науки і практики, 2016, №6. С.48-60.*
37. *Тимченко О. І.* Проблеми та перспективи розвитку малого підприємництва в регіонах України [Електронний ресурс] / О. І. Тимченко. – Режим доступу : <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=41353>.
38. Регіональні програми розвитку малого і середнього підприємництва: структура, пріоритети, фінансування. - К.: Центр громадської експертизи, Центр міжнародного приватного підприємництва, 2015. - 24 с.
39. *Федорова А. С., Голомб В. В.* Аналіз проблеми розвитку підприємництва на регіональному рівні. [Електронний ресурс]. Режим доступу:http://www.confcontact.com/2017-ekonomika-i-menedzhment/10_fedorova.htm.
40. *Палп В. В.* Сучасний стан і тенденції розвитку малого підприємництва в Україні. БІЗНЕСІНФОРМ. 2013. № 6. С. 160–164.
41. *Кжаклевська Е.* Молодіжна політика в Україні. Висновки Команди міжнародних оглядачів Ради Європи / Е. Кжаклевська, Г. Вільямсон. – Страсбург : Видавництво Ради Європи, 2013. – 192 с с.26.
42. USAID Україна Програма «Лідерство в економічному врядуванні» 2014 – 2017. [Електронний ресурс] : http://www.ier.com.ua/ua/sme_development/working_papers_sme?pid=5815
43. Українське покоління Z: цінності та орієнтири. Результати соціологічного дослідження [Електронний ресурс] / К. Зарембо [та ін.]. – К. : Фонд ім. Фрідріха Еберта, 2017. – 136 с. – Режим доступу: https://zaxid.net/resources/newsfiles/319940_Ukr_Generation_ukr_inet-1.pdf],
44. Скільки коштує вести бізнес в Україні. Електронний ресурс. Режим доступу: <https://delo.ua/economyandpoliticsinukraine/naskilki-dorogo-vesti-biznes-v-ukrajini-321377/>.
45. ТПП: 5 головних проблем в діяльності бізнесу під час карантину та шляхи їх вирішення//Сталий економічний розвиток. [Електронний ресурс]. Режим доступу <https://www.auc.org.ua/novyna/tpp-5-golovnyh-problem-v-diyalnosti-biznesu-pid-chas-karantynu-ta-shlyahy-yih-vyrishennya>
46. UBR.[Електронний ресурс]. Режим доступу <https://ubr.ua/finances/macroeconomics-ukraine/za-vremja-karantina-v-sistemu-torhovo-promyshlennykh-palat-postupilo-svyshe-10-tys-obrashchenij-3892425>; <https://ubr.ua/finances/finance-ukraine/v-aprele-svoju-deyatelnost-prekratili-svyshe-13-tys-flp-3892879>
47. Бізнес на карантині. Названі п'ять головних проблем підприємців// Ліга Бізнес[Електронний ресурс]. Режим доступу <https://biz.liga.net/ekonomika/all/novosti/biznes-na-karantine-nazvany-pyat-glavnyh-problem-predprinimateley>
48. Коронавірус VS бізнес: половина підприємців протримається на карантині не більше місяця//Економічна правда. [Електронний ресурс]. Режим доступу:<https://www.epravda.com.ua/publications/2020/04/2/658857/>
49. Кожен п'ятий малий бізнес може закритися через карантин – опитування ЕВА//ЕВА . [Електронний ресурс]. Режим доступу <https://eba.com.ua/kozhen-p-yatyj-malyj-biznes-mozhe-zakrytysya-cherez-karantyn-opytuvannya-eva/>
50. Як живе молодь України у час COVID-19. Результати соціологічного дослідження [Електронний ресурс]. Режим доступу https://www.ua.undp.org/content/kraine/uk/home/library/democratic_governance/COVID-19-impact-on-youth-in-Ukraine.html

51. Не чекайте хороших новин: як карантин впливає на бізнес в Києві// Економічна правда. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://www.epravda.com.ua/publications/2020/03/26/658586/>
52. LIGA 360 [Електронний ресурс]. Режим доступу: https://ips.ligazakon.net/document/view/T200533?utm_source=biz.ligazakon.net&utm_medium=news&utm_content=bizpress01.
53. АППУ [Електронний ресурс]. Режим доступу <https://appu.org.ua/main-news/rozyasnennya-vgo-appu-3275-novi-podatkovy-antikrizovi-zahodi-zmina-ranishe-prijnyatih/>
54. Карантинні нововведення для бізнесу // Державна податкова служба України. [Електронний ресурс]. Режим доступу https://tax.gov.ua/data/material/000/322/412719/Informaciyniy_list_7.pdf.
55. Верховна Рада України. Офіційний веб-портал. [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_1?pf3511=70533.
56. Офіційний веб-портал Верховної Ради України. електронний ресурс. http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_2?id=&pf3516=5300&skl=10.
57. Бізнес цензор. Електронний ресурс. Режим доступу: https://biz.censor.net/news/3260711/servis_dya_nachal_prinimat_zayavki_na_vyplatu_po_8_000_griven_izza_karantina
58. Вижити у карантин»: як рятується малий і середній бізнес і чого очікує від держави //Радіо Свобода [Електронний ресурс]. Режим доступу <https://www.radiosvoboda.org/a/karantyn-biznes-zbytky-dergava/30523993.html>.
59. Інтерв'ю з нардепом В.Гнатенком. Телеканал 'ЗІК'. [Електронний ресурс]. Режим доступу: https://zik.ua/news/economics/nardep_hnatenko_dlia_pidtrymky_maloho_ta_serednoho_biznesu_pid_chas_karantynu_maie_buty_stvorena_spetsialna_prohrama_967628

Розділ III. ОСНОВНІ ЗАСАДИ ПОЛІТИКИ РОЗВИТКУ МОЛОДІЖНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА У РОЗВ'ЯЗАННІ ПРОБЛЕМ МОЛОДІЖНОГО БЕЗРОБІТТЯ

§3.1. Державна допомога у розвитку молодіжного підприємництва та самозайнятості: загальна оцінка

На сьогодні і надалі актуальним залишається питання удосконалення існуючого механізму підтримки самозайнятості молоді та молодіжного підприємництва з урахуванням сучасних тенденцій в Україні та зарубіжного досвіду. Аналіз сучасної нормативно-правової бази, що регламентує підприємницьку діяльність, свідчить, що на сьогоднішній день напрям розвитку молодіжного підприємництва планується реалізовувати шляхом її удосконалення, розробки системи пільг та преференцій молодим підприємцям, всебічного розвитку підприємницьких навичок та здібностей української молоді [1; 2; 3; 4; 5]. У цій дослідницькій площадці ми надамо оцінку існуючої ситуації, відповідно до регламентацій держави у сприянні молодіжному підприємництву та самозайнятості (МПіС).

Розгляд відповідних програм сприяння розвитку цієї сфери показав, що одним із пріоритетів державної молодіжної політики на 2016-2020 роки визначено безпосередньо зайнятість молоді, а саме – створення в країні таких умов і реалізація таких заходів, які б сприяли працевлаштуванню молоді частини населення [5; 6]. Загалом, є підстави стверджувати, що в Україні вже створено певне нормативно-правове підґрунтя, яке визначає місце само зайнятості молоді в молодіжній політиці та в системі зайнятості населення. Але не більше. Тому що саме на декларативному рівні підкреслюється важливість та нагальність державної підтримки цього напрямку як одного з інструментів працевлаштування молоді частини населення.

Ключовим нормативно-правовим актом, який регламентує реалізацію механізму підтримки підприємницької діяльності з боку держави, наразі є закон України «Про розвиток та державну підтримку малого і середнього підприємництва в Україні» [4]. У ньому серед основних напрямів державної політики у цій сфері зазначається реалізація податкових, фінансових, інфраструктурних, інформаційних, дозвільних та інших інструментів. А в частині 2 ст. 8 Закону України «Про сприяння соціальному становленню та розвитку молоді в Україні» (у новій редакції) наголошується на тому, що з метою реалізації програми підготовки молоді до підприємницької діяльності держава має сприяти створенню молодіжних бізнес-центрів, бізнес-інкубаторів, а також здійснювати низку заходів, спрямованих на підтримку підприємницьких ініціатив з боку молоді (зокрема, забезпечення виробничими приміщеннями, довгострокове пільгове кредитування, страхування комерційного ризику та ін.) [6; 1].

Однак, питання інституційної допомоги малому (дрібному) бізнесу залишається великою проблемою для України. Що ж зумовлює такий стан справ? В країні немає фінансів на підтримку малого та середнього бізнесу? Можливо, але не тільки в цьому річ. Грошей немає тому, що немає якісних програм, і навпаки. Брак державної підтримки підприємницькій ініціативі молоді – це, скоріше неефективна функціональність відповідних соціальних інститутів (в контексті неінституціонального підходу дослідження проблеми). Діяльність попередніх і сьогоднішнього урядів України свідчить про неспроможність практичної реалізації пунктів зазначених у відповідних законах, що дає підстави говорити про їх декларативний характер. На цьому ми вже неодноразово акцентували увагу.

Концепцією Державної цільової соціальної програми “Молодь України” на 2016-2020 роки було оновлено механізм організації роботи з молоддю. Його особливість полягала в тому, що реалізація молодіжної політики ґрунтуватиметься не на основі традиційної вертикальної системи управління (яка представлена ланцюгом: центральні органи виконавчої влади – структурні підрозділи з питань молоді та спорту місцевих держадміністрацій – сама молодь), а на основі взаємодії існуючої вертикалі управління з інститутами громадянського суспільства (зокрема, молодіжними громадськими організаціями, волонтерами та ін.) [5]. Ця особливість містить як позитивні, так і негативні моменти. З одного боку можна говорити про появу нового, додаткового потенціалу у механізмі розвитку молодіжного підприємництва – інститути громадянського суспільства. З іншого – існує ризик перекидання державою тягаря роботи та відповідальності з себе, саме на ці інститути.

Варто проаналізувати і дії влади у поточному періоді. Розглядаючи Програму діяльності Кабінету Міністрів України від 12 червня 2020 р. [7], не складає труднощів побачити, що проблематиці підприємництва у молодіжному середовищі надано ще менше уваги. У

програмі запланованих дій Мінекономіки, йдеться зокрема про: «1) створення сприятливих умов для розвитку та відновлення малого та середнього підприємництва, у тому числі шляхом зменшення регуляторного тиску та запровадження програм підтримки; 2) забезпечення зайнятості населення шляхом підтримки підприємницької ініціативи громадян; 3) запровадження нових та розширення існуючих програм кредитної підтримки суб'єктів малого та середнього підприємництва» [7].

У програмі запланованих дій Міністерства молоді та спорту України йдеться про «підвищення рівня економічної та громадської активності молоді, її інтеграції в суспільне життя та адаптації до викликів, розвиток компетентностей молоді і визначення нею свідомого вибору життєвого шляху, у тому числі через молодіжне підприємництво» [7]. Однак, змістовний аналіз цього пункту Програми не вказує на нагальність чи потребу будь-яких інституціональних заходів щодо сприяння розвитку підприємництва та самозайнятості серед молоді. У будь-якому разі відсутність належної уваги, а можливо незацікавленість «зверху», у розв'язанні проблеми сприяння молодіжному підприємству і самозайнятості молоді, а рівно як і формуванню сприятливого підприємницького клімату загалом відображалось, як і у Проєкті Концепції Державної цільової соціальної програми «Молодь України» на 2021-2025 роки, так і у недавно прийнятому державному документі про молодіжну політику: «Указ Президента України Про Національну молодіжну стратегію до 2030 року [8]. Навіть поверхневий контент-аналіз виявив ледь чи не останні позиції щодо важливості розвитку економічної активності молоді, навіть у порівнянні з аналогічним документом попередніх років (Державна цільова соціальна програма «Молодь України» на 2016-2020 роки). Зокрема, вказувалося на: «низький рівень знань та навичок для заснування та ведення власної справи, недостатньо розвинена підприємницька культура та відсутність доступних фінансових та навчальних ресурсів, що знижують інтерес молоді до провадження підприємницької діяльності [5; 8]. Відсутність відповідних компетентностей і лідерства були відмічені як основна проблема розвитку підприємництва та самозайнятості серед молоді. Однак, подібного роду характеристиками молодь не вирізнялася і в кінці 80-х - поч. 90-х років минулого століття, коли почався різкий сплеск розвитку перших кооперативних підприємницьких структур і відлік становлення підприємництва в Україні. А компетентності набувалися з досвідом. Як показала практика, головним каталізатором подібного буму була революційноуюча система дозволу на вільне господарювання.

У пунктах щодо шляхів та способів розв'язання проблеми у тих же документах вказується на формування культури підприємництва серед молоді, підтримку молодіжного підприємництва, у тому числі соціального, розвиток інноваційного потенціалу молоді, молодіжних стартапів, креативних індустрій [5]. М'яко кажучи – «доволі не густо» щодо вирішуваних проблем у підтримці молодіжної підприємницької самозайнятості з боку влади. А тим більше говорити про формування культури підприємництва при практичній відсутності останнього – виглядає доволі не зрозумілим і не логічним. Це вже не говорячи про те, що місце самому підприємству у зазначеній Програмі молодіжної політики на 2021/2025 рр. відведене далеко не на попередні позиції, знаючи, що саме економічний потенціал суспільства виступає резервом розвитку соціальної та інших сфер. Такі самі коментарі можна зробити щодо «пріоритетів і стратегій» зазначеної Програми, в якій зазначається про «формування культури підприємництва, використання інноваційного потенціалу, стимулювання до відкриття власної справи [8]. Ось буквально вся увага цієї проблематиці.

Як показує практика, в Україні досі ще не створена стратегія розвитку малого бізнесу як такого. Також відсутні повноцінні національні програми підтримки і кредитування. Цим, як відомо, в Україні переймаються лише міжнародні організації. Досвід показує, що в українських реаліях дешеві кредити держава надає не усім, а лише тим малим і середнім підприємствам, які налагоджують випуск продукції на експорт, що збільшує надходження валюти в країну. Для усіх інших доступний лише мінімальний п'ятивідсотковий податок.

Однією із чинних програм, що реалізується Державною службою зайнятості, передбачена система заохочення займатися власним бізнесом. Однак ця програма має низку обмежень. По-перше, щоб отримати допомогу, треба зареєструватись безробітним. По-друге, закон не визначає чіткої суми, яку можна отримати від держави – вона залежить від суми річних виплат безробітному, які залежать від попередньої офіційної зарплати. Далі, питання надання коштів на розвиток малого бізнесу вирішує директор центру зайнятості. І нарешті, допомога стосується переважно в «легких сферах послуг». Виробничі ж сфери тут не є задіяними.

Практична відсутність банківського кредитування – це ще одна проблема. Вона здатна повністю знищити малий бізнес в Україні, і як показує практика, та як стверджують фахівці, понад десяток років так звані «доступні кредити» для дрібних підприємців і досі залишаються недоступними [9; 10]. Щоправда у поточному році, формально, ситуація проблемності кредитування (програма «5-7-9») дещо почала змінюватися на краще. Як заявляли в Офісі Президента, за останній період, станом на 1 серпня 2020 р. програма кредитування "5-7-9%" ефективно реалізується, і сума виданих кредитів становила понад 3,3 млрд. грн. для 1755 компаній [10]. За підрахунками – це приблизно 1,88 млн. грн. на одне підприємство. Для аналізу варто сказати, що сума не мала, і не завжди співставна з дрібним бізнесом. А головний аргумент – те, що ці кредити були надані лише для 0,1 % від всієї приблизної сукупності представників малого бізнесу. Тому висновки щодо поширення кредитної допомоги малому бізнесу – однозначні – вона, як мінімум – неповноцінна.

§3.2. Інститути підтримки молодіжного підприємництва в Україні

Становлення підприємництва в Україні зумовило появу і спеціалізованих структур – інституцій підтримки підприємництва. Основна мета їх функціонування полягає в наданні інформаційної, правової, організаційної, технічної, фінансової та іншої підтримки суб'єктам підприємництва.

Як відомо, державна програма підтримки молодіжного підприємництва була затверджена Кабінетом Міністрів України ще у 2002 р.[11]. Метою програми було створення сприятливих умов для розвитку молодіжного підприємництва, зменшення рівня безробіття серед молоді шляхом її залучення до підприємницької діяльності. В рамках поставленої мети, основними її завданнями було сприяння розвитку підприємницького сектору як невід'ємної частини національної економіки. Сюди також входило і створення умов адаптації молоді до умов ринкової економіки, створення умов для активізації молодіжного підприємництва, сприяння створенню нових робочих місць для молоді, запровадження ефективних механізмів співробітництва органів державної влади і громадських об'єднань молодих підприємців. Ці позиції сприяння, в свою чергу, виявляють суголосність з напрямками реалізації механізму розвитку МПіС в Україні, де передбачено:

- створення сприятливих умов для організації бізнесу;
- заходи, пов'язані з навчанням та популяризацією підприємницької діяльності;
- організація системи консультування та наставництва;
- розширення можливостей молоді в отриманні фінансових та матеріальних ресурсів;
- формування «банку ідей» - бази стартапів, розширення інноваційної мережі;
- розвиток напряму соціального підприємництва в державі (розвиток волонтерських рухів тощо) [1].

Однак, варто зауважити, що навіть на законодавчому рівні держава, досить опосередковано сприяє саме молодіжному підприємству. Основні законодавчі акти, що регулюють молодіжне підприємництво, цілеспрямовано його не стосуються. Загалом, це закони про підприємництво і про сприяння соціальному становленню та розвитку молоді, про підтримку малого підприємництва тощо.

Сам механізм розвитку МПіС в Україні прямо чи опосередковано регламентується зокрема, в рамках таких Законів та нормативно-правових актів: «Про зайнятість населення»; «Про розвиток та державну підтримку малого і середнього підприємництва в Україні» (2012); у Стратегії розвитку малого і середнього підприємництва в Україні на період до 2020 року (2017); «Про сприяння соціальному становленню та розвитку молоді в Україні» (1993); розпорядженням Кабінету Міністрів України «Про схвалення Концепції Державної цільової соціальної програми «Молодь України»; ст. 22 Закону України «Про охорону дитинства» (2001), у якому чітко встановлює право дітей займатися підприємництвом з шістнадцятирічного віку та інше [2; 3; 4; 5; 6; 7; 8; 11; 12; 13; 14].

Про необхідність формування підприємницької компетентності майбутніх фахівців наголошується в Законах України «Про освіту» (2017), «Про професійно-технічну освіту» (2019), Національній стратегії розвитку освіти в Україні на 2012-2021 роки (2009), та інше. У вищезгаданих законодавчих документах прямо чи опосередковано вказується про державну

підтримку та сприяння розвитку підприємницької ініціативи та діяльності молоді, сприяння створенню молодіжних бізнес-центрів, бізнес-інкубаторів для реалізації програми підготовки молоді до підприємницької діяльності, надання інформаційних та консультативних послуг тощо. Сюди слід віднести і вищезгадані: Закон України «Про розвиток та державну підтримку малого і середнього підприємництва в Україні» та Закон України «Про сприяння соціальному становленню та розвитку молоді в Україні» (у редакції від 1 січня 2015 р.). Але аналіз даної проблематики говорить про те, що критерії визначення та показники опису молодіжного підприємництва та самозайнятості в Україні на сьогодні мають виключно технічне значення і використовуються переважно для проведення коректного порівняння стану розвитку цих явищ в Україні.

Однак, мова не йде про цілковиту відсутність системи стимулювання самозайнятості та підприємницької активності молоді для вирішення проблеми молодіжної зайнятості. Вона все ж існує та діє. Це і надання цільової державної допомоги на відкриття власного бізнесу, створення молодіжних коворкінгів, бізнес-інкубаторів та проведення державних грантових конкурсів з урахуванням актуальних проблем сучасності. Але їх величина, а відповідно і ефективність є досить мізерною. Розглянемо це питання більш детально.

Мотиваційний механізм підтримки самозайнятості населення України включає комплекс заходів, ефективно впровадження яких з боку виконавчих органів влади та органів місцевого самоврядування, сприятиме зростанню кількості самозайнятого населення. З метою реалізації державної політики щодо розвитку та підтримки самозайнятості населення, в Україні передбачено можливість ведення відповідної діяльності за *спрощеною системою оподаткування* (передбачає сплату єдиного податку). Ця система оподаткування значно спростила порядок нарахування та сплати податків, суттєво скоротивши їх перелік та зменшивши ймовірність застосування штрафних санкцій, пов'язаних зі складністю сучасної податкової системи в частині адміністрування податків. Вона надала право вибору суб'єктам підприємництва економічно доцільного варіанту оподаткування, оскільки передбачає диференційовану ставку податку, звітний період оподаткування залежно від кількості найманих працівників, граничного обсягу річного доходу [15].

В Україні активно діють й інші економічні методи: фінансова підтримка (надання кредитів із низькою ставкою відсотка й пільговими умовами погашення); навчання основам підприємництва та підвищення кваліфікації всіх охочих, особливо молоді, безробітних і економічно неактивних груп населення; надання юридичних консультацій по відкриттю власної справи, складанню бізнес-планів; оснащення технічною допомогою (проектні послуги); надання безкоштовної економічної інформації; забезпечення допомоги в інноваційній діяльності тощо [16; 17].

Серед системи заходів, спрямованих на розвиток молодіжного підприємництва, сприяння зайнятості, можна назвати:

- створення молодіжних центрів, що забезпечують молодих підприємців консультаційними й методичними послугами;
- проведення конкурсів молодіжних бізнес-ідей і проєктів, конкурсів на кращу організацію в сфері бізнесу за участю представників «молодіжного» менеджменту;
- створення й підтримка молодіжних бізнес-інкубаторів, виставок для підприємців-початківців та інше.

Мотиваційний механізм задіюється і в рамках освітніх програм, роботи центрів зайнятості, а також у цілому по всіх навчальних закладах. Для прикладу, Міністерством молоді та спорту України у сфері підтримки молодіжного підприємництва та зайнятості у 2017–2018 рр. зокрема були проведені такі акції, як: Всеукраїнська акція «Start-up business»; Всеукраїнський семінар «Сільський туризм: нові можливості молодіжного підприємництва на селі»; Всеукраїнський форум, спрямований на підвищення рівня зайнятості молоді.

Одним із ключових механізмів стимулювання підприємницьких ініціатив безробітних є реалізація соціальної програми Державної служби зайнятості щодо одноразової виплати допомоги по безробіттю. Середній розмір її залежить від заробітної плати за останнім місцем роботи (або мінімального розміру допомоги по безробіттю). Для прикладу, у 2015 році цією можливістю скористалися понад 9,4 тис. молодих осіб та організували підприємницьку діяльність за рахунок виплати допомоги по безробіттю одноразово, що на 1 тис. осіб більше, ніж у 2014 році [18].

Державна служба зайнятості України надає безробітним одноразову допомогу для створення власної справи в рамках програми допомоги безробітним для започаткування власної справи «Будуй своє» [19]. Зазначена програма регулюється, наказом № 613 Мінсоцполітики від 15.06.2015 р. При сприянні Державної служби зайнятості (зокрема програми «Будуй своє») у 2017 році організували підприємницьку діяльність за рахунок виплати допомоги по безробіттю одноразово 944 особи з числа молоді у віці до 35 років. За 9 місяців 2018 р. допомогу отримали 692 особи — молодь до 35 років [19]. Протягом 2019 року власну справу за сприяння служби зайнятості започаткували 2,4 тис. осіб, а цього року в планах служби – допомогти у започаткуванні власного бізнесу вже 8,5 тис. безробітним, що в 3,6 разів більше. У проєкті бюджету на 2020 рік на цю активну програму підтримки безробітних передбачені були видатки в розмірі 386 млн. гривень проти 82,2 млн. у 2019 році (зростання в 4,7 разів). За інформацією Державної служби зайнятості, найчастіше колишні безробітні відкривають свій бізнес у сфері торгівлі, професійної та наукової діяльності, ремонту побутової техніки, а також у переробній промисловості та сільському господарстві [20].

Україна має значний потенціал і за кількістю пропонованих молоддю стартапів. Наприклад, в Україні на сьогодні налічується 452 такі проєкти, у тому числі в Києві - 268 (що, за окремими джерелами, майже у 2 рази більше, ніж у таких європейських містах як Прага або в Мілан, та дорівнює кількості стартапів у м.Стокгольм) [21]. Однак, як показує практика, значна частина таких стартапів реалізовується молоддю для зарубіжних замовників, особливо США у сфері ІТ-технологій (часто за грантові кошти). Також слід зазначити, що важливим інструментом розвитку не тільки молодіжної роботи, а і молодіжного підприємництва, працевлаштування молоді стали такі програми ЄС, як «Еразмус+» та «EU4 Youth», що дає можливість отримати додаткове фінансування з боку ЄС та підтримати більшу кількість проєктів.

Можна наводити приклади та аргументи ще, однак, потрібно сказати, що незважаючи на численні законодавчі ініціативи, прийняття законів і нормативних актів про зайнятість молоді, реалізація державної молодіжної політики в Україні, м'яко кажучи, не є достатньо ефективною. Причина цього, з одного боку – в обмежених фінансових ресурсах, що виділяються на реалізацію законів та цільових програм з боку держави; недостатнє фінансування заходів державної політики зайнятості та складні кредитні умови – не забезпечують повної реалізації підприємницьких ініціатив. З іншого боку, має місце незадовільне виконання цих самих програм відповідними установами, службами, що на пряму залежить і від першої причини. Третє, це – невисокий рівень інформаційної бази досліджуваної проблеми та низька співпраця з боку державних управлінських інституцій з прикладною наукою.

Недостатня державна фінансова, інформаційна, консультаційна, інтеграційна підтримка – це, скоріше неефективна функціональність відповідних соціальних інститутів. Мало уваги приділяється особливій ролі інституцій підтримки підприємництва для активізації підприємницької ініціативи і стимулювання економічного розвитку, і зокрема й молодіжного сегменту. Попри те, що за роки незалежності, Уряд України добре побудував і структурував механізм реалізації заходів для своєї молодіжної політики, існує нагальна потреба у зосередженні уваги на практичному виконанні елементів програми розвитку, а не на формалізації та опису самої системи стимулювання МПіС.

Діяльність уряду України давно засвідчила його неспроможність у виконанні пунктів, зазначених у законах України, зокрема: «Про розвиток та державну підтримку малого і середнього підприємництва в Україні» (2012), «Стратегії розвитку малого і середнього підприємництва в Україні на період до 2020 року» (2017), «Національній програмі сприяння розвитку малого підприємництва в Україні». Ці пункти відносяться до вдосконалення нормативно-правової бази та формування єдиної державної регуляторної політики у сфері підприємницької діяльності, активізації фінансово-кредитної та інвестиційної підтримки та сприяння створенню інфраструктури розвитку малого підприємництва. Має місце і впровадження регіональної політики сприяння розвитку малого підприємництва [22]. Однак, на практиці цього ми не бачимо. Тобто, є підстави стверджувати, що дані документи носять виключно декларативний характер.

Те саме можна сказати про відповідні окремі інституційні засоби сприяння молодіжному підприємству та дослідженню його проблем становлення. Так, Український Фонд підтримки підприємництва фіксує тільки зміни. «Еразмус для молодих підприємців», який є

частиною програми ЄС COSME, реально мало кому дає можливість скористатися своїми ресурсами (нерівність доступу до ресурсів, культурного капіталу). «Асоціація вчених, інноваторів і підприємців» як і «Молодіжний Бізнес Формат» діє в декларативній формі. Дослідницька програма «Індекс ділового клімату», як один із «ключових» індикаторів розвитку молодіжного підприємництва – не відповідає валідним характеристикам виміру проблеми в українських реаліях. Фактично, дослідження проблем самозайнятості молоді лежить у площині уваги і МОН, і Міністерства молоді та спорту, Мінсоцполітики і окремих урядових та міжнародних програм та ін. Однак, наявні інформаційні джерела не надають необхідної повноти інформації щодо розвитку цієї сфери за сприянням вищеназваних установ.

Мотиваційний механізм підтримки самозайнятості повинен мати регіональну спрямованість і включати наступні напрямки: розробку регіональних програм сприяння розвитку індивідуального підприємництва на різних рівнях управління (область, район, місто, село); формування кредитно-фінансового механізму підтримки індивідуального підприємництва через використання бюджетних та позабюджетних коштів, коштів фонду сприяння зайнятості, надання позик на пільгових умовах; визначення пріоритетних сфер функціонування самозайнятості в територіально-галузевому зрізі; розвиток інфраструктури сприяння самозайнятості через розробку бізнес-планів; консультаційне та інформаційне забезпечення; реклама, підготовка та перепідготовка підприємців та інше.

Необхідно формувати підприємницький хист у молоді через систему освіти, роботи служб зайнятості та у навчальних заходах (формальних і неформальних) взагалі. Програми, спрямовані на розвиток молодіжного підприємництва, мають виконуватися й у сільській місцевості. Так, наприклад, на основі досвіду Німеччини в аспекті державного регулювання ринку праці в Україні можливе налагодження взаємодії ринку праці молоді та системи освіти [23]. Перспективними інструментами, які широко використовуються в зарубіжній практиці та можуть бути імplementовані в Україні, є: соціальне підприємництво, система консультування та наставництва, широка підтримка стартапів, особливо у високотехнологічній сфері. Зокрема, бізнесмени підтримують молодих підприємців через:

- програми навчання і розвитку бізнесу (The Center for Entrepreneurship); бізнес-простір при університетах (бізнес-кампуси, дискусійні клуби, консультаційні організації і т.п.);

- фонди (корпоративні, венчурні, благодійні, фандрайзинг - діяльність націлена не на отримання прибутку, а на рішення соціально значущих завдань, краудфандинг – як співпраця людей, які добровільно об'єднують свої гроші чи інші ресурси разом, як правило через інтернет, аби підтримати зусилля інших людей чи організацій);

- бізнес-акселератори (соціальний інститут підтримки стартапів) та бізнес-інкубатори [24].

Враховуючи досвід зарубіжних країн, в Україні доцільним є формування системи заходів молодіжної політики зайнятості не лише за допомогою державних механізмів, зокрема державної служби зайнятості, а й приватних рекрутингових агентств. Важливим є і встановлення партнерських відносин між підприємствами та представниками бізнес-структур, органів державної влади та вищих навчальних закладів; направлених на забезпечення механізму у регулювання зайнятості та вирішення проблеми безробіття. Такі програми вже є і діють, зокрема: тренінгова програма для молоді «Skills lab: власна справа», яка спрямована на розвиток молодіжного підприємництва; програма «Пакт заради молоді 2025»; форуми «Бізнес-молодь: ефект WOW від співпраці», які генеруються за сприянням центру «Розвиток КСВ», Career Hub та ін [25].

§3.3. Зарубіжний досвід інституціональної підтримки молодіжного підприємництва

Звертаючись до порівняльних показників матеріальної допомоги у дрібному бізнесу в Україні та у розвинутих країнах світу, можна сказати про їх неспівставність. Однак, це цілком закономірне явище.

Для прикладу в **США**, з започаткуванням Адміністрації з питань малого бізнесу ще з 1953 року була розпочата розробка цільових федеральних, регіональних програм і проєктів

розвитку та підтримки малого бізнесу. З моменту її заснування було надано мільйони кредитів, кредитних гарантій, контрактів та консультацій з метою допомоги в заснуванні та розвитку малого бізнесу [26]. У цій країні існують десятки державних та інших програм з підтримки малого бізнесу. Головна мета їх – надання фінансової та консультативної підтримки малим підприємствам. Це і позики під низькі відсотки, а також гарантування перед кредиторами. Це кредити для започаткування діяльності нового підприємства. Законодавством передбачено бюджетні кошти для погашення іпотечних кредитів малого бізнесу (холдинг викупу кредитів малих підприємств (з ринковою вартістю \$ 142 млрд. у 2011 р.). Однак у США це лише одна з програм підтримки малого бізнесу, якою, як можна сказати, «гасили пожежу». Спираючись на їх досвід, можна стверджувати, що однією з найбільш ефективних форм державної підтримки малого підприємництва є *гарантування позик*. У **Великобританії** подібна програма також має давню історію, однак, не вдаючись до ретроспекції, зацентруємо увагу на новітні моменти. Зокрема, з 2012 р. була запущена Схеми фінансових кредитів (Funding for Lending (FLS) Великобританії, з метою оздоровлення економіки після кризи 2008-2009 років до 2018 р. Розмір фонду становив 70 млрд. фунтів. Ці нечисельні приклади порівнянь багато про що говорять [26; 27; 28].

У різних країнах, з огляду на відмінності економічних систем і рівня саморегулювання окремих галузей та секторів економіки діють різноманітні за організаційно-правовою та функціональною моделлю інституції підтримки підприємництва. До них зазвичай зараховують:

- бізнес-центри (центри послуг для бізнесу);
- бізнес-інкубатори;
- фонди розвитку (підтримки) підприємництва;
- об'єднання підприємців;
- інформаційно-аналітичні центри;
- агенції територіального розвитку;
- дорадчі утворення при органах публічної влади;
- торгово-промислові палати тощо;

Міжнародний досвід молодіжних підприємницьких організацій свідчить про те, що в себе вони реально виконують важливі функції, перш за все, в плані налагодження взаємодії між молодими підприємцями, навчання, організації консультацій, просування ділової культури серед молоді, створення нових робочих місць. У низці держав, акцент на підтримку молодіжного підприємництва робиться в системі інноваційної політики держави, великого значення набуває створення технопарків, бізнес-інкубаторів, підтримка високотехнологічних стартапів, формування «банку ідей». Іде сприяння відкриттю власного бізнесу через спеціальне навчання, надання стартового капіталу та спрощене оподаткування. Незважаючи на таку їх різноманітність, основна мета діяльності таких інституцій полягає в *інформаційній, правовій, організаційній, технічній та фінансовій підтримці* підприємництва [26; 29].

В Україні існують подібні структури, однак поширеність та дієвість їх, як вже зазначалося, досить низька та малоефективна. У більш розвинутих (по відношенню до України) країнах так само активно застосовують підхід «згори» до стимулювання підприємницької діяльності, оскільки саме розвиток бізнесу органи публічної влади розглядають як засіб вирішення проблем зайнятості, підвищення добробуту громадян, пом'якшення соціальних проблем тощо [25]. Однак, цієї системи заходів у нас явно бракує.

Розглядаючи досвід зарубіжних країн, розглянемо механізми, що стимулюють розвиток і студентського підприємництва, так як саме студентська молодь найбільш задіяна у підприємницьку сферу. Аналіз інтернет-ресурсів основних некомерційних та комерційних організацій, діяльність яких пов'язана з фінансуванням, інформаційною підтримкою і навчанням молодих підприємців, показав, що їх можна розділити на наступні групи:

- благодійні фонди;
- студентські бізнес-клуби на базі університету;
- національні та інтернаціональні бізнес-клуби;
- бізнес-кампуси;
- бізнес-інкубатори для студентів та/або молодих підприємців;
- консультаційні студентські організації;
- молодіжні дискусійні клуби;

Стисло оглянемо їх. *Благодійні фонди*. Першочерговою функцією таких фондів є часткове або повне фінансування стартап-проектів. Фонд складається в основному з благодійних грантів і дотацій, які потім йдуть на фінансування проектів.

Студентські бізнес-клуби на базі університету. Основними функціями таких організацій є: організація дискусійних клубів, проведення навчальних курсів та тренінгів, консультації в різних сферах менеджменту і бізнесу. Бізнес-клуби такого формату часто виступають в якості інформаційного майданчика для інвесторів. Тут періодично організовуються конкурси бізнес-планів, розроблених студентами - учасниками клубу. Найбільш успішні автори можуть розраховувати на фінансування своїх проектів венчурними інвесторами. А також проводиться збір і надання інформації про студентські проекти для підприємців та інвесторів (комерційних структур, благодійних фондів тощо).

Національні та інтернаціональні бізнес-клуби. Головна їх відмінність від попередніх полягає в тому, що доступ до інформації отримують не тільки студенти одного певного університету, але будь-які молоді підприємці без прив'язки до навчального закладу.

Бізнес-кампуси. Це академічні курси з розширеною практичною частиною, що присвячена розробці та реалізації бізнес-проектів.

Бізнес-інкубатори для студентів і/або молодих підприємців створюються для полегшення реалізації бізнес-проектів підприємцями, у яких мало досвіду. Їм надаються офісні (а також комерційні і виробничі) площі за зниженими цінами, а також інші пільги. Для таких організацій є типовим надання консультацій в різних сферах, пов'язаних з підприємництвом. Рідше можлива фінансова підтримка стартапів. Як правило, студентські бізнес-інкубатори (SBI) створюються на базі університетів (або інших освітніх установ), але також є безліч незалежних від університетів комерційних структур. Такі організації можуть пропонувати різні послуги студентам будь-якого конкретного університету, або молодим підприємцям без прив'язки до місця навчання.

Консультаційні студентські організації – це студентські спільноти, які створені саме для підтримки студентів, початківців реалізації своїх бізнес-проектів. Вони допомагають молодим підприємцям у складанні бізнес-планів, консультують з фінансових, бухгалтерських, маркетингових питань. Такі організації та спільноти надають інформаційну підтримку без фінансування стартапів [30].

Міжнародна практика показує, що в низці розвинених країн існує системна підтримка молодіжного підприємництва, наведена на вчасне розкриття та нарощення цього потенціалу. В них запроваджено розвинену систему надання мікрокредитування без залучення банківських установ, а також існує фінансове заохочення молоді, яка відкриває малі підприємства, що передбачають створення нових робочих місць чи реалізують свою діяльність у пріоритетних галузях економіки. Розглянемо практичний досвід у підтримці молодіжного підприємництва серед провідних країн світу, акцентуючи увагу на ключових аспектах цієї системи.

У **Канаді** держава стимулює відкриття власного бізнесу через систему податкових пільг та фінансових виплат [28; 29]. Державна підтримка молодіжного підприємництва забезпечується двома міністерствами федерального рівня - Міністерством малого підприємництва і туризму та Міністерством промисловості Канади. Певна роль у вирішенні ряду питань, пов'язаних з молодіжним підприємництвом відводиться Міністерству молоді. Також діє Фонд молодіжного підприємництва (ФМП), який є некомерційною організацією федерального рівня. Його основні завдання полягають у всебічному сприянні та наданні практичної допомоги молодим канадським підприємцям у створенні і розвитку приватних підприємств та організацій.

Головними цілями Фонду є: створення за допомогою підтримки молодіжного підприємництва нових робочих місць по всій країні, впровадження інновацій та нових ідей. Система підтримки молодіжного підприємництва розосереджена на трьох рівнях. Перший рівень – федеральний, де основне навантаження з підтримки і розвитку молодіжного підприємництва покладено на ФМП. Другий рівень - провінційний, де разом з територіальними відділеннями ФМП в провінціях діють інші некомерційні організації, діяльність яких націлена на підтримку молоді в сфері бізнесу. Третій рівень - університетський. Практично в кожному університеті є незалежна асоціація (або клуб) молодих підприємців, діяльність якої визначається внутрішнім статутом і порядком роботи [28; 31].

У **Великобританії** основними напрямками державної підтримки самозайнятості молоді насамперед є: створення сприятливого клімату в країні для здійснення підприємницької діяльності, що полягає в зменшенні бюрократичних процедур та сприянні зниженню витрат на створення власного бізнесу; реалізація програми консультування та наставництва для молоді, яка планує відкрити власну справу; надання кредитів за нижчими відсотковими ставками; розвиток волонтерських рухів, які відіграють важливу роль у підтримці стартапів, особливо тих, які реалізуються безробітною молоддю [31].

У **Швеції** сприяння зайнятості молоді забезпечується за рахунок розвитку програм підтримки малого та середнього бізнесу за умови розробки успішного бізнес-плану та шляхом надання стартового капіталу за зниженими відсотками і спрощеного оподаткування. Допомогу у створенні нового бізнесу держава надає не тільки молодим людям, зокрема поширеним є кредитування за низькою ставкою осіб, що втратили роботу. Також держава намагається стимулювати підготовку й перепідготовку безробітних шляхом виплати дотацій або зняття податків підприємствам, що відкривають спеціальні центри професійного навчання [28; 29; 32]

У **Німеччині** залучення молоді до підприємництва проводиться заходами центрів зайнятості, а саме: наданням одноразової допомоги на організацію власної справи, консультацій, проведенням бізнес-семінарів. У цілому заходи центрів зайнятості щодо залучення молоді до підприємництва складають багатоаспектну систему, головне завдання якої полягає в інформаційно-довідковій роботі, допомозі в організації власної справи та складанні бізнес-плану, зокрема в інформуванні безробітних про сутність, кроки і дії, які їм варто здійснити для започаткування власного бізнесу. У процесі заохочення молоді до підприємництва центри зайнятості проводять навчання бізнес-плануванню, де молодь отримує основні навички у веденні бізнесу, вивчає основи маркетингу та податкового законодавства.

Важливим аспектом у заохочуванні безробітних до підприємницької діяльності з метою подальшого створення нових робочих місць є супровід діяльності підприємця протягом першого року. У цей період фахівці центрів зайнятості та навчальних закладів, у яких безробітні проходили професійну підготовку, спілкуються з підприємцями під час круглих столів, ярмарків вакансій, інформаційних форумів, з'ясовують, що заважає підприємцям-початківцям у реалізації підприємницьких планів, розширенні бізнесу, залученні додаткових працівників. Механізми компенсації єдиного соціального внеску та виплати одноразової допомоги на організацію підприємницької діяльності виступають не тільки напрямками сприяння зайнятості молоді, а й заходами стимулювання створення нових робочих місць [28; 29; 32; 33]. Німеччина також характеризується значущістю молодіжних підприємницьких об'єднань, які сприяють підготовці молодого покоління фахівців ремісничих професій, підприємців, та налічує більше двох десятків тисяч активних членів.

В **Італії** діє велика система асоціації молодих підприємців (АМП), куди входять недержавні організації, що працюють автономно, але організаційно входять у всеіталійську Конфедерацію промисловців і підприємців. Всі вони сприяють просуванню підприємницьких цінностей і культури в сучасному громадянському суспільстві Італії.

В **Ірландії**, як показує практика, дуже привабливий бізнес-клімат для початківців реалізувати свої бізнес-проекти. Інституційна підтримка характеризується різноманітністю програм підтримки від держави, низькими податками, простою процедурою отримання стартап-віз, що дозволяє Ірландії щорічно потрапляти в рейтинги найпривабливіших країн для підприємництва. Тут бізнесмени-початківці отримують доступ до широкого спектру програм фінансування і підтримки на всіх рівнях розвитку стартапу. В країні діє зручна система корпоративного оподаткування: податок на прибуток для більшості сфер підприємницької діяльності - 12,5 %. А для бізнесу в промислових галузях, в сфері фінансових послуг та інжинірингу передбачено пільговий податок – 10 %. Це одні з найнижчих показників в Європі. Тому Ірландія залишається привабливою країною як для досвідчених, так і для підприємців-початківців [34].

У **Польщі** звільняються від сплати низки податків протягом року випускники, які відкрили свій бізнес. Задля розвитку підприємницької ініціативи серед молоді в ЄС проводиться навчання у сфері створення та ведення власної справи, надаються безкоштовні послуги з бізнес-планування та конкурентного оцінювання ринку, існує можливість використання наставника (індивідуального консультанта) в перші роки функціонування та створення власної справи. [29; 31; 32].

Відкрити бізнес у **Новій Зеландії**, як показує практика – легко, і умови для підприємницької діяльності дуже вигідні. В країні знаходиться безліч інкубаторів та акселераторів, що пов'язані із стартапами, та діє доволі спрощена система започаткування нової справи. Інституційна система підтримки молодіжного підприємництва пропонує різнобічну підтримку молодим підприємцям: фінансування, різні освітні програми, бізнес-коучинг (консультації, наставництво).

Молодим підприємцям-початківцям в Новій Зеландії доступні три основних типи фінансування. Перший тип - фінансування на початковій стадії проєкту (seed capital), з фондом підтримки - \$ 20-30 тисяч. Сюди входять ваучери можливостей, гранти на наукові дослідження і розробки, краудфандинг (колективне співробітництво людей, готових фінансувати реципієнтів). Другий тип - так зване «Ангельське» фінансування інвесторів, які є членами одного зі спеціалізованих клубів, зі ставкою підтримки - \$ 100-500 тисяч. Третя група - інвестування по серії «А» - аж до декількох мільйонів доларів, призначене для компаній, що утвердились на ринку [35].

В **Японії** є Федерація молодих підприємців при Торгово-промисловій палаті, що складається з понад 400 структурних підрозділів, які об'єднують 27 тис. ос.

Стартап-індустрія **Сінгапуру** відрізняється доступністю фінансування, середній розмір початкових інвестицій якого складає близько (\$ 900-950). У Сінгапурі також багато акселераторів та інкубаторів, які допомагають бізнесу на ранніх стадіях розвитку.

Загалом, можна сказати, що у порівнянні вітчизняного та закордонного досвіду у реалізації інституціональної підтримки молодіжного підприємництва, є, на перший погляд, багато спільного. Тоді виникає питання стосовно відсутності ефективності державних дій щодо стимулювання молодіжного підприємництва. Перша проблема лежить у поширеності та масовості даної структури. Проведене порівняння із зарубіжним досвідом форм і способів підтримки та розвитку молодіжного підприємництва показало, що в даний час в Україні відсутня цілісна система (як структура, а не комплекс заходів), яка сприяє формуванню молодіжних інноваційних проєктів і єдиного комунікативного простору серед активної молоді. Друге – це дієвість та ефективність даних заходів. У провідних країнах вони системно діють, у нас – радше існують ніж працюють [31]. Справа стосується у відсутності державницьких інтересів у розвитку малого підприємництва як такого та реальній функціональності відповідних соціальних інституцій у цій сфері.

§3.4. Оцінка інституційної підтримки молодіжного підприємництва (за результатами соціологічного опитування державних службовців)

Актуальність проблемних сторін розвитку МПіС безпосереднім чином пов'язана з проблемою державної допомоги (сприяння) у цій сфері. Де-юре інститути сприяння розвитку МПіС існували з перших років незалежності. Однак в реальності картина є іншою. На жаль, в українських реаліях в цій сфері завжди існувала діалектична суперечність між державою та малим бізнесом. Суспільний досвід показує, що держава в основному на декларативному рівні сприяє розвитку дрібному бізнесу загалом та молодіжному зокрема. Державні інстанції звітують про поступальний розвиток та інколи і прогрес у цій сфері. Самі ж підприємці та представники неурядових інститутів сприяння підприємництва – протилежної думки. Навіть поверхневі соціологічні обстеження свідчать про низький рівень підтримки та далеко не сприятливу роль держави у розвитку МПіС.

Висновки такого характеру мають довготривалу історію формування на підставі умовиводів, думок фахівців, окремих обстежень інших носіїв інформації з цієї проблематики, зокрема – суб'єктів молодіжного підприємництва та самозайнятості в оцінюванні їхніх проблем у веденні бізнесу та оцінки різних видів допомоги цьому сегменту з боку влади. Важливим доповненням до даної проблематики є результати досить поодиноких соціологічних досліджень. Серед таких варто презентувати результати експертного опитування окремої категорії державних службовців, діяльність яких певним чином пов'язана з започаткуванням бізнес-справи, що проводилося Державним інститутом сімейної та молодіжної політики (м.Київ). В якості таких фахівців були представлені окремі працівники

Державної служби зайнятості, які мають певний досвід у роботі з населенням (молоддю) у питаннях започаткування бізнес-справи¹.

До основних завдань опитування входило:

- уточнення проблем та чинників стримування розвитку МПіС;
- з'ясування ситуації попиту (з боку молоді) та пропозиції (з боку держави) матеріальної допомоги для започаткування бізнес-справи по програмі залучення фінансових засобів через Державну службу зайнятості України;

- оцінка ефективності функціонування окремих інститутів стимулювання МПіС;
- оцінка діяльності влади у сприянні розвитку МПіС;
- експлікація прийнятних заходів підтримки з боку держави стосовно розвитку МПіС.

У даному випадку є змога уточнити наявні можливості та позиції влади щодо різних видів сприяння розвитку МПіС, а також оцінити сприяння влади у цій сфері.

Загалом, на думку експертів, дуже багато факторів впливають на потенційного молодого підприємця, це як внутрішні фактори, так і зовнішні. До *зовнішніх*, на їхню думку, можна віднести: політичну та економічну ситуацію, низьку купівельну спроможність населення, закриття підприємств, інфляцію, стрімке зростання цін, законодавчу ситуацію, за якою відчувається відсутність тих законів, що регулюють підприємницьку діяльність. Стосовно прямих проблем, то, зі слів експертів, молоді підприємці-початківці, як правило говорять про відсутність стартового капіталу, бюрократизованість та корупцію. *Внутрішні* фактори – це той стереотип, що є у кожної людини – страх та нерішучість. Для того щоб почати власну справу потрібен чималий капітал, і високі ставки по кредитах, за яким довго і складно буде розраховуватися. Тому, власне, свою справу реально відкривають лише одиниці. Стереотип про нестачу коштів був, є і буде. Ситуація по підприємництву загалом стала дещо гіршою, ніж 5 років тому. Крім того, великим тягарем виступала АТО (ООС) – залучення як фінансових так і людських ресурсів.

З досвіду консультантів, молоді слухачі у власних починаннях скаржаться на широкий спектр проблем (недовіра громадян до державної політики підтримки підприємств, адміністративні бар'єри, відсутність доступу до пільгових кредитів, недосконале податкове законодавство, поширення неформальної зайнятості та неофіційного працевлаштування, занепад підприємливості та інше). Однак, найбільше проявляється невпевненість та песимізм щодо перспектив розвитку бізнесу.

Молоді люди, які звертаються до консультативних центрів – це, як правило студенти, які прагнуть започаткувати власну справу, а також молоді підприємці-початківці, які зацікавлені у відповідних консультаціях. Сучасна молодь, з одного боку стає вузько-прагматичною, з іншого – не зовсім практичною до життя, однак, знає, що їй потрібно. До консультаційних центрів звертаються немало з дуже креативними і цікавими ідеями щодо започаткування власної справи. Здебільшого звертаються до консультативних центрів щодо порядку реєстрації фізичної особи-підприємця, вибору виду діяльності, та інших питань.

Центри підтримки підприємництва, що функціонують при департаментах обласних державних адміністрацій надають молодим підприємцям-початківцям інформацію про нові можливості для бізнесу, наявні регіональні та міжнародні програми підтримки цієї сфери, також організують тренінги, семінари, конференції, круглі столи з питань ведення підприємницької діяльності. Діяльність подібних центрів спрямована на інформаційну підтримку, забезпечення бізнес-консультування підприємців-початківців та всіх бажаючих відкрити власну справу, підвищення їх фінансової грамотності та професійних навичок ведення бізнесу. Однак, як відмічають молоді початківці, і з чим неохоче погоджуються представники державних центрів, такого роду робота йде не мотивовано, слабо та декларативно.

Молоді дуже складно знайти перше робоче місце, так як існує неузгодженість та протиріччя між запитом роботодавця та практичним досвідом реципієнта. Тому, на думку експертів, є потреба у створенні більш серйозної системи працевлаштування молодих людей, щоб вже на останніх курсах була можливість проходили стажування, а після

¹ Опитування проводилося з 10 жовтня по 1 листопада 2020 р. за методикою он-лайн опитування (n=165). Додатково було проведено напівстандартизоване інтерв'ю з представниками цієї вибіркової групи (n=5) з метою інформаційного уточнення та доповнення окремих позицій. За географією опитування – були представлені 25 областей України.

закінчення вишу, могли влаштуватися на роботу, чи мали поняття у відкритті та веденні бізнесу.

В інтерв'ю з експертами були відмічені основні проблемні моменти стосовно готовності молоді до «робочого» життя: низький рівень набутої освіти та практичних умінь і навиків молодих спеціалістів; відсутність у молоді мотивів і навиків до самостійного отримання знань; недостатня орієнтованість молодими людьми щодо отримання додаткових знань, умінь та професійних навиків поза системою, тощо; відсутність популяризації розвитку підприємництва серед молоді. Є потреба у виділенні молодіжного підприємництва як окремого сегменту, тому що воно повинно стати предметом все більшої уваги з боку всіх рівнів влади, оскільки воно сприяє прямо та опосередковано розвитку підприємництва загалом, сприяє гуманізації суспільства через турботу та відповідну зворотну віддачу суспільству.

На думку експертів, у шляхах стимулювання молодіжного підприємництва, можливо б дало певний результат запровадження стажування для студентів на діючих підприємствах та організаціях з метою забезпечення досвіду для майбутніх молодих спеціалістів. Є потреба у сприянні та поширенні соціальної відповідальності держави щодо підтримки молоді, у створенні позитивного іміджу молодого підприємця.

Кожен із різновидів консультативних організацій по-своєму вносить користь у підприємницьку просвіту, але, найбільше ті, які найбільш наближені до практики, на кшталт бізнес-інкубатори. Однак, їх кількість досить мізерна.

Міграційні настрої інколи зустрічаються серед слухачів, але тих, які ще не визначилися у своїх цілях, і знаходяться у пошуку. Ті, які мають хоча б початковий досвід, намагаються розкручувати власну діяльність. Наприклад, за кордоном є безліч програм, особливо це стосується студентської молоді, стажування, більша можливість доступу до консультативних ресурсів, є ширша можливість займатися підробітками, не залежно від професії, що дозволяє їм жити у тому ритмі, у якому вони допускають. Однак кар'єру в більшості роблять у великих компаніях, де вони набувають професійного досвіду, що дозволяє легше реалізувати механізм відкриття справи. Можна сказати, що ще не придумана універсальна «добротна модель» легкого входження у бізнес.

У з'ясуванні доцільності та різновиду допомоги молодим підприємцям-початківцям, використовуючи результати нашого дослідження, чільне місце, (згідно відповідей респондентів-експертів) займає фінансово-кредитне питання (*пошук необхідних фінансових ресурсів*) – 83,5 %. Не набагато меншою є відзначена потреба у *навчанні ведення бізнесу* – 64,8 % та *дотичні до нього консультаційна допомога* – 64,8 % та *потреба в обміні досвідом* – 51,2 % (див.Табл. 3.1).

Табл. 3.1. Доцільність та можливі напрямки допомоги МПіС (*декілька варіантів відповіді, %)

1	Існує потреба в пошуку необхідних фінансових ресурсів	83,5
2	Існує потреба в навчанні ведення бізнесу	64,8
3	Існує потреба в консультаційній допомозі	64,8
4	Існує потреба в обміні досвідом	51,2
5	Ні, допомога не потрібна	,0
6	Інше	,0

Говорячи про проблеми розвитку молодіжного підприємництва та самозайнятості (МПіС) загалом, їх можна розглядати з різних сторін. З одного боку – з позиції державної влади, в особі державних інститутів регулювання, незалежних представників (громадські організації). З іншого боку – з позиції самих суб'єктів молодіжного підприємництва. Так чи так, всі інформаційні джерела, дотичні до цієї проблематики висвітлюють більш-менш однаковий за характером інформаційний напрямок. Всі прямі чи непрямі проблеми МПіС стосуються *відсутності ефективної підтримки з боку держави*. Це знаходить підтвердження і у нашому експертному опитуванні, де 67,8 % респондентів вказали на цю проблему. Однак, не менш важливою проблемою для розвитку МПіС все ж залишається *економічна і політична нестабільність* (85,8 %), яка є базисом для всіх інших похідних проблем, зокрема, *загроза чергової хвилі фінансової кризи*, що розхитує національну економіку (45,7 %). «Особливі» для цієї соціально-економічної сфери проблеми, зокрема:

висока конкуренція (29,9 %) та соціальна пасивність сучасної молоді (17,3 %), на думку експертів займають другорядні позиції (див.Табл.3.2)

Табл.3.2. Чинники, що стримують розвиток молодіжного підприємництва в Україні? (*декілька варіантів відповіді, %)

1	Економічна і політична нестабільність	85,8
2	Відсутність ефективної підтримки з боку держави	67,3
3	Загроза чергової хвилі фінансової кризи	45,7
4	Висока конкуренція практично у всіх сегментах ринку	29,9
5	Соціальна пасивність сучасної молоді	17,3
6	Інше	1,2

Як вже говорилося, відсутність ефективної підтримки з боку держави інтегрально містить декілька проблем. Зокрема, найчастіше молоді підприємці-початківці, за оцінкою експертів, скаржаться на: *недосконале податкове законодавство* (49,4 %), *відсутність доступу до пільгових кредитів* (45,1 %), *адміністративні бар'єри і недовіра громадян до державної політики підтримки підприємств* (39,5 %). А такі проблеми, як: *низький рівень оплати праці молоді* (43,8 %) та *неофіційне працевлаштування* (39,5 %) є похідними від економічної та політичної нестабільності у державі (див.Табл.3.3).

Табл.3.3. На що найчастіше скаржаться молоді підприємці-початківці щодо можливості відкриття та ведення бізнесу? (*декілька варіантів відповіді, %)

1	Недосконале податкове законодавство	49,4
2	Відсутність доступу до пільгових кредитів	45,1
3	Низький рівень оплати праці молоді	43,8
4	Неофіційне працевлаштування	41,4
5	Адміністративні бар'єри і недовіра громадян до державної політики	39,5
6	Корупція	33,1
7	Високий рівень інфляції	28,4
8	Поширення неформальної зайнятості	24,7
9	Повільні темпи розвитку молодіжного підприємництва	13,7
10	Інше	1,2

Доповненням цих позицій, започаткуванню/реалізації підприємницької справи перешкодою для молоді (за оцінкою експертів) є, знову-таки «зовнішні» об'єктивні чинники: *відсутність початкового капіталу* (88,3 %), *відсутність ефективної підтримки з боку держави* (63,8 %). Суб'єктивні «внутрішні» перешкоди, такі, як: *ризик зазнати невдачі і втратити вкладені кошти* (56,4 %), *відсутність необхідних знань* (40,5 %) та *досвіду* (33,7 %), займають другорядні позиції (див.Табл.3.4). Як бачимо, це ще раз підтверджує позицію про те, що представників МПіС в основному хвилюють проблеми широкої державної підтримки.

Табл. 3.4. Чинники, що перешкоджають (на думку експертів) започаткуванню/реалізації підприємницької діяльності молоді? (*кілька варіантів відповіді, %)

1	Відсутність початкового капіталу	88,3
2	Відсутність ефективної підтримки з боку держави	63,8
3	Ризик зазнати невдачі і втратити вкладені кошти	56,4
4	Відсутність необхідних знань	40,5
5	Відсутність досвіду	33,7
6	Інше	0,6
7	Нічого не заважає	,0

Питання залучення молоді до підприємництва вже не один десяток років переросли у перманентну проблему, коріння якої лежить не в соціальній пасивності молоді, а в системній нерозвинутості інституційної підтримки розвитку МПіС на всіх його циклах функціонування. Зрозуміло, що практика залученості молоді до започаткування власної справи залежить, як

від базисних можливостей та позицій держави (економічні та правові умови), так і надбудовних – соціальні аспекти, політика, ідеологія, інформаційно-комунікативна діяльність, просвіта. Головним чином – це інституційний простір Міністерства молоді і спорту, освітнього відомства, зусилля яких у цьому секторі, м'яко кажучи – невеликі.

Серед найефективніших практичних способів залучення молоді до підприємництва, що повинні набути поширення, є система ознайомлювальних практик (65 %) та навчальних (тренінги, ділові ігри та ін.) практик, спрямованих на розвиток навичок підприємництва. Немаловажливим є і процес пропагування молодіжного підприємництва (33,1 %) у структурі внутрішньої соціальної політики (табл.3.5).

Табл.3.5. Найефективніші способи залучення молоді до підприємництва?
(*декілька варіантів відповіді, %)

1	Організація стажування (ознайомлювальні практики, обмін досвіду, школи підприємця) підприємців-початківців	65,0
2	Проведення різних тренінгів, кейсів, ділових ігор, спрямованих на розвиток навичок підприємництва	55,2
3	Вивчення і поширення досвіду підприємців різних країн	45,4
4	Пропагування молодіжного підприємництва	33,1
5	Проведення форумів підприємницьких ідей	30,3
6	Інше	6,0

Одним із базисних підкріплень з боку держави, як вже говорилося, є її фінансово-кредитні можливості, та сприятлива політика у цій сфері. Відповідним показником щодо активності влади у сприянні розвитку молодіжного підприємництва, особливо на початкових етапах, є порівняння змін пропозиції (від держави) та попиту (від початківців бізнес-справи) на отримання матеріальної допомоги через Державну службу зайнятості на відкриття власної справи. Звісно, цей показник є відносним бо відображає не зміну абсолютних показників виділення фінансових засобів, а відображає відповідні тенденції в потребі таких послуг в оцінці експертів (Рис.3.1; Рис. 3.2).

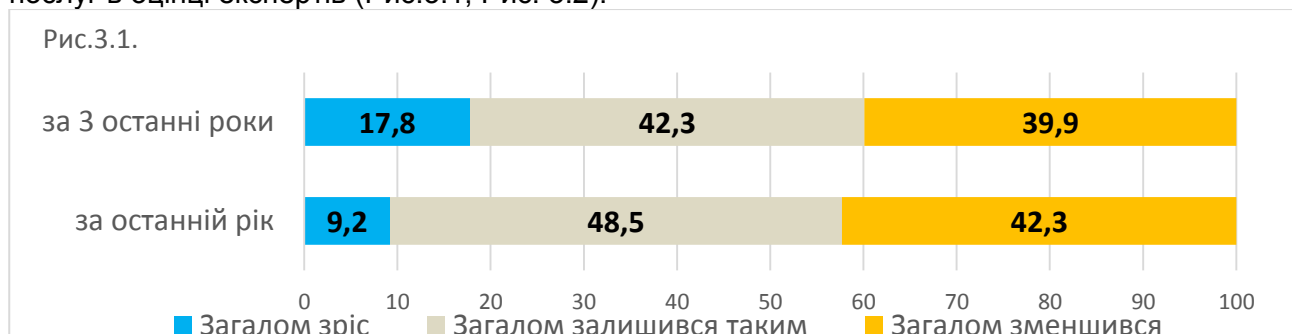


Рис.3.1. Зміна попиту серед молоді на отримання кредитної допомоги для відкриття власного бізнесу

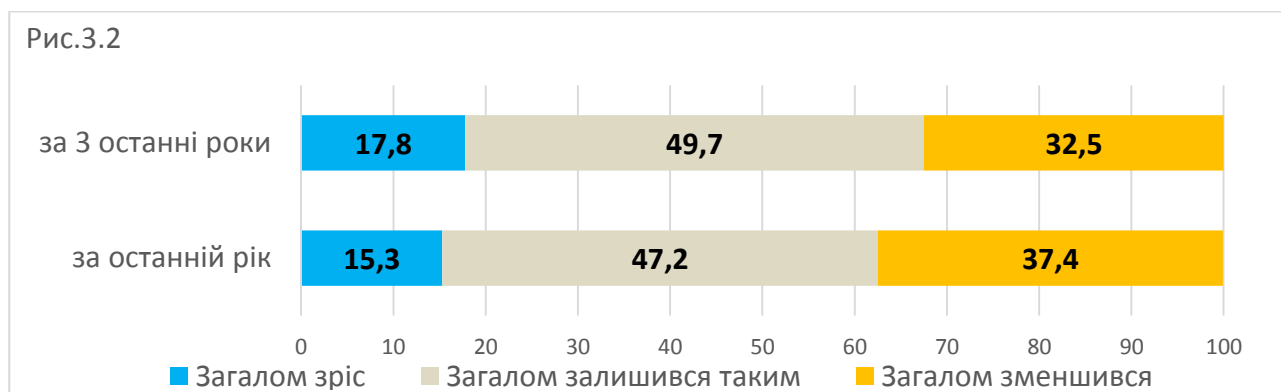


Рис.3.2. Зміна пропозиції від держави на отримання кредитної допомоги для відкриття власного бізнесу

За оцінкою експертів, попит і пропозиція на цей різновид допомоги зменшилися. Так, індекс зміни *попиту* на матеріальну допомогу на відкриття бізнес-справи має від'ємні значення, становить за три останні роки $-0,38$; за останній рік $-0,64$. Подібна ситуація складається і з *пропозицією* надання цієї допомоги з боку держави: індекс зміни за останні три роки становить $-0,29$; за останній рік $-0,42$.



Рис.3.3. Оцінка ефективності інститутів у сприянні та активізації молодіжного підприємництва /самозайнятості (%)

Даючи загальну оцінку ролі державної влади у стимулюванні розвитку МПіС, важливим є зокрема і оцінювання ефективності дії відповідних організацій та заходів сприяння активізації МПіС, до яких, зокрема ми відносимо: *тренінги, конгреси, форуми, фестивалі, бізнес-школи, бізнес-інкубатори, молодіжні центри, ІТ-хаби, конкурси старт-апів* (див.Рис.3.3). Це ті інституційні засоби, завдяки яким держава прямо чи опосередковано здійснює розбудову сфери молодіжного підприємництва. Застосовуючи подібний принцип вимірювання рівня ефективності діяльності цих інститутів (за 2-х бальною шкалою від 0 до 2), результати оцінювання показали, що суттєвих різниць в оцінці їх ефективності немає; з досить невеликою перевагою було більш високо оцінено ефективність від діяльності: *конкурсів стартапів* (1,65), *ІТ-хабів* (1,6), *тренінгів, конгресів, форумів, фестивалів* (1,56). Кількома поділками нижче оцінено ефективність від діяльності: *бізнес-шкіл* (1,33), *молодіжних центрів* (1,3), *бізнес-інкубаторів* (1,29). Як виявилось, загалом експерти менше знають про діяльність *бізнес-шкіл*, де 2/3 респондентам важко було оцінити їх діяльність, і трохи більше поінформовані про проведення *тренінгів, конгресів та форумів*, де 1/3 респондентам важко було оцінити їх діяльність.

Співпраця з представниками бізнес-структур, які, з одного боку дають запити на вакансії робочих місць в системі зайнятості, а з іншого – проявляють свою громадянську позицію у різних способах сприяння розвитку МПіС, мабуть має бути обов'язковим атрибутивним засобом кожного районного чи регіонального відділення ДСЗ як одного із інститутів сприяння розвитку МПіС. Згідно результатів експерт-опитування близько 80 % респондентів (працівники служби зайнятості) підтвердили наявність в їхній організації/установі практики налагодження та підтримки контактів з представниками бізнесу щодо вирішення проблеми молодіжного безробіття та стимулювання підприємництва та самозайнятості.

Як ми попередньо вказували, різні структури по-різному трактують роль держави у сприянні МПіС, з точки зору самої влади, недержавних структур, і самих підприємців. Кульмінацією діяльності влади у становленні і подальшому розвитку цієї сфери є її суспільна оцінка, котру вищевказані суб'єкти також можуть по-різному тлумачити. У нашому випадку таку оцінку надають представники однієї із державних структур, яка має пряме відношення

до розвитку МПіС. Сумарний інтегральний *Індекс* оцінки діяльності влади у сприянні розвитку молодіжного підприємництва та самозайнятості за опитуванням респондентів-експертів становить – **2,42** (за 5-бальною шкалою від 1 до 5, де 1 – «практично нічого не робить», 5 – «робить все необхідне») (див.Рис.2.4).

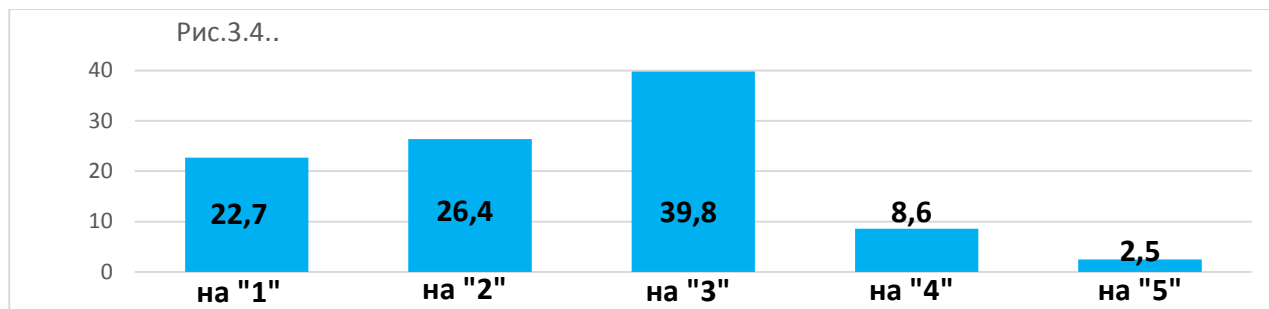


Рис.3.4. Структура оцінки діяльності влади у сприянні розвитку МПіС (%)

Визначення оцінки ролі влади у розбудові тих чи інших сфер не варто зводити до одного показника. Більш змістовнішу оцінку у якісних параметрах було отримано за іншою процедурою оцінювання ролі влади у сприянні МПіС, за якою було запропоновано респондентам-експертам висловити свою погоджувальну думку стосовно тверджень про дії влади щодо розвитку МПіС. Перелік цих тверджень був згрупований у послідовності від схвалення до несхвалення ролі держави у цій сфері. Як бачимо, експерти загалом погоджуються з твердженнями про досить низьку участь органів влади в активізації МПіС (Рис. 3.5).

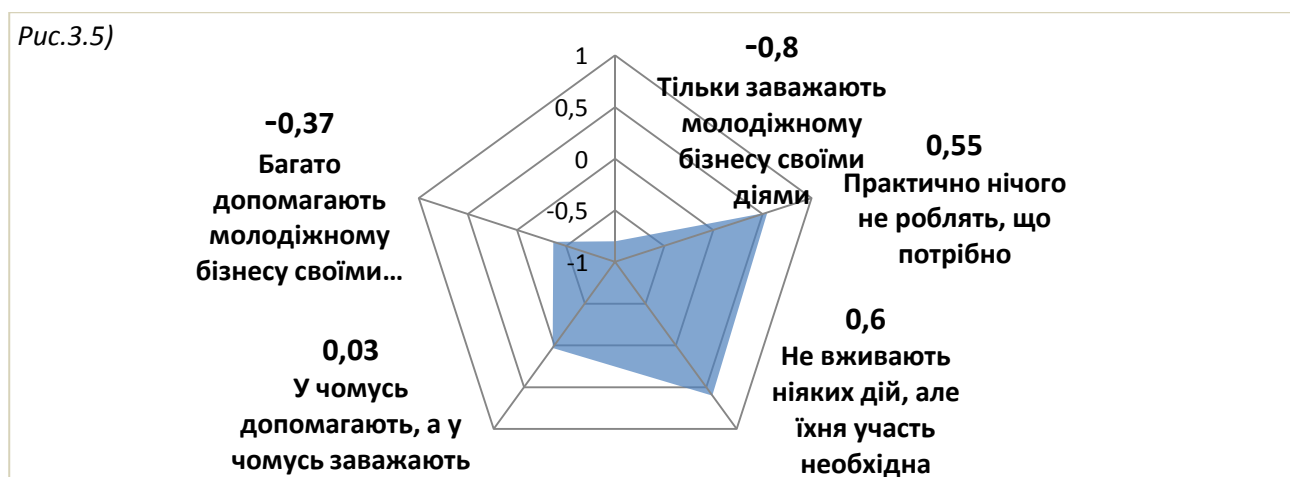


Рис.3.5. Індекс погодження (від -1 до 1) респондентів з оцінкою сприяння влади розвитку МПіС

Формування сприятливого підприємницького клімату для молоді є чи не найважливішою проблемою держави у розбудові цієї сфери. Аналізуючи потреби молодіжного підприємництва та різновиди напрямків сприяння та допомоги від держави, більшістю експертами було відмічено: *фінансова підтримка* (пільгові кредити, субсидії зменшення податкового навантаження) – 92 %, *майнова* (пільгова оренда, викуп в розстрочку, безоплатне користування і т.д.) – 74,8 %, і *правова підтримка* – 66,3 %, що говорить само за себе і не потребує особливих коментарів (див.Табл.3.6). Ця оцінка майже повністю співпадає з результатами інших досліджень різних років, що свідчить про відсутність змін у цій сфері протягом десятиріч.

Табл. 3.6. Яких заходів підтримки з боку держави найбільше потребує молодіжне підприємництво? (декілька варіантів відповіді, %)

Фінансова підтримка (пільгові кредити, субсидії і т.д.)	92,0
Майнова підтримка (пільгова оренда, викуп в розстрочку, безоплатне)	74,8
Правова підтримка	66,3

Навчання персоналу	34,4
Інформаційно-маркетингова підтримка	32,5
Інше	0,6

Більш детальніша картина стосовно потреб у розбудові сприятливого підприємницького середовища вималювалася у процесі відкритого діалогу та застосування прямих відкритих запитань у нашому опитуванні. Йдеться про виявлення конкретних шляхів стимулювання МПіС з міркувань представників Державної служби зайнятості. 325 позицій відповіді було згруповано і ранжовано у 13 умовних типових груп заходів, кожна із яких за змістом відображає смислові значення конкретних відповідей респондентів-експертів.

Такими виявилися:

1.Впровадження державної програми фінансової та майнової допомоги молодіжному підприємництву (43 %):

- Залучення фінансових ресурсів та інвестицій.
- Формування сприятливої політики для стартапів і початківців.
- Надання фінансової підтримки (пільгові кредити, субсидії і т.д.)
- Удосконалення податкового законодавства, майнова та орендна підтримка, викуп в розстрочку.

- Грошові компенсації.
- Забезпечення з боку влади матеріальною базою.

2.Пільгове кредитування (30 %):

- Лояльні умови кредитування.
- Фінансова підтримка майбутніх молодих підприємців.
- Зрозумілі умови отримання кредитів.

3.Зменшення оподаткування (27 %):

- Пільгове оподаткування перших років.

4.Навчання молодих підприємців (26 %):

- Розширення бізнес-інкубаторів.
- Презентація успішних прикладів молодіжного підприємництва.
- Менторство (як інструмент професійного розвитку).
- Ефективна робота центрів розвитку підприємництва на локальних територіях.
- Виявлення на ранніх етапах (у школі) схильних до самозайнятості та їх подальше всебічне стимулювання.
- Проведення семінарів, консультацій, майстер-класів за участю підприємців, які досягли успіхів в бізнесі і готові ділитися набутим досвідом (на безоплатній основі).
- Проведення освітньої підтримки молодим підприємцям.
- Надання методично-консультативної підтримки шляхом проведення безкоштовних тренінгів в тому числі онлайн.
- Використання коворкінгів для отримання нових знань, умінь та навичок усіма бажаними займатися підприємницькою діяльністю.

5.Всебічна державна підтримка (18 %):

- Формування сприятливого бізнес-клімату в державі (рівні умови для розвитку усіх суб'єктів бізнесу).
- Поширення конкурсів стартапів.
- Грантова підтримка.
- Доступність та стабільність фінансової підтримки від держави.
- Розробка Програми розвитку молодіжного підприємництва.
- Надання цільової державної підтримки.

6.Правова підтримка з боку держави (11 %):

- Внесення змін до законодавства у розширенні підтримки молодіжному підприємництву.

7.Стабільність економічного розвитку країни (10 %):

- Економічна та політична стабільність.
- Зниження в країні рівня інфляції.
- Можливість працювати легально.

- Підвищення рівня життя населення.
- 8. Розширення кредитування (10 %):**
- Доступ до пільгових кредитів.
 - Доступу до програм кредитування.
 - Забезпечення програми фінансової підтримки підприємців.
 - Відкриття інвестиційних парків.
- 9. Надання інформаційної підтримки (9 %):**
- Посилення інформаційно-просвітницької роботи.
 - Консультативна підтримка.
 - Створення єдиного інтернет-консультаційного простору для розвитку підприємництва, з безкоштовними онлайн консультаціями, програмами.
 - Безкоштовна реклама тощо.
 - Запровадження практичних семінарів та тренінгів для навчання основ підприємництва та ведення бізнесу.
 - Доступу до інформації щодо актуальних можливостей.
- 10. Подолання корупції в органах влади різних ступенів (5 %):**
- Зниження корупції у регулятивній системі підприємництва.
 - Прозорість дозвільної системи.
- 11. Спрощення механізму управління підприємницькою сферою (4 %):**
- Створення квоти для молоді для стимуляції відкриття власної справи.
- 12. Позитивне ставлення органів влади до бізнес-спільноти (4 %):**
- Привернути увагу громадськості та влади до проблем молодіжного безробіття.
- 13. Високий рівень безпеки підприємницької діяльності (4 %):**
- Державна гарантія та захист від ризиків та форс-мажорних обставин.

Як видно з результатів дослідження, широкомасштабна пільгова допомога, що виявляється у прийнятній та сприятливій фінансово-кредитній політиці, у пільговому оподаткуванні є основним маркером у формуванні шляхів стимулювання МПіС. Важливими також є і шляхи поінформованості суб'єктів молодіжного підприємництва про різні заходи щодо сприяння та його підтримки з боку влади. Інформаційна підтримка хоч і не є пріоритетною у розвитку МПіС, однак, це є окремий комунікативний напрямок у розвитку даної сфери, який виконує низку не менш важливих функцій. З поданого переліку перевага була надана таким інформаційним каналам, як: ЗМІ (в т. ч. періодичні друковані видання, телебачення) – 62 %, розміщення інформації на сайтах державних органів влади та місцевого самоврядування – 60,7 %, через організації, що утворюють інфраструктуру підтримки суб'єктів малого підприємництва – 55,8 %, що є цілком характерним. Це найбільш поширені канали розповсюдження інформації, однак і їх можливості потрібно збільшувати через інтенсивність подачі інформації. Високої уваги було надано й інформаційним брошурам та соціальним мережам (46 %), а також проведенню круглих столів за участю державних органів влади, місцевого самоврядування та бізнесу – близько 43 % (див. Табл.3.7).

Табл. 3.7. Можливі ефективні канали інформованості суб'єктів молодіжного підприємництва про різні заходи сприяння та підтримки його з боку влади? (декілька варіантів відповіді, %)

1	ЗМІ (в т. ч. періодичні друковані видання, телебачення)	62,0
2	Розміщення інформації на сайтах державних органів влади та місцевого самоврядування	60,7
3	Через організації, що утворюють інфраструктуру підтримки суб'єктів малого підприємництва	55,8
4	Інформаційні брошури, розміщення інформації в соціальних мережах	46,0
5	Проведення круглих столів за участю державних органів влади, місцевого самоврядування та бізнесу	42,9
6	Розміщення інформації на інформаційних стендах органів влади	21,5
7	Інше	0,6

Отримані дані, так би мовити, закріплюють важливість та необхідність формування комунікативної системи, для активізації політики сприяння МПіС. Це, свого роду і певні скерування для держави до вироблення конструктивних дій у цій сфері. Підсумовуючи, слід зазначити, що результати експертного опитування засвідчили незаангажованість в оцінці різних проблемних моментів у розвитку молодіжного підприємництва та самозайнятості.

§3.5. Оцінка інституційної підтримки молодіжного підприємництва (за результатами соціологічного опитування суб'єктів молодіжного підприємництва і самозайнятості)

Загальна оцінка державного стимулювання розвитку МПіС з боку представників державної служби зайнятості відобразила не сильно позитивне враження. Розвідувальне за характером соціологічне опитування молодих підприємців, проведене Державним інститутом сімейної та молодіжної політики, також підтвердило наявність проблеми. Дослідження виявило низький рівень обізнаності щодо державної підтримки МПіС; так, близько 3 % молодих підприємців/самозайнятих знають про державну підтримку МПіС та користуються/користувалися нею. Приблизно кожний третій респондент *знає, що така програма є* (34 %) і *щось чув про неї* (34 %). Однак, майже третина (29 %) *не чули і не знають про неї* (Рис.3.6).

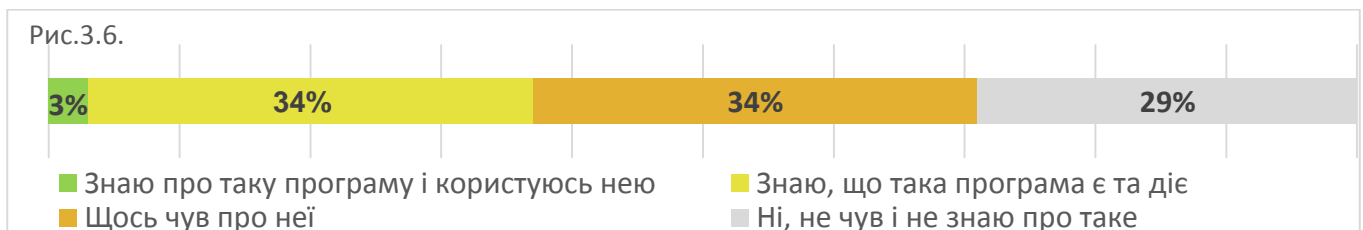


Рис.3.6. Рівень поінформованості про державну підтримку молодіжного підприємництва (%)

Щодо державної підтримки МПіС, респонденти загалом не з позитивної сторони оцінювали її: в одних випадках не пересікалися з цією допомогою, в інших (з чуток) висловлювалися про її декларативність та неефективність. З досвіду опитуваних, вони практично не пересікалися і не чули від колег про щось конструктивне про роботу державних інституцій підтримки МПіС.

В Україні існує певна мережа інститутів сприяння МПіС в особі відповідних організацій, засобів та заходів. До таких, як правило, відносять: *молодіжні коворкінги, проведення державних грантових конкурсів, бізнес-центри (центри послуг для бізнесу), бізнес-інкубатори, фонди розвитку (підтримки) підприємництва, об'єднання підприємців, інформаційно-аналітичні центри, агенції територіального розвитку, дорадчі утворення при органах публічної влади, торгово-промислові палати*. Про них багато говорять, і звітують про їх діяльність. Не можна сказати однозначно про достатню кількість даних закладів, проведених ними організаційних заходів. Однак їх роль сприяння не така масова та ефективна. Результати оцінювання роботи державних інституцій підтримки молодіжного підприємництва та самозайнятості в опитуванні представників МПіС показали, що велика частка респондентів (від 1/3 до 2/3) не знають про такі нічого (див.Рис.3.7).

Приблизно такій кількості респондентів (в залежності від оцінювання тієї чи іншої організації) виявилось важко оцінити їх діяльність. Досить мізерна кількість респондентів (в середньому близько 4,5 % по розподілу на кожний оцінювальний об'єкт) високо оцінює діяльність таких інститутів. Великий діапазон респондентів (від 3 % до 31 %) схильється до посередньої оцінки роботи таких інституцій. Наближене порівняння ефективності діяльності даних організацій та заходів сприяння МПіС все ж дає право говорити про рейтинговість молодіжних коворкінгів, бізнес-інкубаторів та молодіжних бізнес-центрів (центрів послуг для бізнесу).

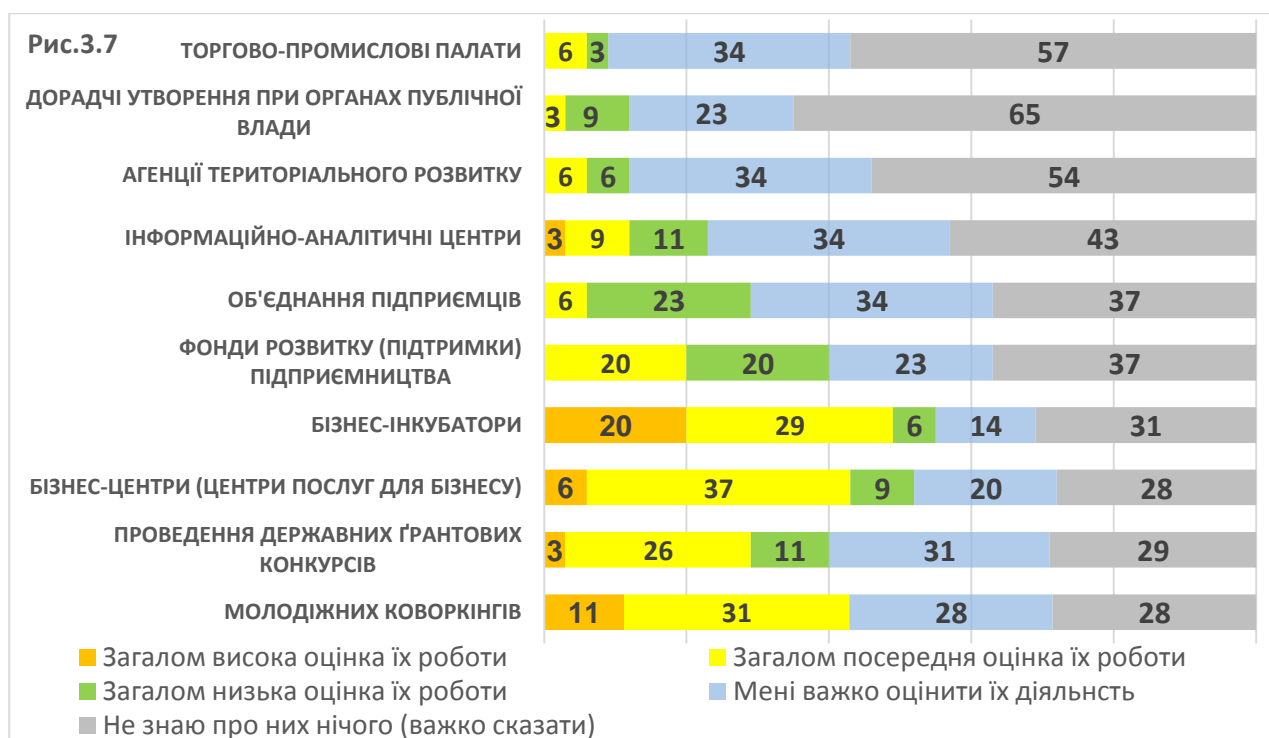


Рис. 3.7. Структура оцінки інститутів сприяння МПіС

Для з'ясування та уточнення різних заходів з боку держави, які, на думку респондентів носили конструктивний (позитивний) або деструктивний (негативний) характер стосовно впливу на розвиток МПіС, респондентам було запропоновано відповідно відкрите питання. Звісно, позитивного тут мало (див.Табл.3.8, Табл.3.9). Більше половини респондентів (68 %) не могли назвати такого роду конструктивні дії держави щодо розвитку МПіС (не пам'ятають, не знають, вважають, що таких не було). Інші назвали: відшкодування, компенсація за «простий» у карантині, певні послаблення (з причини карантину).

Табл. 3.8. Дії з боку держави (створені умови) за останній період, що сприяли розвитку молодіжного підприємництва та самозайнятості в Україні (відкрите питання, %)

1	Відшкодування, компенсація за простий у карантині, певні послаблення	14
2	Вважаю, що нічого	11
3	Є можливості в центрі зайнятості отримати підтримку для відкриття бізнесу	4
4	Створення інституцій з підтримки бізнесу та ініціювання програм розвитку	4
5	Соціальна та психологічна підтримка молоді	4
6	Мабуть демократичні перетворення, зміна суспільства	3
7	Розширення бізнес-клімату у ВНЗ	3
8	Не пам'ятаю, не знаю таких	57

Щодо оцінювання респондентами інших дій державної влади, що на їхню думку перешкоджали прийнятному розвитку МПіС, то тут картина дещо інша – лише 12 % опитаних не пам'ятає про них. Серед основних претензій та незадоволень щодо дій влади, було названо: бездіяльність влади, відсутність реальної підтримки (уваги та допомоги), реальних дій для полегшення бізнесу від держави – близько 33 %, наміри (постанова) про запровадження касових апаратів – 15 %, високі податки – 12 % та інші дотичні чинники (див.Табл.3.9).

Табл.3.9. Дії з боку держави (створені умови) за останній період, що перешкоджали розвитку молодіжного підприємництва та самозайнятості в Україні (відкрите питання, %)

1	Бездіяльність влади, відсутність реальної підтримки (уваги та допомоги), реальних дій для полегшення бізнесу від держави	33
---	--	----

2	Постанова про запровадження касових апаратів	15
3	Високі податки	12
4	Вся система перешкоджає, плюс системні погіршення	5
5	Часті перевірки	5
6	Корупційність держави	5
7	Приводи до відсунення з прощеної системи оподаткування та адміністративних навантажень	5
8	Відсутня адекватна програма кредитування для початківців	2
9	Закриття ФОП	2
10	Ускладнена звітність	2
11	Погіршення економічного розвитку	2
12	<i>Не пам'ятаю</i>	12

На побажання респондентів щодо кроків та умов, які повинна зробити держава для активізації молодіжного підприємництва (виключно з їх власного досвіду), було відмічено, що при бажанні держави стимулювати молодіжне підприємство, то вона повинна зробити суттєвим спрощення входу в ринок, податкові канікули для першої спроби, спрощення подачі/оформлення документів, щоб ринок почав змінювати систему освіти в аспекті ширшого запровадження підприємницької підготовки. Важливо не стільки «клопотатися» про підтримку та «підтримувати» підприємство, скільки *не заважати* йому, тоді, всі хто хоче і відчуває у собі сили – може вирішувати проблеми з започаткуванням власної справи.

Кульмінаційною частиною кожного дослідження, як правило, є рекомендації щодо розв'язання тих чи інших проблем. У даному випадку представникам МПіС було запропоновано відзначити та запропонувати дії, які необхідні з боку держави, котрі можуть значно покращити ситуацію у цій сфері (див.Табл.3.10). Як видно із результатів опитування, першу топ-5 заходів займають: *податкові канікули* – 71 %, *розширення допомоги* у відкритті бізнесу в центрах зайнятості – 69 %, *зниження ставки* по кредитах для бізнесу – 63 %, *зменшення адміністративних бар'єрів* – 57 %, *суттєва бізнес-просвіта* у навчальних закладах – 52 %, *зменшення адміністративного навантаження* з боку органів державної влади – 51 %. Інші заходи є дотичними до вищеподаного переліку.

Табл.3.10. Перелік заходів, які (на думку респондентів) повинна зробити держава для активізації молодіжного підприємництва (декілька варіантів відповіді, %)

1	Податкові канікули	71
2	Розширення допомоги у відкритті бізнесу в центрах зайнятості	69
3	Зниження ставки по кредитах для бізнесу	63
4	Зменшення адміністративних бар'єрів	57
5	Стимулювати заклади середньої, професійної і вищої освіти до проведення навчальних бізнес-тренінгів, відповідних консультативних занять	52
6	Зменшення адміністративного навантаження з боку органів державної влади	51
7	Розширити та активізувати систему стажування для студентів на підприємствах та організаціях з метою забезпечення бізнес-практики та досвіду	31
8	Спрощення бухгалтерського обліку	26
9	Спрощення подачі/оформлення документів	23
10	Поширення соціальної відповідальності великого бізнесу щодо підтримки молоді	23
11	Покращення інформаційного доступу для входження у ринок	17
12	Щоб не заважала	15
13	Формування сприятливої політики (активізація державної підтримки)	13
14	Максимальна популяризація молодіжного підприємництва та самозайнятості, створення позитивного іміджу молодого підприємця	10

15	Формування загальнонаціональної програми підтримки МП	10
16	Максимально показати своє сприяння	5
17	Системне покращення економіки	5

Загалом, наше дослідження показало, що класична інтегральна мотиваційна матриця у вітчизняних молодих підприємців/самозайнятих ще зберігає свої контури. Самореалізаційні аспекти та аспекти незалежності все ще зберігають свою первинність перед економічним утилітаризмом. Проблеми, як на шляху до відкриття власної справи, так і ті, що супроводжують господарювання суттєво не змінилися упродовж десятиліття. До перших можна віднести:

- проблеми нещирості та відсутності розуміння з боку державних інстанцій (зокрема проблеми з місцевою владою, бюрократія),
- адміністративної складності відкриття власної справи, пошуку фінансування.

До поточних проблем ведення бізнесу можна віднести:

- невпевненість у стабільності умов ведення бізнесу,
- невизначеність і практична відсутність політики підтримки малого бізнесу,
- відсутність фінансово-кредитної підтримки,
- значні адміністративні бар'єри,
- високе регуляторне навантаження,
- надмірне втручання органів державної влади,
- високі ставки податків,
- обтяжливий бухгалтерський облік.

Наші обстеження свідчать про низький рівень підтримки, та далеко не сприятливу роль держави у розвитку МПіС. Її роль сприяння не така масова та ефективна. Значна частка представників МПіС не знають про діяльність інститутів сприяння МПіС нічого. Тих, хто якимось пристойно оцінює ефективність їх роботи дуже мало. А більше половини молодих підприємців не могли назвати чи пригадати конструктивні дії держави щодо розвитку МПіС за останній період (не пам'ятають, не знають, вважають, що таких не було).

Серед основних претензій та незадоволень щодо дій влади, безпосередньо є: її бездіяльність, відсутність реальної підтримки (уваги та допомоги), реальних дій з боку держави для полегшення бізнесу; постанова про запровадження касових апаратів, високі податки та інші дотичні чинники.

Всі можливі пропозиції представників МПіС щодо можливих та нагальних заходів для сприяння розвитку МПіС зводилися, в першу чергу до: введення податкових канікул, розширення допомоги у відкритті бізнесу в центрах зайнятості, зниження ставки по кредитах для бізнесу, зменшення адміністративних бар'єрів, суттєвого розвитку бізнес-просвіти у навчальних закладах, зменшення адміністративного навантаження з боку органів державної влади.

Це багато в чому корелює з іншими дослідженнями, зокрема аналізом регіональних програм по молоді, в яких є місце конкретним напрямкам реалізації сприяння МПіС. Однак, характерною ознакою проблем, згаданих у регіональних програмах, є наявність значної невідповідності тенденцій розвитку МП загальнодержавним і регіональним пріоритетам, а також недостатнього розвитку підприємництва серед молоді [36; 37].

Зведений аналіз прикладних напрацювань у цій сфері показує, що для подолання зазначених проблем можна рекомендувати наступні заходи щодо їх вирішення та визначення подальшого розвитку дрібного та малого молодіжного бізнесу на регіональному рівні. Загалом це стосується формування позитивного підприємницького клімату в регіонах; фінансово-кредитної та інформаційно-правової підтримки. Реалізація рекомендованих заходів сприятиме виходу малого підприємництва на новий вищий рівень розвитку, зміцненню своїх позицій в структурі української економіки.

Серед різновидів основних проблем та різновидів надання допомоги для розвитку сфери молодіжного підприємництва, відзначених, як представниками МПіС, так і представниками ДСЗ України (тобто, представниками державної влади), переважна більшість оцінок так чи так сходилася на спільній думці про відсутність ефективної підтримки з боку держави та складні умови розвитку цієї сфери з причин економічної та політичної нестабільності, які ведуть за собою й інші похідні проблеми. Звідси, всупереч хибній

стереотипній думці про соціальну пасивність сучасної молоді, останнє виявляється не як причина, а як наслідок проблемності розвитку молодіжного підприємництва загалом. Усі бар'єри у розвитку цієї сфери стосуються неможливості і небажання державної влади повноцінно перейматися формуванням бізнес-активності молоді, на відміну від європейських країн. Зокрема молодіжний попит на фінансову допомогу для відкриття бізнес-справи та відповідно її пропозиція з боку державної влади через систему Державної служби зайнятості з роками знижується.

Відсутність початкового капіталу та ефективної підтримки з боку держави – це ті мегапроблеми, які вирішуються лише за участі державної влади. Виявлено доволі не високий рівень оцінки ефективності дії окремих інститутів стимулювання молодіжного підприємництва, що за уточненням самих експертів виявляється не скільки їх низькою спроможністю, скільки низьким рівнем їх поширення, пропагування та залученості. Тому, й загалом, є досить низькою оцінка рівня діяльності влади щодо сприяння розвитку даної сфери. Кредитно-фінансова (поляльні умови кредитування), майнова та правова підтримка, продуманість податкової політики (зменшення навантаження, податкові канікули для початківців) з боку держави, а також максимальне розширення діяльності навчально-просвітньої системи у становленні молодіжного підприємництва становитиме основу дієвої платформи підтримки молодіжного підприємництва та самозайнятості.

Список використаних джерел до розділу III

1. Мерзляк А., Боярін Є. Механізм державної підтримки самозайнятості молоді: вітчизняна практика та зарубіжний досвід// Державне управління та місцеве самоврядування, 2016, вип. 4(31). С.73-80. Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/dums_2016_4_13
2. Щодо ефективності підтримки та перспектив розвитку малого підприємництва у регіонах. Аналітична записка. Національний інститут стратегічних досліджень. [Електронний ресурс]. Режим доступу:<http://old2.niss.gov.ua/articles/903/>.
3. Про схвалення Концепції Державної цільової соціальної програми «Молодь України». [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1018-2015-%D1%80#Text>
4. Про розвиток та державну підтримку малого і середнього підприємництва в Україні: Закон України від 22 березня 2012 р. № 4618-УІ // Відом. Верховної Ради України. - 2013. -№ 3. - Ст. 23.
5. Концепція Державної цільової соціальної програми «Молодь України» на 2021-2025 роки. [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://dsmsu.gov.ua/media/2020/05/10/1/concept_RED.pdf?fbclid=IwAR0h9F1_kJIY8SkGU7qHP9wSqWOLdo4b9BT6oVbiaaDyLCNQ3hArv5x9NHw.
6. Про сприяння соціальному становленню та розвитку молоді в Україні: Закон України від 05.02.1993 р. № 2998-XII // <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2998-12#Text>
7. Програма діяльності Кабінету Міністрів України. [Електронний ресурс]. Режим доступу: https://www.kmu.gov.ua/npas/pro-zatverdzhennya-programi-diyalnosti-kabinetu-ministriv-t120620?fbclid=IwAR1uuaew5vS0Yt93ETXzF1GplRYPsF5_qYWDnRe7yJC34Vy92SsOFKY8soE.
8. Верховна Рада України. законодавство України. Електронний ресурс. <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/94/2021#Text>
9. Видання «Роботодавець». Режим доступу: <https://robotodavets.org.ua/2016/09/19/malyj-biznes-vbyvayut-kredytnym-z>.
10. Програма «Доступні кредити 5-7-9%» працює. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://www.president.gov.ua/news/zastupnik-kerivnika-ofisu-prezidenta-programa-dostupni-kredi-62549>.
11. Про затвердження державної програми підтримки молодіжного підприємництва на 2003-2005 роки: постанова Кабінету Міністрів України від 12.04.2002 р. № 536.. Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/536-2002-%D0%BF#Text>
12. Законодавство України. «Про розвиток та державну підтримку малого і середнього підприємництва в Україні». Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/4618-17>

13. Про схвалення Концепції Загальнодержавної програми розвитку малого і середнього підприємництва на 2014–2024 роки: Розпорядження Кабінету Міністрів України від 28.08.2013 р. № 641-р. Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/641-2013-%D1%80>.

14. Законодавство України. Про сприяння соціальному становленню та розвитку молоді в Україні. Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2998-12>.

15. Спрощена система оподаткування в Україні: оцінка в контексті сучасних реалій. Київ – 2015. 38 с., Перспективи розвитку в Україні спрощеного оподаткування малого підприємництва. Режим доступу https://minjust.gov.ua/m/str_30255].

16. *Юрчик Г.М.* Стимулювання розвитку само зайнятості: соціально-економічні та правові аспекти//Вісник національного університету водного господарства та природокористування. Зб.наук.праць. Вип.2 (58). Серія «Економіка». – 2012. с.212-219.

17. *Цегелик Г. Г., Квук М. Я.* Державна підтримка розвитку малого підприємництва в Україні. Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. 2010. Т. 2. № 1. С. 84–89.

18. Офіційний сайт Державної служби зайнятості https://www.dcz.gov.ua/sites/default/files/imce/postanova_71.pdf.

19. «Будуй своє». Хто отримає 51,2 млн. грн на започаткування бізнесу? [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://buduysvoe.com/ru/node/107893>].

20. Державна служба зайнятості. Офіційний сайт. <https://www.dcz.gov.ua/novyna/vlasnyy-biznes-za-spryyannya-sluzhby-zaynyatosti-zapytannya-ta-vidpovidi>.

21. Електронний журнал «Ефективна економіка» №10, 2017 <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5792>.

22. Електронний журнал «Ефективна економіка» №5, 2013. Режим доступу <http://www.economy.nayka.com.ua/?Op=1&z=2028>.

23. *Батюк А.А.* Державне регулювання ринку праці молоді в Україні. дисертація на здобуття наукового ступеню канд.управл.наук. за спец. 25.00.02 – механізми державного управління. Харків, 2018. 220 с.

24. Інституції підтримки підприємництва: концепції, особливості, моделі. Електронний ресурс Режим доступу <https://www.slideshare.net/USAIDLEV/ss-63328337>.

25. Урядовий портал. <https://www.kmu.gov.ua/news/249746413>, Центр Career Hub. Режим доступу: <https://careerhub.in.ua/author/admin/>.

26. Державна підтримка розвитку малого бізнесу в США.[Електронний ресурс]. Режим доступу:<https://euinfocenter.rada.gov.ua/uploads/documents/29001.pdf>.

27. Зачем стартапу переезжать в Ирландию? Сравнение условий с Англией и США. Режим доступу: <https://ain.ua/2018/08/21/zachem-pereezzhat-v-irlandiyu/>.

28. *Бородкина В.В., Москвина А.В., Рыжкова О.В., Улас Ю.В.* Государственная поддержка субъектов малого и среднего бизнеса северных стран: Канада, США, Финляндия, Швеция// «Российское предпринимательство» № 21 / 2015.

29. *Деренько О. А.* Міжнародний досвід державного регулювання та підтримки малого підприємництва. Бізнесінформ. 2012. № 5. С. 95–97.

30. *Карпунина М.А., Савинова С.Ю., Шубнякова Н.Г.* Формирование молодежного предпринимательского сообщества как инструмент повышения предпринимательской активности //Современные проблемы науки и образования. №2, 2014.

31. *Ольвінська Ю. О.* Особливості державного регулювання малого підприємництва у країнах світу. Державне управління: удосконалення та розвиток: електрон. наук. фахове вид. 2015. № 2. URL: <http://www.dy.nayka.com.ua/?op=1&z=814>].

32. Політика регулювання ринку праці та національні моделі боротьби з безробіттям (світовий досвід). Електронний ресурс. Режим доступу: <https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKewihz5Nh983vAhVKEncKHVLEBpEQFjAAegQIAhAD&url=http%3A%2F%2Feuinfocenter.rada.gov.ua%2Fuploads%2Fdocuments%2F28949.pdf&usg=AOvVaw2BZDZYLnQM9-jlIR9srH2>.

33. Ваш партнер в Германии. Електронний ресурс: <https://www.partner-inform.de/partner/detail/2004/5/200/1420/sodejstvie-razvitiju-malogo-biznesa-v-nrw?lang=ru>.

34. Зачем стартапу переезжать в Ирландию? Сравнение условий с Англией и США. Режим доступу: <https://ain.ua/2018/08/21/zachem-pereezzhat-v-irlandiyu/>.

35. Возможности для стартапов в Новой Зеландии. Электронный ресурс: <https://selfmadetrip.com/novaya-zelandiya-dlya-startapov/>.
36. Щорічна оцінка ділового клімату в Україні: 2016 рік. Аналітичний звіт [Електронний ресурс] / О. Кузяків [та ін.]. – К. : USAID ЛЕВ, 2017.-369 с. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.ier.com.ua/files/Projects/2015/LEV/ABCA2017/ABCA2016_full_report.pdf.
37. *Трифонов М.* Неформальна зайнятість населення України: кількісний та якісний виміри. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://commons.com.ua/ru/neformalna-zajnyatist-naselennya/>.

ВИСНОВКИ

На основі вищевикладеного можна зробити висновок про суперечність умов розвитку цієї сфери. Складна ситуація з підприємництвом в Україні є системною і вимагає негайних заходів не тільки щодо стимулювання його створення і подальшого розвитку, але і нагальності нових принципових підходів до формування дієвої системи цього стимулювання.

Також слід зазначити, що вітчизняні та закордонні фахівці (за результатами сучасних тематичних досліджень щодо проблем розвитку МПіС, діагностики наявних потреб та актуальних проблем) одноставно вказують на практичній відсутності сприятливих умов для відкриття та ведення бізнесу загалом, та для молоді зокрема. Зараз для України характерними є досить повільні темпи залученості до підприємництва серед молоді через адміністративні, правові, фінансові, організаційні проблеми, а саме: відсутність комплексної, перш за все, фінансово-кредитної, методико-інформаційної, інвестиційної, освітньої підтримки, а також системного аналізу й підтримки на державному, регіональному та місцевому рівнях.

На жаль, в цій сфері велика частина молоді – не активна. Це продиктовано тим, що молоді люди хоч і бажають змін, однак не готові ще докладати певних зусиль до цього. Їх потрібно мотивувати, однак, не тільки «ідеологічно», через освіту та ЗМІ, але і доступним ресурсом обміну досвідом, створенням сприятливих для підприємницького господарювання умов. Із цього слідує, що молодіжний бізнес в Україні потребує прискорення позитивних перетворень, які мають здійснюватися шляхом негайних ефективних економічних, соціальних та інституціональних заходів.

Розвиток молодіжного підприємництва потрібно розглядати як об'єктивну необхідність і реальність сучасного етапу розвитку українського суспільства, яка дозволяє, з одного боку, поліпшити матеріальне становище її учасників, з іншого – забезпечує потужну соціальну підтримку молодого покоління на майбутнє. Тому це має зайняти особливе становище в системі державної молодіжної політики, в якій має передбачатися першочергове залучення молоді у сферу бізнесу.

Детальна операційна програма зі створення інституції підтримки підприємництва - це комплекс взаємопов'язаних заходів, що мають призвести до створення нової інституції підтримки підприємництва. Стосовно розвитку молодіжного підприємництва, цей напрям потрібно реалізовувати хоча б на трьох рівнях: шляхом удосконалення нормативно-правової бази, що регламентує підприємницьку діяльність; розробки системи пільг та преференцій молодим підприємцям; всебічного розвитку підприємницьких навичок та здібностей української молоді.

Дослідження думок молодих підприємців щодо ділового клімату та очікувань від реформ в Україні (за результатами дослідницького проекту «Оцінка ділового клімату в Україні: 2016») демонструє, що більшість із заходів, які потрібні для підтримки їхнього бізнесу стосуються створення єдиного інформаційного ресурсу щодо питань із ведення бізнесу (80 %), спрощення системи оподаткування (72 %); 67 % молодих підприємців зазначають необхідність зрівняння можливостей для всіх суб'єктів бізнесу, 39 % – вимагають тимчасового мораторію на зміни законодавчих актів та скасування податкових пільг [36]. Також молоді підприємці потребують консультації та тренінгів із ведення бізнесу, що вказує на пошук вектора власної діяльності, часткову нестачу досвіду й слідування європейським тенденціям.

На сьогоднішній день головними завданнями державної молодіжної політики у сфері зайнятості молоді є розробка та впровадження механізмів створення сприятливих умов для полегшення суб'єктам підприємництва «входження в ринок», перш за все, доступу до кредитних ресурсів.

РЕКОМЕНДАЦІЇ ПО ВДОСКОНАЛЕННЮ ПОЛІТИКИ У СФЕРІ СПРИЯННЯ МОЛОДІЖНОМУ ПІДПРИЄМНИЦТВУ І САМОЗАЙНЯТОСТІ

Українське суспільство в умовах сьогодення характеризується наростанням суспільної кризи з високим рівнем міграційного відтоку та поширенням соціального песимізму, зниженням рівня економічної активності, особливо серед молоді. Оскільки остання є

особливим суспільним прошарком, що завжди виступає формуючою групою авангарду розвитку суспільства, тому й вимагає особливої уваги держави та розгляду молодіжного підприємництва і самозайнятості (МПіС) як інструменту регулювання молодіжного безробіття та економічної активності молоді.

При плануванні та здійсненні будь-якого рівня заходів щодо покращення розвитку МПіС, потрібно усвідомити та пам'ятати, що ця ситуація, є наслідком політики у різних сферах протягом останніх років, свідчить про неможливість радикального впливу заходів економічного чи правового характеру на суттєву активізацію та стимулювання МПіС з боку інституцій молодіжної політики, зокрема Міністерства молоді та спорту. До основних причин такої ситуації можна віднести:

▪ **економічні:** брак фінансових засобів, практична неспроможність держави економічно стимулювати даний сектор (на сьогоднішній день заходи, що вживаються в напряму державної підтримки малого бізнесу для молоді як для соціальної групи, поки не дають видимого ефекту. Адміністративні, правові та фінансові бар'єри, що перешкоджають вільному виходу на ринок, надалі є складними).

▪ **інституціональні (структурні):** олігархічна форма правління в державі і високий прагматичний лобізм, політична нестабільність, неможливість прямого впливу інституту молодіжної політики на регулювання цієї сфери;

▪ **особистісні:** невпевненість молоді у завтрашньому дні, психологічна неготовність до вирішення життєвих проблем, брак практичних знань щодо ведення підприємницької діяльності.

На особливу увагу заслуговують особистісні причини та труднощі:

1. Неконкурентоспроможність молоді з причини відсутності відповідної освіти, навичок, досвіду, установки на активність.

2. Освіта. Існуюча в країні система освіти не відповідає викликам часу, не формуються стимули і поведінкові компетенції, що необхідні для успішної підприємницької діяльності, у результаті чого молодь не мотивована до заняття підприємницькою діяльністю.

3. Нездатність до ризику. Побоювання ризикувати, зіткнутися з бюрократичними труднощами при створенні нового підприємства не пробуджує молодих громадян проявляти ділову активність. Молодь сьогодні охочіше віддає перевагу перспективам самореалізації в сфері великого бізнесу або державної служби. Серед молоді підприємницька діяльність бачиться скоріше в контексті подолання труднощів, ніж досягнення успіху.

4. Непоінформованість молоді. Про можливості державної підтримки при відкритті власної справи знає менше 1% молоді. Молоді люди, які бажають зайнятися підприємницькою діяльністю, найменше розраховують на допомогу держави.

5. Правова безграмотність молоді. Основні проблеми залучення молоді до підприємництва пов'язані, насамперед, з питаннями недоліку чи малодоступності до ресурсів освіти, правової та іншої інформації, інвестицій.

Виходячи з цих обставин, Міністерству молоді та спорту, як головному регулятору молодіжної політики варто було б зосередити увагу на непрямих важелях регулювання розвитку МПіС. Хоча останні не передбачають радикального структурного впливу у розвитку цієї сфери й діють опосередковано, однак системно. До цих соціальних важелів можна віднести такі інституціональні регулятиви, що спроможні на інформаційному та організаційному рівнях через систему освітніх закладів, інформаційного простору (засобів масової інформації, інтернет-ресурсів), конкретних культурно-організаційних заходів сприяти формуванню сприятливого підприємницького клімату, популяризації молодіжного підприємництва.

Напрацювання нашої НДР (аналіз та висновки, що підкріплені результатами проведених соціологічних опитувань представників МПіС та експертів державного і недержавного сектору) проєкціюють на реалізацію таких конкретних програмних дій для покращення підприємницько-молодіжного клімату та ефективного розвитку сучасного МПіС, як:

1) підсилення (окремі засади проявляються) та реалізацію програмно-цільового методу. Реалізація Міністерством молоді та спорту тих напрямків, що можна здійснити як самостійний виконавець, та підняття питань щодо інших напрямків перед іншими відповідними органами центральної виконавчої влади. Важливою перевагою такого підходу є акумулювання програмних завдань популяризації МПіС, сприятливого клімату молодіжного

підприємництва як з боку державних інституцій, так і у взаємодії з громадськими організаціями. При цьому, належну увагу мають отримати такі напрямки як:

- встановлення правового статусу молодіжного підприємництва і статус студентського чи учнівського підприємства;
- розв'язання складнощів соціальної адаптації молоді, що опинилася у важкій життєвій економічній ситуації;
- встановлення дотацій (субсидій) і податкових пільг на покриття частини витрат підприємця у перші три роки виробництва товарів і послуг за переліком, що встановлюється відповідними органами державної влади і управління;
- надання індивідуальним, сімейним і колективним підприємствам молодих громадян пільг з оподаткування і кредитування, страхування їх комерційного ризику, гарантій на певний (випробувальний) період;
- зниження чи звільнення від сплати відповідних реєстраційних зборів з фізичних осіб - молодих громадян, які займаються підприємницькою діяльністю;
- розширення системи фінансування навчання основам підприємницької діяльності та сприяння в розробці установчих документів;
- надання одноразових субсидій для підтримки розроблених в інтересах молоді проєктів і пропозицій, що носять новаторський характер, а також спрямованих на розширення можливостей самозабезпечення молоді;
- створення сприятливого бізнес-клімату (заохочення банків до надання кредитів, надання державних гарантій повернення кредитів);
- сприяння започаткуванню власної справи (податкові пільги, пільгові умови оренди, компенсації витрат на консультації спеціалістів (юристів, економістів), конкурсне складання бізнес-планів);

2) інформаційне сприяння та розвиток програми пропаганди МПіС, що дозволить скорегувати ситуацію в молодіжному середовищі, а також націлити молоде покоління на саморозвиток і розвиток МПіС. Важливим в цій сфері є: створення позитивного іміджу вітчизняного молодого підприємця в проєкції подолання адміністративних перешкод, інноваційності та іншого. Без цього досить складно розраховувати на особистісний ріст самого підприємця. Далі, йдеться про розвиток медіа проєктів через розповсюдження рекламних, агітаційних, інформаційних матеріалів для пропаганди в ЗМІ ідей приватного підприємництва – як засад самоорганізації та власного економічного зростання, самореалізації, так і основи економічного та соціального прогресу держави, суспільства. Створений позитивний імідж підприємця виступає і виступатиме істотним чинником стабільності в суспільстві, потенційним гарантом успіху проведених реформ (які на сьогодні практично не відчуються);

3) формування так званої «дорожньої карти» саме МПіС, можливого запуску єдиного бізнес-порталу, присвяченому МПіС та механізмам державної підтримки у цій сфері. Існуюча «дорожня карта» розвитку підприємництва в Україні не містить жодного згадування про молодіжний сегмент. Потенційна «дорожня карта» МПіС повинна містити менше декларативних засад та узагальнень, а більше її практично-прикладного та методичного потенціалу, аналізу ефективності її функціонування, елементів соціального аудиту;

4) особливої уваги заслуговує досвід формування центрів підприємництва при ВНЗ, розгортання їх програм, екстенсивності та інтенсивності їх діяльності, на базі яких надалі здійснюватиметься реалізація програми навчання практичним аспектам ведення бізнесу для молоді, масове залучення молодих людей до заходів цих програм з залученням мотивуючих медіа засобів та заходів. Це має пряме відношення до інтенсивності проведення бізнес-форумів і конференцій з питань розвитку молодіжного підприємництва.

Для розв'язання проблеми нестачі інформації, також пропонується сформувати інформаційну базу даних, що містить практичну інформацію з основних питань, з якими молодий підприємець стикається при відкритті власного підприємства:

- види підприємств: переваги та недоліки;
- податкові режими для різних видів діяльності;
- процес реєстрації підприємства (прикладні документи, адреси ФНС, як виготовити печатку, відкрити рахунок в банку тощо);

- заходи державної підтримки малого бізнесу в суб'єкті держави - гранти, мікрокредитування, субсидування, ставки по кредитах, гарантійне забезпечення при кредитуванні тощо;

- інфраструктурна підтримка малого підприємництва в суб'єкті держави (докладний опис умов участі в бізнес-інкубаторі, технопарку тощо);

- програми, спрямовані на залучення молоді до підприємницької діяльності, що забезпечують пропаганду, відбір, навчання, супровід підприємницьких проєктів молоді (на кшталт «Як стати підприємцем», «Школа молодого підприємця» тощо);

- кредитування (банки, умови кредитування) та інвестиційні фонди.

Усе це потрібно видати у вигляді брошури або методичного посібника для поширення в податкових службах, центрах зайнятості населення, на профільних сайтах, у професійних та вищих навчальних закладах, у заходах щодо молодіжної тематики.

Дослідження молодіжного дрібного підприємництва та самозайнятості передбачає використання статистичних методів і моделей, які дозволяють проаналізувати основні показники діяльності представників цієї сфери та виявити тенденції їх розвитку. Для вивчення діяльності суб'єктів підприємництва повинні використовуватися статистичні методи, зокрема метод статистичного спостереження, які дозволяють проаналізувати і зробити якісний прогноз показників їх діяльності. За допомогою цього методу має здійснюватися збір і реєстрація інформації про кількість діючих одиниць в структурі різних організаційно-правових форм господарювання, видів економічної діяльності, їх територіальної приналежності, зокрема активно діючих одиниць (з податкової служби); про чисельність зайнятих; про обсяги реалізації продукції і т.д. На нашу думку, здійснювати запровадження показників МПіС (у своїй функціональності) варто за такою структурою:

Показники діяльності молодіжного підприємництва I-го порядку (показники структурного зростання):

- загальна кількість суб'єктів молодіжного підприємництва, в розрізі структури за різновидами (підприємства, юридичні особи, ФОП);

- чисельність зайнятих у підприємстві, в тому числі підприємств та фізичних осіб;

кількість суб'єктів молодіжного малого підприємництва на 10 тис. населення молоді (у світовій практиці задіяні різні показники розвитку економічної інфраструктури, зокрема малого та середнього бізнесу (як правило це відношення кількості різних господарських одиниць на частку економічно-активного населення: 1 тис., 10 тис і под.).

- питома вага зайнятих в молодіжному підприємстві в розрізі економічно активного населення країни, молодіжної групи;

- питома вага одиниць молодіжного малого підприємництва в структурі всього малого підприємництва;

Показники діяльності малого підприємництва II-го порядку (показники структурного розвитку):

- кількість і структура суб'єктів молодіжного підприємництва за видами економічної діяльності та регіонами;

- число і структура зайнятих за видами економічної діяльності;

- питома вага обсягів реалізації молодіжних малих/мікропідприємств в обсягах реалізації всіх суб'єктів малого підприємництва.

Дані повинні братися з кількох незалежних джерел інформації: Державна служба статистики, Державна податкова служба. Введення та фіксація цих необхідних показників забезпечить створення повноцінної інформаційної картини тенденцій розвитку молодіжного підприємництва. Вся інша інформаційна база (соціальний аспект розвитку молодіжного підприємництва) повинна братися з щорічних невеликих моніторингових кількісних та якісних досліджень.

Очікуваний ефект від проведення програми запропонованих заходів сприятиме збільшенню числа молодих людей, що володіють теоретичними та практичними знаннями в галузі організації і ведення підприємницької діяльності. А це в свою чергу слугуватиме одним із чинників підвищення інтересу молоді до підприємницької діяльності, просування перспективних ідей молодих підприємців, залучення інвесторів і спонсорів до нових ідей і проєктів молоді, популяризації підприємницької ініціативи, збільшення числа молодих підприємців, інтенсифікації діяльності громадських молодіжних організацій.

Монографія
(науково-практичне видання)

**ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ МОЛОДІЖНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА ТА
САМОЗАЙНЯТОСТІ МОЛОДІ В УКРАЇНІ**

Сірий Євген Володимирович

Рекомендовано до друку Вченою радою ДУ «Державний інститут сімейної та молодіжної політики», протокол № 02/21 від 29 березня 2021 року.

За редакцією док.соціол.наук, проф.Сірого Є.В.

Надруковано за сприянням ГО «Агенція суспільно-політичних досліджень та комунікативних стратегій»

Підписано до друку 18.05.2021р.
Формат 60*84. Папір офсетний. Гарнітура Тип Таймс. Друк офсетний.
Умовн. друк. арк. 8,5. Наклад: 100 пр. Зам. № 194-2021.

Видання здійснено в авторській редакції. Надруковано з оригіналів автора.
Видавець і виготовлювач: ЦОП «Глобус» ФОП Кравченко Я.О.
Свідоцтво № ДК 6078 від 13.03.2018 р.
02100, м.Київ, вул..Будівельників, буд.32/2