МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

ЕКОНОМІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ

Кафедра міжнародної економіки, природних ресурсів та економіки міжнародного туризму

Кваліфікаційна робота магістра

на тему «Європейський досвід підтримки молодіжного бізнесу»

Виконав: студент 2 курсу, групи 8.0514-ме-дн
спеціальності 051 Економіка
освітньої програми «Міжнародна економіка»
Маммадов А. Б. огли
Керівник: к.е.н., доцент Кусакова Ю. О.
Рецензент: д.е.н., професор Селіщева А. В.

Запоріжжя
2026 рік

ЗМІСТ

Завдання на кваліфікаційну роботу……. 4

Реферат…… 6

Summary……. 8

Перелік умовних позначень, символів, одиниць, скорочень і термінів…… 10

ВСТУП…… 11

1 ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ РОЗВИТКУ МОЛОДІЖНОГО БІЗНЕСУ В УМОВАХ НЕВИЗНАЧЕНОСТІ УКРАЇНСЬКОЇ ЕКОНОМІКИ…… 16

1.1 Теоретичні та історичні підходи до визначення сутності поняття «молодіжний бізнес»…… 16

1.2 Роль та значення молодіжного бізнесу для розвитку економіки України……..... 25

1.3 Класифікація та функції молодіжного бізнесу …… 31

Висновки до розділу 1…… 41

2 АНАЛІЗ РОЗВИТКУ МОЛОДІЖНОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ ТА СВІТІ…… 44

2.1 Поточний стан та особливості функціонування молодіжного підприємництва країн світу ……. 44

2.2 Аналіз потенціалу розвитку молодіжного бізнесу в Україні в умовах війни та євроінтеграції …… 53

2.3 Порівняльний аналіз самозайнятості серед молоді в Україні, Польщі та Німеччині…… 58

Висновки до розділу 2……. 62

3 МЕХАНІЗМ ПІДТРИМКИ МОЛОДІЖНОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ ……... 64

3.1 Європейський досвід розвитку молодіжного підприємництва та можливості його імплементації в Україні ……. 64

3.2 Напрями удосконалення державної та регіональної політики підтримки молодіжного бізнесу в Україні …… 71

3.3 Інституційні та фінансові інструменти реалізації механізму підтримки молодіжного бізнесу в Україні …… 79

Висновки до розділу 3…….. 86

ВИСНОВКИ…….. 89

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ…… 96

ДОДАТОК А. Декларація академічної доброчесності…….. 102

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет економічний
Кафедра міжнародної економіки, природних ресурсів та економіки міжнародного туризму
Рівень вищої освіти магістр
Спеціальність 051 Економіка
Освітньо-професійна програма Міжнародна економіка

ЗАТВЕРДЖУЮ:
В. о. зав. кафедри _____ Гамова О. В.
«____»_____ 2025 року

З А В Д А Н Н Я
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ МАГІСТРА СТУДЕНТУ
Маммадову Алібаю Бахтіяру огли

1. Тема роботи: «Європейський досвід підтримки молодіжного бізнесу»
керівник роботи: Кусакова Ю.О., к.е.н., доцент
затверджені наказом ЗНУ від «25» березня 2025 р. № 439-с, та
24.09.2025 № 1322-с

2. Строк подання студентом роботи: 5 лютого 2026 року

3. Вихідні дані до роботи: інформаційна база законодавчих актів, звіти міжнародних організацій та інших установ, публікації у наукових фахових журналах, електронні публікації з економічної тематики, Інтернет ресурси, статистичні бази даних.

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, що належить розробити).
Теоретичні основи розвитку молодіжного бізнесу в умовах невизначеності української економіки. Аналіз розвитку молодіжного бізнесу в Україні та світі. Механізм підтримки молодіжного бізнесу в Україні.

5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень). Графічний матеріал у першому розділі використано для: систематизації категоріального апарату дослідження, демонстрації результатів соціологічних опитувань та групування молоді за ставленням до бізнесу; у другому розділі – при кількісному аналізі участі молоді у започаткуванні бізнесу; порівнянні особливостей ведення підприємницької діяльності у молодих людей та людей дорослішого віку; при дослідженні демографічної ситуації в Україні.

6. Консультанти розділів роботи (проєкту)

Розділ	ПІП, посада консультанта	Підпис, дата	
		Завдання видав	Завдання прийняв
Вступ	к.е.н., доцент Кусакова Ю.О.	05.10.2025 р.	05.10.2025 р.
І розділ	к.е.н., доцент Кусакова Ю.О.	05.10.2025 р.	05.10.2025 р.
ІІ розділ	к.е.н., доцент Кусакова Ю.О.	08.01.2025 р.	08.01.2025 р.
ІІІ розділ	к.е.н., доцент Кусакова Ю.О.	03.12.2025 р.	03.12.2025 р.
Висновки	к.е.н., доцент Кусакова Ю.О.	03.12.2025 р.	03.12.2025 р.

7. Дата видачі завдання 24 серпня 2025 року

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів дипломного проєкту (роботи)	Термін виконання етапів проєкту (роботи)	Примітка
1	Вибір теми	06.12.2024 –18.01.2024	виконано
2	Складання робочого плану	24.08.2025 р. –15.09.2025 р.	виконано
3	Підбір літератури та вивчення літературних джерел	22.09.2025 –30.09.2025	виконано
4	Складання плану	01.10.2025 р. – 04.10.2025 р.	виконано
5	Виконання вступу	05.10.2025 р. – 08.11.2025 р.	виконано
6	Виконання розділу 1	09.11.2025 р. – 02.12.2025 р.	виконано
7	Виконання розділу 2	03.12.2025 р. – 20.12.2025 р.	виконано
8	Виконання розділу 3	21.12.2025 р. – 27.12.2025 р.	виконано
9	Формулювання загальних висновків	28.12.2025 р. – 10.01.2025 р.	виконано
10	Подання роботи на кафедру на передзахист	18.01.2025 р.	виконано
11	Попередній захист роботи на кафедрі	06.01.2024 –30.01.2024	виконано
12	Оформлення роботи та проходження нормоконтролю	01.02.2025 р. – 05.02.2025 р.	виконано
13	Одержання відгуку та рецензії	01.02.2025 р. – 05.02.2025 р.	виконано
14	Подання остаточного варіанту роботи на кафедру	05.02.2025 р.	виконано

Студент – дипломник _____ Маммадов А. Б. огли
Керівник проєкту _____ Кусакова Ю.О.

Нормоконтроль пройдено

Нормоконтролер _____ Селіщева А.В.

РЕФЕРАТ

Кваліфікаційна робота магістра: 102 с., 10 рис., 15 табл., 50 джерел.

Об’єктом дослідження є молодіжний бізнес та особливості його розвитку в Україні під час військового стану, глобальної невизначеності та євроінтеграції.

Предметом дослідження виступають механізми, інструменти, моделі розвитку та підтримки молодіжного бізнесу в Україні з урахуванням європейського досвіду й специфіки військового стану.

Метою дослідження є комплексний аналіз сучасного стану та тенденцій розвитку молодіжного бізнесу в Україні в умовах війни, глобальної невизначеності та євроінтеграційного спрямування, а також обґрунтування ефективних механізмів, інструментів і моделей його підтримки та стимулювання з урахуванням європейського досвіду.

У процесі дослідження було запропоновано інституційні та фінансові інструменти реалізації механізму підтримки молодіжного бізнесу в Україні. Проведено аналіз поточного стану й особливостей функціонування молодіжного підприємництва в окремих країнах світу, у тому числі в Україні та країнах Європейського Союзу, що дозволило окреслити ключові тенденції та проблеми з підтримкою даного сектору. Визначено основні напрями стимулювання самозайнятості в Україні з урахуванням досвіду Німеччини та Польщі.

Окрему увагу приділено дослідженню ролі та значення молодіжного підприємництва для розвитку економіки України у цілому в порівнянні з країнами ЄС. Виявлено, що українська молодь дуже зацікавлена та демонструє високий інтерес до започаткування власного бізнесу, проте, наявний підприємницький потенціал не реалізований повною мірою через нестачу стартового капіталу, високі ризики, що обумовлені військовим станом.

Запропоновано перспективні напрями удосконалення політики підтримки молодіжного бізнесу на національному та регіональному рівнях.

Сукупність результатів аналізу та проведених досліджень дозволила сформувати комплексне бачення трансформації молодіжного бізнесу в Україні базуючись на позитивному досвіді країн Європейського Союзу.

МОЛОДЬ, МОЛОДІЖНИЙ БІЗНЕС, ПІДПРИЄМНИЦТВО, НЕВИЗНАЧЕНІСТЬ, ЕКОНОМІКА УКРАЇНИ, ВІЙНА ТА ПОВОЄННЕ ВІДНОВЛЕННЯ, ЄВРОПЕЙСЬКА ІНТЕГРАЦІЯ, ЄВРОПЕЙСЬКИЙ ДОСВІД, МЕХАНІЗМИ, ІНСТРУМЕНТИ, ПІДТРИМКА МОЛОДІЖНОГО БІЗНЕСУ.

SUMMARY

Qualification work: 102 p., 10 figures, 15 tables, 50 sources.

The object of the research is youth business and the specific features of its development in Ukraine under martial law, global uncertainty, and the process of European integration.

The subject of the research includes the mechanisms, instruments, and models for the development and support of youth business in Ukraine, taking into account European experience and the specific conditions of martial law.

The purpose of the study is to provide a comprehensive analysis of the current state and development trends of youth business in Ukraine in the context of war, global uncertainty, and European integration, as well as to substantiate effective mechanisms, instruments, and models for its support and stimulation based on European experience.

In the course of the research, institutional and financial instruments for implementing the mechanism of youth business support in Ukraine were proposed. An analysis of the current state and specific features of youth entrepreneurship in selected countries worldwide, including Ukraine and European Union member states, was conducted, which made it possible to identify key trends and challenges in supporting this sector. The main directions for stimulating self-employment in Ukraine were determined, taking into account the experience of Germany and Poland.

Special attention was paid to examining the role and significance of youth entrepreneurship for the overall development of Ukraine’s economy in comparison with EU countries. It was found that Ukrainian youth demonstrate strong interest in starting their own businesses; however, their entrepreneurial potential is not fully realized due to a lack of start-up capital and high risks caused by martial law.

Prospective directions for improving youth business support policy at the national and regional levels were proposed.

The overall findings of the analysis and conducted research made it possible to form a comprehensive vision of the transformation of youth business in Ukraine based on the positive experience of European Union countries.

YOUTH, YOUTH BUSINESS, ENTREPRENEURSHIP, UNCERTAINTY, ECONOMY OF UKRAINE, WAR AND POST-WAR RECOVERY, EUROPEAN INTEGRATION, EUROPEAN EXPERIENCE, MECHANISMS, TOOLS, YOUTH BUSINESS SUPPORT.

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ ПОЗНАЧЕНЬ, СИМВОЛІВ, ОДИНИЦЬ, СКОРОЧЕНЬ І ТЕРМІНІВ

B2B-контракти – контракти між представниками бізнесу, а не споживачами.

АПК – агро-промисловий комплекс

ВВП – валовий внутрішній продукт

Держкомстат – Державний комітет статистики

ЄС – Європейський Союз

ін. – інші

ІПН – індивідуальний податковий номер

ІТ – інформаційні технології

КВЕД – класифікатор видів економічної діяльності

млн – мільйони

МСП – малі та середні підприємства

ОЕСР – Організація економічного співробітництва та розвитку

ООН – Організація Об'єднаних Націй

рис. – рисунок

рр. – роки

с. – сторінка

ст. – століття

табл. – таблиця

тис. – тисячі

ФОП – Фізична особа-підприємець

ЦНАП – центр надання адміністративних послуг

ВСТУП

Військова агресія спричинила значні структурні трансформації економіки, втрату виробничих потужностей, міграцію трудових ресурсів, зростання безробіття серед молоді та підвищення рівня невизначеності. За таких умов підприємницька активність молоді стає не лише способом самореалізації, а й механізмом адаптації до кризових викликів та інструментом відновлення економічної системи країни.

Одночасно процес євроінтеграції відкриває нові можливості для розвитку молодіжного підприємництва через гармонізацію законодавства, доступ до європейських програм підтримки, інтеграцію до спільного ринку ЄС та впровадження сучасних стандартів ведення бізнесу. Проте ефективне використання цих можливостей потребує вдосконалення механізмів державної та інституційної підтримки молодих підприємців з урахуванням специфіки воєнного стану.

Актуальність теми дослідження зумовлена необхідністю забезпечення сталого соціально-економічного розвитку України в умовах військового стану, глобальної економічної нестабільності та посилення євроінтеграційних процесів. У сучасних умовах молодіжний бізнес виступає важливим чинником економічного відновлення держави, формування інноваційного потенціалу, створення нових робочих місць і зміцнення конкурентоспроможності національної економіки.

Мета дослідження – комплексний аналіз сучасного стану та тенденцій розвитку молодіжного бізнесу в Україні в умовах війни, глобальної невизначеності та євроінтеграційного спрямування, а також обґрунтування ефективних механізмів, інструментів і моделей його підтримки та стимулювання з урахуванням європейського досвіду.

Відповідно до мети кваліфікаційної роботи сформовані такі завдання:

– дати визначення поняттям молодіжне підприємництво та молодіжний бізнес;

– охарактеризувати роль та значення молодіжного бізнесу для розвитку економіки України;

– розглянути класифікаційні ознаки та функції молодіжного бізнесу;

– дослідити поточний стан та особливості функціонування молодіжного підприємництва в різних країнах світу;

– проаналізувати потенціал розвитку молодіжного бізнесу в Україні в умовах війни та євроінтеграції;

– здійснити порівняння особливостей становлення самозайнятості в Україні, Польщі та Німеччині;

– вивчити європейський досвід розвитку молодіжного підприємництва та можливості його імплементації в українські реалії;

– виявити напрями удосконалення державної та регіональної політики підтримки молодіжного бізнесу в Україні;

– запропонувати інституційні та фінансові інструменти реалізації механізму підтримки молодіжного бізнесу.

Об’єкт дослідження – молодіжний бізнес та особливості його розвитку в Україні під час військового стану, глобальної невизначеності та євроінтеграції.

Предмет дослідження – механізми, інструменти, моделі розвитку та підтримки молодіжного бізнесу в Україні з урахуванням європейського досвіду й специфіки військового стану.

У наукових дослідженнях останніх років увага до молодіжного бізнесу посилюється в контексті трансформаційних викликів, спричинених війною та посиленням інтеграції України до Європейського Союзу. Відтак, Краус К. М., Краус Н. М., Осецький В. Л. досліджують молодіжне підприємництво та політику підтримки молоді в умовах воєнного стану. Михаліцька Н. Я., Яцик М. Р. розробляють стратегічні напрями розвитку вітчизняного молодіжного підприємництва в умовах невизначеності. Особливої уваги заслуговують праці

Капліної А. І., яка докладно вивчає значення молодіжного бізнесу для розвитку економіки України, виділяє його сильні та слабкі сторони, пропонує механізми стимулювання та підтримки. Стабільний державний інтерес до цього сектору економіки підтверджується цілою низкою нормативних актів, у т.ч. Концепцією державної цільової соціальної програми "Молодь України" на 2026 – 2030 роки.

Не дивлячись на значну кількість досліджень, актуальним залишається питання імплементації досвіду європейських країн у створення дієвої системи підтримки розвитку молодіжного бізнесу в умовах війни та євроінтеграції.

У процесі дослідження використовувалися такі методи: теоретичного узагальнення та наукового абстрагування для систематизації та удосконалення категоріального апарату дослідження щодо визначення понять «молодіжний бізнес» та «молодіжне підприємництво»; аналіз й синтез – для огляду наукової літератури, законодавчих актів, вивчення статистичних даних та узагальнення отриманої інформації щодо тенденцій розвитку молодіжного бізнесу в Україні та світі; порівняльний аналіз – для оцінки особливостей становлення самозайнятості серед молодих людей України, Польщі, Німеччини; PESTEL-аналіз – для дослідження впливу макросередовища на розвиток молодіжного підприємництва в Україні; SWOT-аналіз – для оцінки внутрішнього середовища, зокрема, сильних, слабких аспектів розвитку самозайнятості серед молоді в Україні, а також можливостей та загроз.

Наукова новизна даної кваліфікаційної роботи полягає у систематизації теоретичних, аналітичних та практичних підходів щодо удосконалення механізму підтримки молодіжного бізнесу в Україні з урахуванням європейського досвіду в умовах військового стану. Зокрема:

− уточнено зміст поняття «молодіжний бізнес», як специфічного сектору економіки, що охоплює підприємницьку діяльність осіб віком від 14 до 35 років, спрямовану на отримання прибутку, самореалізацію та розвиток інноваційного потенціалу, та, на відміну від «молодіжного підприємництва»,

включає ширші форми та вили діяльності – від епізодичних ініціатив та разових угод до системної підприємницької діяльності у формі малих та середніх підприємств;

– сегментовано молодь за віковими характеристиками та ставленням до бізнесу, що дає можливість у подальшому сформувати практичні механізми підтримки молодіжного бізнесу на різних стадіях дорослішання особистості;

– запропоновано систему напрямів (нормативно-правовий, фінансовий, інституційний, освітній, цифровий) та основних заходів вдосконалення державної політики підтримки молодіжного бізнесу, яка дозволить вирішити ключові проблеми підтримки молодіжного бізнесу в національній економіці;

– систематизовано заходи регіональної політики у розвитку молодіжного бізнесу через стратегічне планування, фінансову підтримку та партнерство з метою зростання кількості суб'єктів малого та середнього бізнесу, а також ефективності їхньої діяльності;

– удосконалено комплекс інституційних та фінансових інструментів, які сприятимуть реалізації механізму підтримки молодіжного бізнесу в Україні.

Практичне значення дослідження полягає в розробці рекомендацій щодо імплементації досвіду країн Європейського Союзу в удосконалення механізмів стимулювання молодіжного підприємництва на національному та регіональному рівнях. Зокрема, запропоновано систему напрямів (нормативно-правовий, фінансовий, інституційний, освітній, цифровий) та основних заходів вдосконалення державної політики підтримки молодіжного бізнесу, яка дозволить вирішити ключові проблеми підтримки молодіжного бізнесу на національному та регіональному рівнях.

Результати дослідження можуть стати основою для підготовки програм стимулювання та підтримки молоді на рівні регіонів і держави, грантових

проєктів та освітніх курсів в напрямах підвищення та покращення підприємницького потенціалу.

Апробація результатів кваліфікаційної роботи. Основні положення та висновки кваліфікаційної роботи були представлені на XI Всеукраїнська науково-практична конференція студентів і молодих вчених «Сталий розвиток економіки на засадах ресурсоефективності» (м. Запоріжжя, 18-19 грудня 2025 року), опубліковано тези «Європейський досвід розвитку молодіжного підприємництва», а також опубліковано статтю «Особливості державної та регіональної підтримки молодіжного бізнесу в Україні» у фаховому виданні «Фінансові стратегії інноваційного розвитку економіки», 2026 рік.

Опубліковані праці повністю відображають основні результати роботи.

Кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, переліку посилань із 50 найменувань. Робота викладена на 102 сторінках машинописного тексту, містить 15 таблиць, 10 рисунків.

1 ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ РОЗВИТКУ МОЛОДІЖНОГО БІЗНЕСУ В УМОВАХ НЕВИЗНАЧЕНОСТІ УКРАЇНСЬКОЇ ЕКОНОМІКИ

1.1 Теоретичні та історичні підходи до визначення сутності поняття «молодіжний бізнес»

Дослідження сутності поняття «молодіжний бізнес», на наш погляд, слід розпочинати з вивчення історії економічної думки щодо тлумачення категорії «бізнес», а також з аналізу відмінностей між цією категорією та поняттям «підприємництво».

Поняття «бізнес» походить з англійської мови (Business – справа, діло), яке, своєю чергою, етимологічно пов'язане з давньоанглійським bisigniss (турбота, клопоти), або ж з bisig (зайнятий, стурбований, діловий). У період XIV–XVI ст. значення цього терміну трансформувалося у «стан зайнятості» (busyness) або певне заняття / справу. 1727 рік – вважається роком першої фіксації слова «бізнес» саме у значенні комерційної діяльності, торгівлі та фінансових операцій [1].

«Таким чином, вже в давньому розумінні слова було закладено кілька змістових значень. Зрозуміло, що в історичному розвитку суспільства змістове навантаження цього поняття багатократно зростає» [2]. Первісне значення "бізнесу" – це заняття, турбота, справа, діяльність, що вимагає зайнятості та уваги, пізніше набуло трактування систематичної економічної діяльності з метою отримання прибутку або доходу.

Хоча бізнес як явище існував тисячоліттями, його академічне визначення часто пов’язують із розвитком поняття «підприємництво». Слово “підприємець” походить від французького дієслова тринадцятого століття entreprentredre, що означає “робити щось” або “зобов’язувати”. До шістнадцятого століття форма іменника "підприємець" використовувалася для позначення людини, яка бере участь у бізнесі. Перше академічне використання

цього слова економістом було в 1730 р. Р. Кантільйоном, який визначив готовність нести особистий фінансовий ризик бізнес-підприємства як визначальну характеристику підприємця [3].

Він розумів підприємництво як особливу економічну функцію і наголошував на елементі ризику, який завжди властивий підприємництву. До підприємців він зараховував людей із нефіксованими прибутками (ремісників, купців, селян та ін.), тобто тих, хто зайнятий економічною діяльністю за умов нестабільності та непередбаченості цін. Він розглядав підприємця як фігуру, яка приймає рішення і задовольняє свої інтереси за умов невизначеності. Підприємець, за Р. Кантільйоном, – це будь-який індивід, здатний до передбачення, який бажає брати на себе ризик, спрямований у майбутнє, чиї дії характеризуються сподіванням отримати дохід та готовністю до витрат [4, с. 10].

На початку 1800-х років економісти Ж.-Б. Сей і Дж. Ст. Мілль ще більше популяризували академічне використання цього поняття. Сей підкреслив роль підприємця у створенні вартості шляхом переміщення ресурсів із менш продуктивних територій у більш продуктивні. Мілль його використовував для позначення особи, яка бере на себе як ризик, так і управління бізнесом [3]. Таким чином, було надано більш чітке розмежування між підприємцем та іншими власниками бізнесу (такими як акціонери корпорації), які беруть на себе фінансовий ризик, але не беруть активної участі в повсякденній діяльності чи управлінні фірмою.

Адам Сміт у XVIII ст. розглядав бізнес через призму діяльності власника, чия головна мета — отримання прибутку та задоволення потреб суспільства через власну зацікавленість. Він не приділяв багато уваги бізнесменам (вони відігравали невелику значимість у його аналізі), а вивчав особливості діяльності роботодавців, майстрів, купців і підприємців. А. Сміт вважав, що підприємець – власник, котрий зважується ризикувати заради реалізації якої-небудь комерційної ідеї та отримання прибутку. Він сам

планує, організовує виробництво, розпоряджається його результатами [4, с. 24].

Наступним визначним етапом, в якому розуміння сутності підприємництва набуло нових якісних ознак стало XX ст. Йозеф Шумпетер та Ізраель Кірцнер, ще більше вдосконалили академічне розуміння підприємництва. Шумпетер наголосив на ролі підприємця як новатора, який впроваджує зміни в економіку шляхом впровадження нових товарів або нових методів виробництва. На думку Шумпетера, підприємець є руйнівною силою в економіці. Він наголошував на корисному процесі творчого руйнування, в якому впровадження нових продуктів призводить до старіння або знищення інших. Введення компакт-диска і відповідне зникнення вінілової платівки – лише один з багатьох прикладів творчого руйнування [5].

На відміну від поглядів Шумпетера, Кірцнер зосереджувався на підприємництві як процесі відкриття. Підприємець Кірцнера – це людина, яка відкриває раніше непомічені можливості отримання прибутку. Відкриття підприємця ініціює процес, у якому ці нещодавно відкриті можливості отримання прибутку потім діють на ринку, доки ринкова конкуренція не усуне можливість отримання прибутку. На відміну від руйнівної сили Шумпетера, підприємець Кірцнера є силою врівноваження [6].

Академічне становлення поняття «бізнес» відбулося у 1920-ті роки, коли бізнес став окремою дисципліною в Гарвардському університеті завдяки професору Н. С. Б. Грасу (N. S. B. Gras). Він першим очолив кафедру історії бізнесу і почав вивчати це поняття як об'єкт наукового дослідження. Іншим видатним науковцем, який вивчав бізнес у XX ст. був П. Друкер. Його називають «батьком дослідження бізнесу» та сучасного менеджменту. Він дав одне з найфундаментальніших визначень бізнесу як процесу створення цінності для клієнта, де єдиною метою є створення споживача [7]. Він вважав, оскільки метою є створення клієнта, бізнес має лише дві основні функції — маркетинг та інновації. Усе інше Друкер називав «витратами». У 1994 році він

також представив концепцію «теорії бізнесу», яка базується на трьох припущеннях: про оточення (ринок, суспільство), місію компанії та її ключові компетенції [7].

У сучасній науковій думці так само відсутнє чітке розуміння схожих та відмінних рис понять «бізнес» та «підприємництво». На нашу думку, найбільш широко та повно дослідила співвідношення даних категорій Калаченкова К.О. [8], яка вивчила роботи В. Гриньової, Б. Райзберга, М. Кравчука, В. Єсіпова, І. Герчикової та інших. Погоджуємося з Калаченковою К. О. [8, с. 17] щодо систематизації усіх підходів до розуміння спільних та від'ємних рис понять «бізнес» і «підприємництво» на три групи точок зору (рис. 1.1).



Рисунок 1.1 – Систематизація підходів до розуміння спільних та від'ємних рис понять «бізнес» і «підприємництво»

Джерело: складено автором на основі [8]

Проте, вважаємо за доцільне розширити підхід Калаченкової К. О. щодо виділення ключових ознак понять «бізнес» і «підприємництво» за рахунок введення ознаки інноваційності, на якій наголошує Й. Шумпетер (Табл. 1.1).

Таблиця 1.1 – Співвідношення понять «бізнес» та «підприємництво» за ключовими ознаками

Ознака	Розкриття в понятті «бізнес»	Розкриття в понятті «підприємництво»
Суб'єктний склад	Усі суб'єкти ринкової економіки (суб'єкти господарювання, фізичні особи, споживачі, наймані працівники, державні структури)	Суб'єкти господарювання (ФОП та підприємства різних типів та форм власності)
Сфера діяльності	Будь-яка сфера економічної діяльності	Сфера суспільного виробництва, спрямована на виготовлення та реалізацію продукції, виконання робіт чи надання послуг
Систематичність та формалізованість	Можуть бути як разові угоди без офіційної реєстрації в державних органах, так і систематична діяльність на регулярній основі із дотриманням норм діючого законодавства	Обов'язково систематична діяльність на регулярній основі із дотриманням норм діючого законодавства
Ризик	На свій страх і ризик, проте рівень ризику може бути обмежений лише фінансовою складовою	На свій страх і ризик, повна відповідальність за організацію та ведення підприємницької діяльності
Мета	Одержання прибутку	Досягнення економічних і соціальних результатів та одержання прибутку
Ставлення до інновацій	Не є обов'язковою складовою	Є першочерговою задачею та механізмом досягнення мети

Джерело: складено автором на основі: [8, 5]

Згадуючи про таку ознаку бізнесу та підприємництва як дотримання норм діючого законодавства, слід з'ясувати, чи існують розбіжності у трактуванні цих понять на законодавчому рівні. У сучасній законодавчій базі України поняття бізнес та підприємництво здебільшого ототожнюються та вживаються як синоніми. Чітке визначення в офіційних правових актах має лише термін «підприємництво». Ключовим документом, що визначає суть такої діяльності, є Господарський кодекс України (ст. 42), де підприємництво трактується як: «...самостійна, ініціативна, систематична, на власний ризик господарська діяльність, що здійснюється суб'єктами господарювання

(підприємцями) з метою досягнення економічних і соціальних результатів та одержання прибутку» [9].

Отже, підсумовуючи вище наведені тези, слід зазначити, що у даній роботі будемо досліджувати бізнес як більш ширше, ніж підприємництво, поняття за своєю сутністю. Оскільки, поняття «бізнес» використовується для позначення будь-якого заняття, метою якого є отримання прибутку, воно охоплює взаємовідносини між усіма суб'єктами ринкової економіки, у тому числі: домогосподарствами, підприємствами, державними організаціями тощо; може мати як системний, так й епізодичний характер.

З'ясувавши сутність понять «бізнес» та «підприємництво», виділивши ключові їх ознаки, а також відмінності, перейдемо до аналізу й визначення безпосередньо поняття «молодіжний бізнес».

Зазначимо, що поняття «молодіжний бізнес» не має чіткого визначення й часто ототожнюється з «молодіжним підприємництвом».

У Законі України «Про основні засади молодіжної політики» (з урахуванням змін від 13.07.2025 № 4488-IX), не має чіткого визначення молодіжного підприємництва, проте зазначено, що молодь – молоді особи – особи віком від 14 до 35 років включно, які є громадянами України, іноземцями та особами без громадянства, які перебувають в Україні на законних підставах [10].

Хоча єдиного формулювання «молодіжний бізнес» у законодавстві досі немає, державні програми та нормативні акти визначають критерії, за якими бізнес вважається молодіжним:

– Віковий критерій: Суб'єктом діяльності є особа віком від 18 до 35 років (у межах грантових програм пріоритет часто надається категорії 18–25 років).

– Тип реєстрації: Фізична особа-підприємець (ФОП) або юридична особа, де засновником та керівником є молода особа.

– Мета: Самостійна, ініціативна діяльність з метою отримання прибутку, що сприяє соціальному становленню молоді та розвитку інновацій.

У наукових джерелах станом на 2026 рік термін «молодіжний бізнес» найчастіше трактується через призму молодіжного підприємництва.

Відтак, з позицій інституційного підходу молодіжне підприємництво стає новою філософією діяльності й управління, нестандартним способом мислення, новим типом підприємницької поведінки [11]. Н. Я. Михаліцька та М. Р. Яцик під молодіжним підприємництвом пропонують 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 [12].

Гриценок І. Молодіжне підприємництво розглядає як економічне явище, що характеризує товарно-грошовий характер відносин. Воно ж ґрунтується на економічних ринкових законах, таких як закон попиту та пропозиції, закон вартості, закон конкуренції та інших. А також у всіх інструментах товарного обігу та виробництва, таких як ціна, гроші, фінанси [13].

Черевко К. О. так інтерпретує молодіжне підприємництво – це елемент підвищення рівня зайнятості серед молоді та створення нових малих підприємств і додаткових робочих місць. Розвиток молодіжного підприємництва є одним із найважливіших напрямів економічної політики країни [14, с. 359].

Аналізуючи роботи згаданих науковців, можна виділити кілька ключових підходів до визначення «молодіжного підприємництва»: функціонально-віковий, економіко-соціальний, ресурсний (Табл. 1.2).

Отже, у сучасних наукових джерелах молодіжний бізнес визначається не просто як «робота молоді на себе», а як стратегічний ресурс економіки, що генерує національне багатство через інновації та створення робочих місць.

Таблиця 1.2 – Ключові підходи до визначення поняття «молодіжний бізнес»

Назва підходу	Основне визначення	Особливості
Функціонально-віковий	Практичне застосування підприємницьких якостей (ініціативності, інноваційності, креативності та ризику) особами віком від 15 до 35 років у межах самозайнятості або створення малих підприємств.	молодіжний бізнес є критичним інструментом інтеграції молоді на ринок праці та зниження рівня безробіття
Економіко-соціальний	Специфічний сектор малого та середнього підприємництва, що характеризується високою гнучкістю, орієнтацією на цифрові технології та здатністю до швидкої адаптації в умовах криз	Молодіжні підприємства часто створюють нові моделі, що поєднують отримання прибутку з вирішенням екологічних або соціальних проблем громад
Ресурсний (Інноваційний)	Діяльність «цифрових аборигенів» (Generation Z), що базується на використанні соціальних медіа та технологій для подолання ринкових бар'єрів за умов обмеженого початкового капіталу	Прагнення до фінансової незалежності молоді та самореалізації за рахунок впровадження нових ідей, використовуючи отриманні знання з фінансової грамотності, IT, дизайну, мистецтва та інноваційного агросектору через доступ до підприємницьких екосистем (інкубаторів, хакатонів).

Джерело: складено автором на основі: [10 – 14]

Враховуючи вищенаведені тези та ідеї, систематизуємо категоріальний апарат, який буде використовуватися у даній роботі (рис. 1.2).

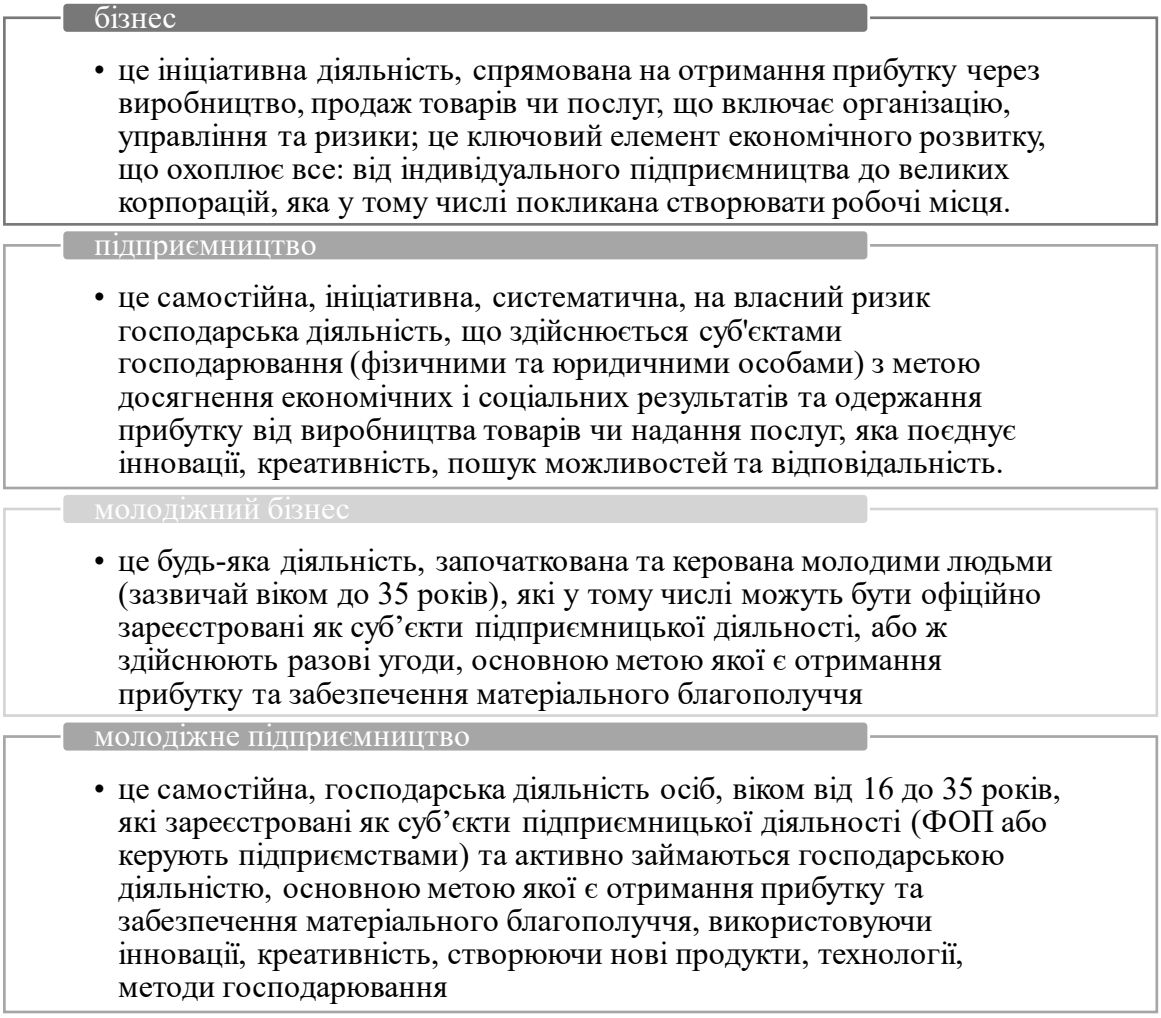


Рисунок 1.2 – Категоріальний апарат дослідження

Джерело: складено автором на основі: [2, 9, 11, 12]

Отже, систематизація понять дозволила чітко встановити відмінності між «молодіжним бізнесом» та «молодіжним підприємництвом», яка полягає у тому, що бізнес є ширшим поняттям та може включати епізодичну, несистемну діяльність молоді з метою отримання прибутку, крім того, така діяльність не завжди буде використовувати інноваційні підходи, створення нових товарів, методів виробництва тощо. Тим не менш, для економіки України в умовах війни та перспектив євроінтеграції, саме молодіжний бізнес повинен відігравати вирішальну роль у відновленні економічного потенціалу національного господарства.

1.2 Роль та значення молодіжного бізнесу для розвитку економіки України

Для молоді важливо займатися бізнесом, бо це шлях до самореалізації та свободи, можливість втілювати інноваційні ідеї, створювати робочі місці для себе й інших, стимулювати економіку та суспільство, а також набувати цінного досвіду та відповідальності, що особливо важливо для майбутнього країни, особливо під час відбудови та розвитку. Молоді підприємці привносять свіжі погляди, вирішують соціальні проблеми та формують середній клас, роблячи внесок у стійкий розвиток.

Погоджуємося з думкою А. І. Капліної, що «молодь – найбільш активна частина суспільства, яка швидко реагує на будь-які зміни у житті та яка ефективно сприймає корисні їх сторони. Тому, можна говорити про те, що молодь має великий потенціал та здатність до підприємницької діяльності, ніж інші вікові групи» [15].

Дійсно, молоді люди сприймають бізнес як шлях до самореалізації та свободи. Бізнес дозволяє молоді втілювати власні проєкти, працювати над тим, що подобається, та бути незалежними від найму. Дуже часто молодь уявляє бізнес та підприємницьку діяльність як можливість стати лідером, самостійно керувати та брати на себе відповідальність за рішення.

Також серед молоді є категорія ідеалістів, які часто фокусуються на вирішенні соціальних та екологічних проблем, створюючи бізнеси, корисні для суспільства у цілому.

Вивчаючи результати дослідження «Ставлення молоді до власного бізнесу: Україна та ЄС» [16], виявляється, що значна більшість опитуваних молодих людей в Україні віддають перевагу самозайнятості і власному бізнесу (73%). Це не дивно, оскільки в українському суспільстві вже досить давно існує тренд самозайнятості, більш того, сучасні реалії потребують достатньої

мобільності, що може підштовхувати молодь рухатися в бік дистанційної роботи. Однак, те саме дослідження демонструє, що в Україні, нажаль, бажання займатися підприємницькою діяльністю залишається на рівні ідей і скоріше виглядає соціально бажаним. В ЄС, на відміну від України, молодь здебільшого прагне працювати найманими працівниками [16]. Це може бути обумовлено тим, що в країнах ЄС створені максимально комфортні та сприятливі умови праці для найманих працівників (це і про високу заробітну плату, і про стабільні соціальні умови праці, і про високу ефективність діючих профспілок), тоді як ведення бізнесу потребує високого ризику, сплати суттєвих податків, обізнаності у законодавстві та неможливості укладання тіньових угод.

Цікавими є й результати опитування щодо переваг самостійного ведення бізнесу у порівнянні з найманою працею (рис. 1.3).



Рисунок 1.3 – Результати опитування щодо переваг самостійного ведення бізнесу у порівнянні з найманою працею

Джерело: [16]

Виявляється, що для української молоді перспективи покращення доходу у випадку ведення власного бізнесу та отримання особистого задоволення від реалізації власних ідей набагато більше впливають на вибір останнього у порівнянні з молоддю в країнах ЄС. Європейська молодь обирає бізнес перш за все тому, що він дає відчуття незалежності (сам собі бос) та свободи вибору місця і часу роботи.

Щодо цілей від реалізації бізнес-ідеї, то «слідувати своїм захопленням/інтересам» та «стати багатим» однаково важливо і для українців, і для європейців. Проте, для української молоді підтримка власної країни/регіону виявляється важливішою за створення робочого місця для себе, на відміну від європейської молоді.

Відмінності існують і у сферах діяльності (табл. 1.3).

Таблиця 1.3 – Ключові відмінності між пріоритетними галузями для започаткування молодіжного бізнесу в Україні та країнах ЄС

№ пріоритету	Україна	ЄС
1	сфера торгівлі та ІТ	маркетинг
2	онлайн комерція	сфери піару і реклами
3	сфери культури і дизайну	сфери освіти та наукових досліджень
4	туризм	консалтинг
5	виробництво	

Джерело: складено автором на основі: [16]

Виявляється, що в Україні менш цікавими є освіта, наукові дослідження, інженерія, які зазвичай фінансуються з бюджету та не є популярними серед молоді можливо через низький рівень оплати праці та високі вимоги до рівня знань та фахової підготовки. Дивно, що ще менш привабливими виглядають маркетинг, підтримка бізнесу та фінансові послуги [16]. На наш погляд, починаючи з 2023 р., саме маркетинг є однією з найбільш популярних освітніх програм на економічних факультетах у різних закладах вищої освіти. Це можна пояснити, ймовірно, не бажанням відкрити власну справу за цим

напрямом діяльності, а переходом в категорію найманих працівників після закінчення навчання. Фінансовий сектор, на відміну від ІТ-сфери, туризму, комерції, в Україні є доволі структурованим, централізованим та представлений великими компаніями, корпораціями, це й пояснює небажання української молоді розпочинати бізнес у фінансовій сфері.

Інтерес до комерції і роздрібної торгівлі в українців в два рази вищий, ніж в ЄС. Також майже в два рази вище зацікавленість до виробництва [16]. Таку специфіку можна пояснити високим ступенем сервісизації країн ЄС, які вже давно перейшли до постіндустіального типу виробництва, в якому превалює сфера послуг з високим рівнем доданої вартості. Україна ж, на противагу, все ще знаходиться на стадії трансформації економіки від індустріального типу до постіндустріального, що й обумовлює сконцентрованість на виробництві, аграрному секторі й торгівлі, а не на сфері інтелектуальних послуг. До того ж виявлена тенденція може бути пояснена спеціалізацією України на торгівлі, завдячуючи вигідному географічному положенні між Сходом та Заходом, а також на АПК, – багатим ґрунтам та земельним ресурсам.

Згадане дослідження [16] продемонструвало й відмінності між європейською та українською молоддю у пошуках стартового капіталу (табл. 1.4).

Таблиця 1.4 – Ключові відмінності у пошуку стартового капіталу для започаткування молодіжного бізнесу в Україні та країнах ЄС

	В Україні молодь розраховує на:	В ЄС молодь розраховує на:
По-перше	себе та власні заощадження	банки
По-друге	зарплату та банки	підтримку в державних установах
По-третє	підтримку в державних установах	краудфандинг, мікрофінансове кредитування

Джерело: складено автором на основі: [16]

Представлені у табл. 1.4. відмінності дозволяють зрозуміти, чому молодіжний бізнес в Україні часто залишається на рівні ідеї та не має гідної реалізації, оскільки важко собі уявити, щоб сучасна українська молодь могла отримувати настільки високу заробітну плату, щоб її вистачило і на покриття поточних потреб, і на заощадження для непередбачуваних подій, відпочинку, чи для купівлі дороговартісних товарів, і на започаткування власної справи. В країнах ЄС навпаки, через діючі та ефективно працюючі інститути, молодь відчуває, що може на них розраховувати, довіряти та брати кредити на власну справу.

З'ясувавши, чому бізнес важливий для молоді, перейдемо до аналізу важливості молодіжного бізнесу для економіки країни, регіону у цілому. З цього боку слід розглянути такі аспекти:

- економічний;
- соціальний;
- освітній;
- відновлювальний.

Розглядаючи економічний аспект функціонування молодіжного бізнесу на рівні держави та регіону, перш за все, спадає на думку створення робочих місць як для себе, так і для найманих працівників, що знижує безробіття серед молоді та соціальну напругу у суспільстві.

Наступним позитивом в економічному плані виступає можливість стимулювання інновацій. Молоді люди охочіше розробляють та впроваджують нові технології й продукти, сприяючи оновленню економіки та підвищенню її конкурентоспроможності.

Нові робочі місця та інновації у сукупності сприяють збільшенню валової доданої вартості. Бізнес, у свою чергу, генерує національне багатство та ВВП, що є особливо важливим, у кризові часи. Як наслідок збільшуються і податкові надходження до бюджету, які в подальшому можуть бути

використані для соціальних та економічних потреб національного господарства.

Відкриття нових суб'єктів молодіжного бізнесу стимулює конкуренцію та активність на ринку, сприяючи загальному економічному прогресу.

У соціальній сфері молодіжний бізнес, як вже було вказано вище, знімає напругу у суспільстві через створення нових робочих місць. Це означає, що в країні може знизитися рівень криміналу, сутичок з правоохоронними органами та між собою; постійний дохід дозволяє молоді задовольняти базові потреби (їжа, житло, медицина), що зменшує рівень стресу та відчаю (що особливо важливо в умовах війни); робота дає будь-якій людині відчуття приналежності до суспільства, підвищує самооцінку та статус, що запобігає маргіналізації. До того ж малий молодіжний бізнес сприяє зміцненню середнього класу та сприяє перерозподілу ресурсів, знижує нерівність між різними верствами населення.

З іншого боку молоді люди мають свіжий погляд на вирішення суспільних соціальних, екологічних проблем, що може бути реалізовано в рамках нових бізнес-ідей та бізнес-рішень.

З точки зору освіти, досвід роботи над власним бізнесом робить молодь більш адаптивною та конкурентоспроможною на ринку праці, даючи перевагу в отриманні високооплачуваної роботи в майбутньому.

Крім того, бізнес-освіта та практика формують численні практичні навички, зокрема дають розуміння маркетингу, фінансів, управління, що допомагає долати кризи та адаптуватися до мінливого майбутнього. Підприємницька діяльність та бізнес дають молоді можливість розкрити свій потенціал, досягти самостійності та стати активними учасниками суспільного життя.

Окрім, економічного, соціального та освітнього аспектів, молодіжний бізнес напрочуд важливий для відновлення української економіки в повоєнний період. Молоді підприємці-бізнесмени відіграватимуть ключову роль у відбудові та економічному зростанні України. Вони привносять динамізм,

амбіції та готовність до ризику, що є рушійною силою для трансформації суспільства на засадах інноваційності, сталості та екологічності. Підвищується патріотизм та відповідальність серед молоді через залучення до економічної діяльності.

Також для відновлення української економіки особливо важливим є демографічний фактор, який передбачає створення умов для реемігрції молоді в країну, а також для її утримання в Україні, забезпечуючи перспективи для реалізації її потенціалу та побудови родин.

Узагальнюючи вищенаведені тези та погляди українських вчених [13 – 16] на значення молодіжного бізнесу для економіки України, можна підсумувати, що він є двигуном інновацій, зайнятості та соціальної стабільності, створює нові робочі місця, формує середній клас, сприяє технологічному оновленню, розкриває потенціал молоді та зміцнює економічну базу країни, забезпечуючи розвиток як на регіональному, так і на національному рівнях. Він відіграє ключову роль у переході до інноваційної економіки на засадах сталого розвитку.

Таким чином, підтримка молодіжного підприємництва є стратегічним завданням для України, що потребує впровадження досвіду ЄС, співпраці держави, освіти та громадських організацій для створення сприятливого соціально-економічного й інституційного середовища та подолання бар'єрів.

1.3 Класифікація та функції молодіжного бізнесу

Систематизація категоріального апарату на рис. 1.2 дозволяє чітко виокремити молодіжний бізнес від усього іншого бізнесу, який функціонує в державі. Проте, це все одно бізнес, який включає в себе і підприємницьку діяльність. Тож, для вивчення класифікації молодіжного бізнесу розглянемо основні класифікаційні ознаки бізнесу.

В усіх країнах з ринковою економікою існує велика різноманітність видів

бізнесу, які представлені окремими підприємницькими структурами, класифікація яких, у свою чергу, здійснюється за якісними і кількісними параметрами [17].

Основним якісним параметром при такому розмежуванні є тип власності, на якому ґрунтується підприємство (фірма), наприклад: приватна, колективна, державна. Поряд з цим розмежування за якісними параметрами може здійснюватися за характером і змістом діяльності (виробничі, комерційні бізнеси); за обсягом та асортиментом випущеної продукції (масове, серійне, універсальне, спеціалізоване); за способом входження у різні міжфірмові спілки (асоціації, консорціуми, об'єднання); за способами та методами ведення конкуренції (лідери, претенденти, відомі, новачки) тощо [17].

Розглянемо окремі параметри докладніше. Погоджуємося з вченими [17], що основними формами бізнесу є індивідуальне та колективне підприємництво.

Особливість індивідуального підприємництва полягає в тому, що бізнесмен діє на свій страх і ризик, під повну особисту відповідальність. Індивідуальне підприємництво в Україні — це найпростіша форма ведення бізнесу (найчастіше ФОП), заснована на власній праці фізичної особи, яка самостійно управляє бізнесом, отримує прибуток і несе повну відповідальність за зобов'язаннями. Реєстрація доступна з 16 років через ЦНАП або застосунок "Дія", вимагаючи лише паспорт та ІПН.

Також індивідуальне підприємництво може бути представлене у формі приватного підприємства (фірми). Ключовою відмінністю такої фірми від ФОП є – право найму робочої сили. Різновид приватного підприємства – сімейне підприємство (фірма), основане на власності та праці членів однієї сім'ї, що проживають разом.

Якщо розглядати цю форму, її переваги та недоліки, то ключовими перевагами є: бонуси в оподаткуванні, легкість відкриття, закриття та гнучкість в усіх процесах; а ключовими недоліками виступають: ризик втрати власного капіталу, відсутність чіткого розмежування зобов’язань бізнесу від особистого

майна, нестабільність доходів, значна залежність від зовнішнього середовища.

Особливість колективного підприємництва полягає в тому, що партнери-члени колективу несуть спільну відповідальність за справи фірми. Колективне підприємництво – це різноманітні форми колективної власності: акціонерна, муніципальна, змішана та ін. Воно виступає у вигляді різних підприємств, товариств, фірм, об'єднань [17].

Чинне законодавство України передбачає ряд правових форм для створення господарчих товариств:

- товариство з повною відповідальністю;
- товариство з обмеженою відповідальністю;
- товариство з додатковою відповідальністю;
- акціонерне підприємство (табл. 1.5) [18].

Таблиця 1.5 – Характеристика основних організаційно-правових форм в Україні для ведення бізнесу

Форма та її характеристика	**Переваги**	**Недоліки**
1	**2**	**3**
Товариство з повною відповідальністю — організаційно-правова форма підприємництва, за якої всі учасники здійснюють спільну господарську діяльність та несуть солідарну майнову відповідальність за зобов’язаннями товариства в межах усього належного їм майна.	– Спрощена процедура створення та реєстрації завдяки мінімальним вимогам до установчих документів. – Високий рівень самостійності учасників у процесі управління товариством. – Підвищений рівень довіри з боку контрагентів, зумовлений повною відповідальністю учасників. – Рівність прав усіх учасників в управлінні товариством. – Відсутність законодавчо встановленого мінімального розміру статутного капіталу.	– Учасники несуть необмежену відповідальність за зобов’язаннями товариства, що підвищує фінансові ризики. – Імовірність ускладнення процесу прийняття управлінських рішень унаслідок рівності прав учасників. – Обмежені можливості залучення зовнішніх інвестицій. – Низький рівень поширеності в Україні, за винятком окремих сфер діяльності (зокрема ломбардної).

Продовження таблиці 1.5

1	2	3
Товариство з обмеженою відповідальністю (ТОВ) — найбільш поширена в Україні форма господарювання, за якої відповідальність учасників обмежується розміром їхніх внесків до статутного капіталу.	– Відсутність значних вимог до мінімального розміру статутного капіталу. – Розмежування майна товариства та особистого майна його учасників, що знижує підприємницькі ризики. – Відносна простота залучення інвестицій. – Можливість посилення контролю за діяльністю керівника та його заміни за рішенням учасників.	– Необхідність підготовки установчих документів та дотримання складнішої процедури реєстрації. – Обмежена оперативність прийняття управлінських рішень через потребу колегіального погодження. – Потенційно нижчий рівень довіри з боку контрагентів порівняно з формами з необмеженою відповідальністю. – Додаткові витрати, пов’язані з веденням бухгалтерського обліку та звітності.
Товариство з додатковою відповідальністю — організаційно-правова форма, що поєднує ознаки товариств з обмеженою та повною відповідальністю, де учасники несуть відповідальність як у межах внесків до статутного капіталу, так і в межах додатково визначеної частини особистого майна.	– Чітке визначення меж відповідальності учасників у статутних документах. – Підвищена гнучкість у формуванні системи управління товариством. – Забезпечення прозорості взаємовідносин між учасниками.	– Ризик додаткових майнових втрат у разі настання зобов’язань товариства. – Ускладнена процедура реєстрації через необхідність детального врегулювання відповідальності в статуті. – Менша інвестиційна привабливість порівняно з ТОВ та акціонерними товариствами.
Акціонерне товариство — форма господарського об’єднання, у якій статутний капітал поділений на певну кількість акцій однакової номінальної вартості, а учасники (акціонери) не відповідають за зобов’язаннями товариства власним майном.	– Можливість акумулювання значних фінансових ресурсів шляхом емісії та реалізації акцій. – Залучення широкого кола фізичних і юридичних осіб як інвесторів. – Доцільність використання для створення великих підприємств і холдингових структур. – Чітка система корпоративного управління, у межах якої ключові рішення ухвалюються власниками контрольних пакетів акцій.	– Законодавчо встановлений високий мінімальний розмір статутного капіталу. – Складна та тривала процедура створення акціонерного товариства. – Значні фінансові витрати, пов’язані з його функціонуванням та корпоративним управлінням.

Джерело: складено автором на основі: [18]

Крім того, законодавство України допускає створення кооперативів, приватних підприємств і громадських організацій. Для окремих видів економічної діяльності встановлено обов'язкові вимоги щодо форми власності відповідно до Податкового кодексу України [19] (наприклад, державні лотереї, азартні ігри, обмін іноземної валюти, виробництво, експорт, імпорт, продаж підакцизних товарів), однак у більшості випадків суб'єкти господарювання мають право самостійно визначати організаційно-правову форму своєї діяльності.

Наступною якісною характеристикою, яка потребує докладно вивчення є – характер і зміст діяльності. Для сучасного бізнесу він визначається відповідно до класифікатора видів економічної діяльності (КВЕД) [20], що є систематизованим поділом господарської діяльності за однорідними ознаками з метою обліку, аналізу, планування та державного регулювання економіки. Класифікатор містить інформацію про всі можливі напрямки роботи в Україні, є гармонізованим з європейською системою NACE та відповідає Міжнародній стандартній галузевій класифікації, що своєю чергою затверджена ООН.

Згідно з КВЕД, усі види економічної діяльності поділяються за ієрархічним принципом на кілька рівнів. Найвищим рівнем є секції, які об'єднують широкі сфери економіки, такі як сільське господарство, промисловість, будівництво, торгівля, транспорт, фінансова діяльність, освіта, охорона здоров'я та інші. Секції позначаються літерами латинського алфавіту:

- лісове господарство — A;
- рибальство та розведення риби — B;
- видобувна промисловість — C;
- переробна промисловість — D;
- виробництво та розподіл електроенергії — E;
- будівництво — F;
- торгівля — G;

- готельно-ресторанна діяльність — H;
- сфера транспорту та зв'язку — I;
- фінансова діяльність — J;
- угоди з нерухомим майном — K;
- державне управління — L;
- освіта — M;
- охорона здоров'я — N;
- надання послуг — O;
- домашні господарства — P;
- діяльність екстериторіальних організацій — Q.

Але всередині секції розділені ще на групи та коди. Вони можуть вміщати від одного до декількох підкласів, що визначають сферу діяльності [18].

Відповідно до сучасного українського законодавства, суб’єкти бізнесу можуть одразу працювати за декількома видами економічної діяльності, що має бути прописано в їх установчих документах, узгоджено з органами статистики та податковою службою. Законодавчо обмеження на кількість сфер діяльності не існує. Але на практиці зазвичай обирають від 1 до 6 різних кодів.

Перейдемо тепер від характеристики якісних параметрів, до кількісних. Основними з них відповідно до ч. 2 ст. 2 Закону України від 16.07.1999 р. № 996-XIV«Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» є: середня кількість працівників, балансова вартість активів і чистий дохід від реалізації (табл. 1.6).

Для віднесення суб’єкта бізнесу до категорії достатньо відповідати щонайменше двом з трьох критеріїв (за винятком мікропідприємств, де може бути достатньо одного).

Слід зазначити, що представлений вище поділ використовується саме для цілей оподаткування та можливостей застосування спрощеної системи, а також для участі у державних програмах підтримки.

Таблиця 1.6 – Критерії поділу суб'єктів бізнесу на великі, середні та малі підприємства

Найменування показника*	Категорії підприємств (відповідно до ч. 2 ст. 2 Закону № 996-XIV)			
	Мікропідприємство	Мале	Середнє	Велике
Балансова вартість активів	до 350 тис. євро	до 4 млн євро	до 20 млн євро	понад 20 млн євро
Чистий дохід від реалізації	до 700 тис. євро	до 8 млн євро	до 40 млн євро	понад 40 млн євро
Середня кількість працівників	до 10 осіб	до 50 осіб	до 250 осіб	понад 250 осіб

Джерело: складено на основі: [21]

Підкреслимо, що в Україні наразі існує 2 законодавчі документи, які регламентують поділ суб'єктів господарювання на категорії за розміром діяльності, окрім зазначеного вище, існує ще й Закон України «Про особливості регулювання діяльності юридичних осіб окремих організаційно-правових форм у перехідний період та об'єднань юридичних осіб» [22]. На відміну від [21], цей Закон розглядає не лише юридичних осіб, а й фізичних осіб-підприємців; а також оперує не трьома критеріями, а двома: зокрема, величиною доходу і чисельністю працівників. Це свідчить про наявність певних протирічь та неузгоджень, що негативно впливає і на реалізацію державних програм підтримки малого бізнесу.

Якщо порівнювати аналізований кількісний параметр в Україні та інших країнах світу, то виявляється, що представлена у табл. 1.6 класифікація, практично повністю дублює європейський досвід [23].

У США підходи до визначення малого бізнесу відрізняються залежно від галузі та регулятора. Федеральне агентство Small Business Administration (SBA) класифікує підприємства за структурою власності, кількістю працівників та доходом, при цьому норми можуть варіюватися у межах секторів економіки (наприклад, у виробництві малі підприємства визначаються як ті, що мають до 500 працівників). Водночас Internal Revenue

Service (IRS) використовує інші критерії, зокрема активи для цілей оподаткування [24].

В Азійських країнах та інших регіонах часто застосовується термін MSME (Micro, Small and Medium Enterprises). Наприклад, у деяких країнах критерії охоплюють одночасно кількість працівників, обсяги виручки або активів підприємства. За цією логікою, мікропідприємства мають до 10 працівників, малі — до 49, а середні можуть мати до 200–300 працівників, залежно від економічних умов та специфіки галузі [25].

Таким чином, хоча поняття малого, середнього та великого бізнесу існує майже в усіх країнах світу, конкретні критерії можуть значно відрізнятися між юрисдикціями, відображаючи особливості національних економік, рівень розвитку, структуру зайнятості та пріоритети регуляторної політики.

Розглянувши класифікаційні ознаки бізнесу у цілому, перейдемо безпосередньо до класифікації молодіжного бізнесу, виділяючи при цьому його особливості та специфіку. Відмітимо, що основний критерій, щодо відокремлення молодіжного бізнесу від будь-якого іншого, – це вік. Відповідно до Закону України “Про основні засади молодіжної політики” молоддю в Україні вважаються молоді особи віком від 14 до 35 років [26, с. 1]. Проте такий проміжок життя людей не є монолітним, оскільки він складається з різних етапів дорослішання людей та становлення їх як особистостей. Тож, погоджуємося із Концепцією [26, с. 1-2], в якій виділено 4 окремі групи молодих людей, відповідно до стадій їх дорослішання, і пропонуємо розширити цей підхід за рахунок можливостей конкретної групи щодо бізнесу (рис. 1.4).

Отже, узагальнюючи інформацію, наведену на рисунку 1.4, можна зробити висновок, що молодіжний бізнес має певну специфіку, у порівнянні з бізнесом більш дорослих людей і має певні особливості у класифікації.

14-17 років

- **здебільшого охоплює учнівську молодь, яка визначається з освітніми та професійними орієнтирами й набуває досвіду участі в суспільному житті**
- *Перевагами цієї групи у бізнесі* є висока адаптивність до цифрових технологій, креативність мислення, відкритість до інновацій та здатність швидко навчатися. Водночас *можливості започаткування бізнесу* є обмеженими через вікові та правові обмеження, відсутність фінансових ресурсів і підприємницького досвіду. Реалізація підприємницької ініціативи здебільшого можлива у формі навчальних стартапів, участі в молодіжних бізнес-проєктах, шкільних підприємствах, соціальних ініціативах або під наглядом законних представників. Ступінь залучення в бізнес мінімальний, можуть бути несистемні разові угоди.

18-23 роки

- **молодь зазвичай здобуває фахову передвищу або вищу освіту, поєднує навчання з початком трудової діяльності та шукає шляхи самореалізації**
- *Перевагами цієї вікової групи* є поєднання теоретичних знань із практичними навичками, висока мотивація до самозайнятості, здатність до ризику та готовність до експериментів. *Здатність до започаткування бізнесу* зростає завдяки доступу до освітніх програм, грантів, стартап-інкубаторів і державної підтримки. Найбільш поширеними *формами ведення бізнесу* є фізична особа-підприємець, стартапи у сфері IT, креативних індустрій, онлайн-послуг і соціального підприємництва.

24-28 роки

- **молодь, як правило, вже визначилася з професійними пріоритетами, але часто стикається з труднощами офіційного працевлаштування й забезпечення гідних умов праці. Частина цієї вікової групи бере участь у захисті України**
- *Перевагами цієї вікової категорії* є наявність професійних компетенцій, практичного досвіду та сформованого бачення власної справи. *Підприємницька спроможність* цієї групи є достатньо високою, оскільки молоді люди здатні ідентифікувати ринкові ніші та застосовувати набутий досвід у власному бізнесі. Найпоширенішими *формами підприємницької діяльності* є фізична особа-підприємець, товариства з обмеженою відповідальністю, малі виробничі та сервісні підприємства.

29-35 роки

- **молодь має професійний, управлінський або науковий досвід, часто потребує перекваліфікації, формує сім'ї, виховує дітей та активно залучається до суспільного життя країни, захищає незалежність, державний суверенітет та територіальну цілісність України**
- *Перевагами цієї групи у бізнесі* є стабільність, управлінські навички, стратегічне мислення та розширені соціальні й професійні зв'язки. *Здатність до започаткування бізнесу* є найвищою серед молодіжних груп, оскільки поєднує досвід, фінансову спроможність і усвідомлену мотивацію. Найбільш характерними *організаційно-правовими формами* є товариства з обмеженою відповідальністю, сімейний бізнес, соціальне підприємництво та масштабовані підприємницькі проєкти.

Рисунок 1.4 – Групування молоді за віковими особливостями та ставленням до бізнесу. Джерело: складено автором на основі: [26]

Відтак, за організаційно-правовою формою він поділяється на діяльність фізичних осіб-підприємців, приватних підприємств, товариств з обмеженою відповідальністю. Сюди можуть бути також додані специфічні форми стартапів та соціальних підприємств. За сферою економічної діяльності молодіжний бізнес може бути започаткований в будь-якій сфері, жодних обмежень цьому немає, проте здебільшого він охоплює торгівлю, сферу послуг, інформаційні технології, креативні індустрії, освіту, сільське господарство та інноваційні галузі. За масштабами діяльності молодіжні підприємства переважно належать до мікро- та малого бізнесу, що зумовлено обмеженими фінансовими ресурсами на початкових етапах розвитку. Також молодіжний бізнес може класифікуватися за рівнем інноваційності на традиційний та інноваційний, зокрема стартап-проєкти.

Усе різноманіття форм та видів молодіжного бізнесу дозволяє систематизувати та виділити ключові його функції:

– Економічна функція полягає у створенні доданої вартості, формуванні доходів молодих підприємців та наповненні бюджету через сплату податків.

– Соціальна функція реалізується через зменшення рівня безробіття серед молоді, самозайнятість та формування активної життєвої позиції.

– Інноваційна функція пов’язана з упровадженням нових ідей, технологій та бізнес-моделей, що особливо характерно для молодіжних стартапів.

– Освітня та виховна функція полягає у набутті молоддю практичних навичок управління, фінансової грамотності та підприємницького мислення.

– Водночас інституційна функція молодіжного бізнесу сприяє розвитку підприємницького середовища та формуванню кадрового потенціалу національної економіки.

Отже, молодіжний бізнес виконує важливу роль у соціально-економічному розвитку держави, поєднуючи економічні, соціальні та

інноваційні аспекти, а його підтримка є необхідною умовою сталого розвитку підприємницького сектору.

Висновки до розділу 1

У пункті 1.1 кваліфікаційної роботи магістра здійснено ретроспективний аналіз визначення сутності бізнесу та підприємництва у цілому, як двох дуже схожих за змістовним наповненням категорій. Поняття «бізнес» історично формувалося як діяльність, що вимагає уваги та зайнятості, а «підприємництво» традиційно пов’язують із готовністю до ризику та активною участю в управлінні, включаючи інновації та створення нових товарів чи послуг. Встановлено їх схожі та відмінні риси.

Окрему увагу приділено відмінностям між молодіжним бізнесом та молодіжним підприємництвом. Виокремлено, що молодіжний бізнес, хоча й часто ототожнюється з молодіжним підприємництвом, включає ширші форми та вили діяльності – від епізодичних ініціатив та разових угод до системної підприємницької діяльності у формі малих та середніх підприємств, враховуючи економічні, соціальні та інноваційні аспекти. У цілому молодіжний бізнес у роботі представлений як специфічний сектор економіки, що охоплює підприємницьку діяльність осіб віком від 14 до 35 років, спрямовану на отримання прибутку, самореалізацію та розвиток інноваційного потенціалу.

У пункті 1.2 розглянуто роль та значення молодіжного бізнесу окремо для самих представників молоді й окремо для розвитку економіки України у цілому. Виявлено, що українська молодь дуже зацікавлена та демонструє високий інтерес до започаткування власного бізнесу (основні причини: перспективи покращення доходу та отримання особистого задоволення від

реалізації власних ідей, а також прагнення до незалежності та свободи у виборі часу та місця основної діяльності). Проте, на практиці його реалізація обмежена через нестачу стартового капіталу, високі ризики та складнощі законодавчого регулювання.

Здійснено порівняння мотивів ведення бізнесу серед молоді в Україні та країнах ЄС. Зазначено, що європейська молодь відчуває більшу підтримку з боку інституцій та інститутів і має легший доступ до фінансування.

В умовах шокових процесів в економіці України та нагальної потреби до економічного відновлення саме молодіжний бізнес створює нові робочі місця, сприяє зниженню безробіття та соціальної напруги, формує навички управління, фінансів і маркетингу, підвищує адаптивність та конкурентоспроможність молоді. Крім того, молодіжне підприємництво є ключовим для відбудови економіки після кризи, стимулює патріотизм та реемігрецію, залучення до суспільного життя та демографічну стабільність, забезпечуючи стале економічне зростання та перехід України до інноваційної економіки на засадах сталого розвитку.

Пункт 1.3 присвячений класифікації та функціям молодіжного бізнесу. Відзначено, що молодіжний бізнес відрізняється насамперед віком засновників — молоді особи від 14 до 35 років. За організаційно-правовою формою він охоплює здебільшого фізичних осіб-підприємців, приватні підприємства, товариства з обмеженою відповідальністю, а також стартапи та соціальні підприємства. Акціонерні товариства та товариства з додатковою відповідальністю не є популярними серед даної вікової групи. Молодіжні підприємства переважно є мікро- та малим бізнесом і можуть функціонувати в будь-якій сфері економіки, але здебільшого обирають такі види діяльності, як: торгівлю, персональні послуги, ІТ-сферу, креативні індустрії, освіту та аграрний сектор. Також молодіжний бізнес класифікують за рівнем інноваційності, що включає традиційні та інноваційні проєкти, зокрема

стартапи, і за масштабами діяльності, залежно від кількості працівників, обсягів активів і доходу.

Щодо функцій молодіжного бізнесу, то вони охоплюють економічний, соціальний, інноваційний, освітній та інституційний аспекти. Цей вид бізнесу створює додану вартість, формує доходи та бюджетні надходження, зменшує безробіття серед молоді, сприяє розвитку підприємницького середовища та формує кадровий потенціал. Молодіжні підприємства стимулюють впровадження нових ідей, технологій та бізнес-моделей, розвивають управлінські, фінансові та соціальні навички молоді, формують активну життєву позицію і готують майбутніх лідерів економіки. Таким чином, молодіжний бізнес є важливим інструментом соціально-економічного розвитку та інноваційного зростання держави.

2 АНАЛІЗ РОЗВИТКУ МОЛОДІЖНОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ ТА СВІТІ

2.1 Поточний стан та особливості функціонування молодіжного підприємництва країн світу

Розпочнемо аналіз особливостей становлення та функціонування молодіжного підприємництва з дослідження статистичної інформації. Згідно статистики, приблизно 300 млн. молоді в віці від 18 до 30 років у всьому світі або не мають постійного місця роботи, або взагалі є безробітними. Близько 20% з них мають чудові здібності для початку власного бізнесу та, у силу різних причин, тільки 5% вирішують його розпочати [15, с. 3].

Відповідно до GEM 2024/2025 Global Report: Entrepreneurship Reality Check [27, с. 46] молодь частіше започатковує новий бізнес, ніж дорослі люди та люди без дипломів. І навпаки, люди похилого віку, як правило, тяжіють придбати вже діючий, добре налагоджений бізнес. Це може бути пов'язано з тим, що молоді люди не обтяжені сімейними обов’язками, які можуть перешкоджати їм започатковувати нову підприємницьку діяльність, так само й не сильно переймаються через можливі втрати від цього нового бізнесу. Натомість, люди похилого віку, ймовірно, мають кращий доступ до ресурсів та більше часу для підтримки вже існуючого бізнесу, а також вони не схильні до високого ступеня ризику.

Рисунок 2.1 ілюструє відсоток молоді віком 18–34 та дорослих віком 35–64 років, які започатковують новий бізнес в різних країнах світу.

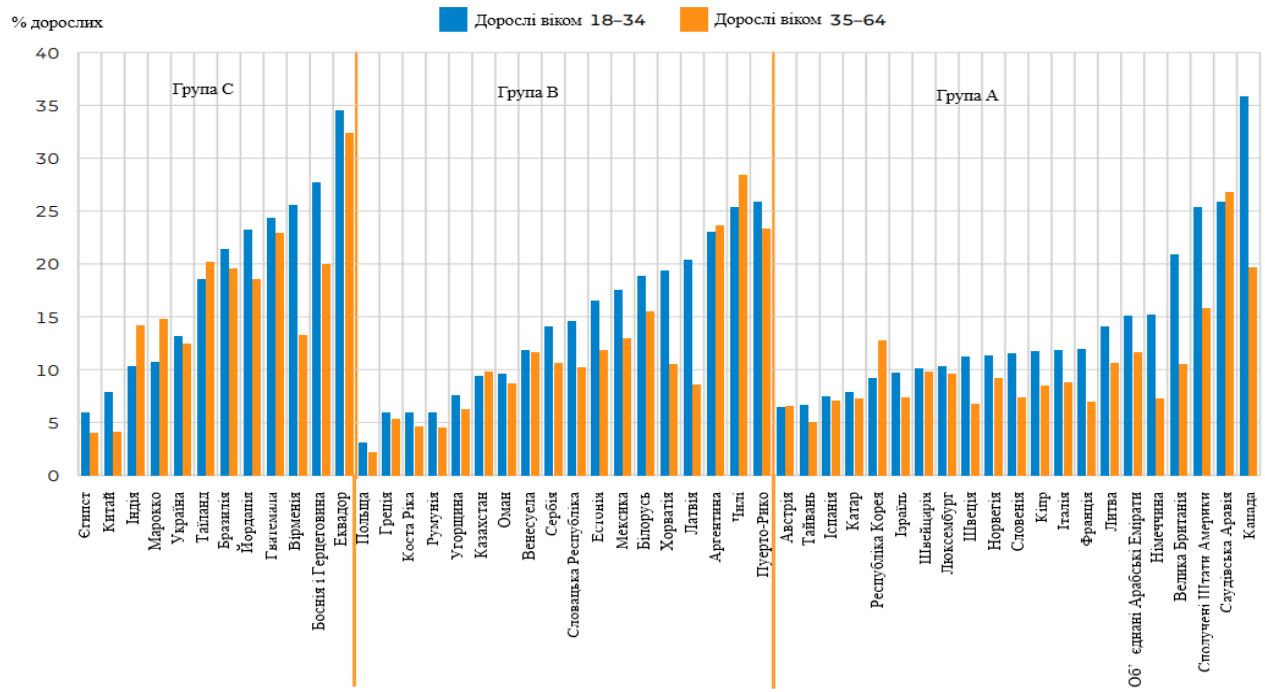


Рисунок 2.1 – Частка молоді та більш дорослих людей, які започатковують бізнес в різних країнах світу.

Джерело: [27, с. 46]

Дані Глобального звіту GEM 2024/2025 демонструють, що з 51 досліджуваної економіки 42 мають вищу частку молодих людей, ніж людей більш дорослого віку, які започатковують або керують новостворюваним бізнесом.

Найбільший абсолютний розрив спостерігається в Канаді, де 36% молодих людей започатковують або керують новим бізнесом, порівняно з лише 20% людей дорослішого віку, за нею йдуть Вірменія та Латвія. Лише у двох економіках частка молодих людей, які розпочинають новий бізнес, вдвічі вища, ніж серед старшого населення: Латвія та Німеччина.

Що стосується України, то вона, по-перше, за показниками 2024 р. потрапила в групу країн С з ВВП на душу населення менше за 25 тис. дол., по-друге, показники її ділової активності серед інших учасників групи не досягають середнього значення у 17%. Тим не менш активність молоді в Україні у відносному значенні перевищує показники таких розвинених країн

світу, як: Франція, Італія, Словенія, Швеція та інші, проте все ще відстає від показників США, Канади, Саудівської Аравії тощо.

Відносна низька ділова активність в країнах ЄС може бути пояснена значним рівнем стабільності економіки, високим рівнем соціального захисту найманих працівників, роботою профспілок та у цілому достатньо високим рівнем оплати праці, що не сприяє активізації підприємництва та не перевищує вигоди від ведення власної справи над тим ризиком, який зазвичай несуть бізнесмени.

Лише в дев'яти з аналізованих країн новий бізнес відносно частіше започатковується більш дорослими людьми, ніж молоддю. Цю тенденцію можна пояснити певними традиціями та поглядами щодо ролі молоді у суспільстві. Відтак, й Індія, й Південна Корея, й Марокко, й Саудівська Аравія мають специфічне поєднання економічних, культурних та правових факторів (рис. 2.2).

Доступ до капіталу та ресурсів:

- У багатьох із цих країн фінансові системи консервативні. Молодші люди часто не мають кредитної історії або застави для отримання позик. Старші підприємці мають накопичений капітал та стабільне фінансове становище.

Культура ієрархії та «сімейних імперій»:

- В Індії та Саудівській Аравії бізнес часто базується на сімейних моделях, де контроль залишається в руках старших членів родини. Повага до віку та досвіду є ключовим культурним аспектом, що робить старших засновників більш «легітимними» в очах партнерів та інвесторів.

Професійний досвід та мережа зв'язків (Netwoking):

- У Південній Кореї та Марокко успіх часто залежить від особистих зв'язків і глибокого знання ринку, які здобуваються роками роботи в корпоративному секторі. Досвідчені засновники краще справляються з ризиками та вирішенням проблем.

Правові обмеження:

- У деяких країнах існують мінімальні вікові вимоги для реєстрації бізнесу або підписання контрактів (зазвичай 18 років, але фактично самостійність приходить пізніше).

Освіта та соціальний тиск:

- Молодь у Південній Кореї чи Індії часто перебуває під тиском необхідності здобути вищу освіту та стабільну роботу в великих корпораціях (як-от Samsung чи індійські держструктури). Підприємництво розглядається як ризикований крок, на який наважуються вже після досягнення певної стабільності

Рисунок 2.2 – Систематизація причин щодо меншої ділової активності серед молоді в Індії, Південній Кореї, Марокко, Саудівській Аравії

Джерело: побудовано автором

Якщо аналізувати такий показник як володіння вже діючими підприємствами, то виявляється зовсім інша картина: більш дорослі люди (віком 35–64 років) набагато частіше є власниками бізнесів, ніж молодь (віком 18–34 років). Це продемонстровано на рисунку 2.3.

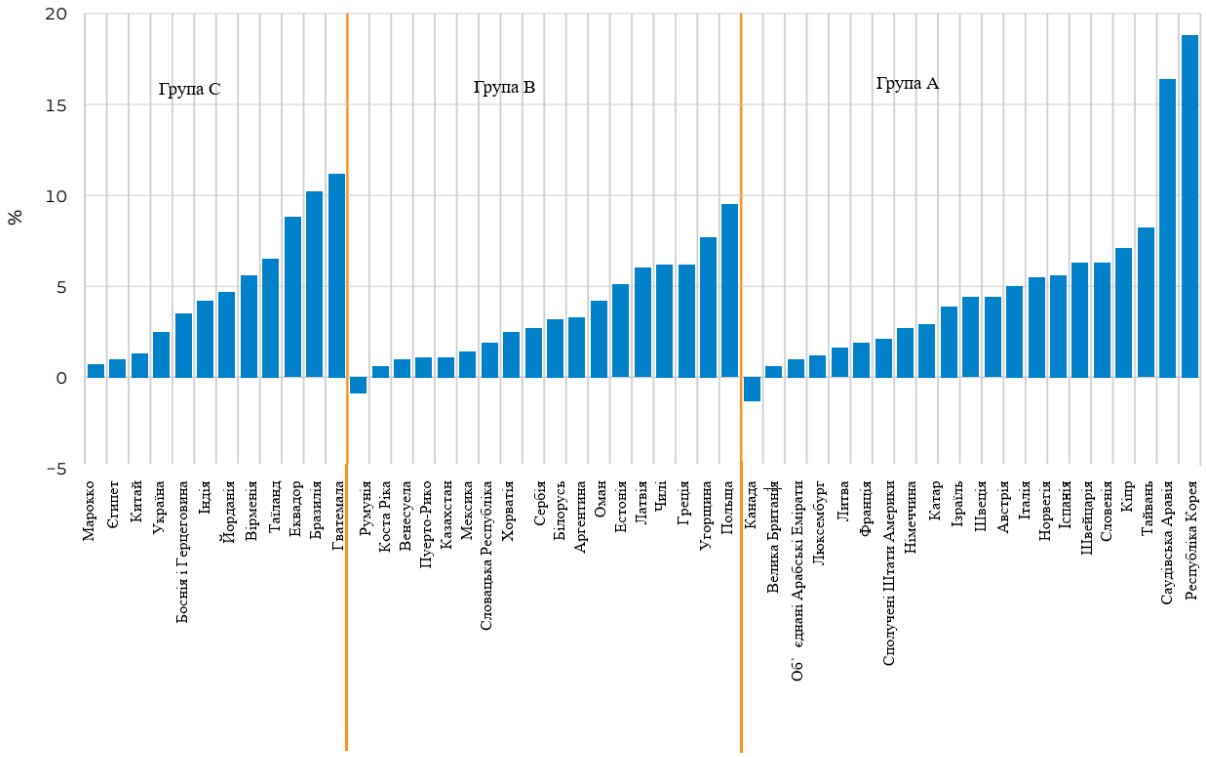


Рисунок 2.3 – Різниця між показниками володіння бізнесом серед людей старшого та молодшого віку, % (% підприємців віком 35–64 років мінус % підприємців віком 18–34 років)

Джерело: [27, с. 48]

Дані рисунку 2.3 демонструють, що лише у двох економіках (Румунія та Канада) молодь частіше володіє діючим бізнесом, ніж люди дорослішого віку. Ще у чотирьох економіках, на чолі з Республікою Корея та Саудівською Аравією, частка людей дорослішого віку, які володіють діючими підприємствами, на 10 та більше відсоткових пунктів є вищою, ніж відповідна частка серед молоді.

В Україні, як і в більшості європейських країн, різниця між показниками

володіння бізнесом серед людей старшого та молодшого віку менше 5 %. Основні причини, чому молодь програє у «статистиці володіння діючим бізнесом» полягають у такому:

– Фінансовий бар'єр: Молоді люди рідко мають значні заощадження. Банки та інвестори вважають їх «ризикованими позичальниками» через відсутність кредитної історії та застави (нерухомості чи активів). Дорослі люди мають власний капітал для старту. У ЄС 73% молодих людей (15-30 років) повідомили у 2022 році, що вони не мають достатньо фінансових ресурсів, щоб бути самозайнятими, або що фінансові ризики занадто великі [28, с. 9].

– Відсутність мережі зв'язків (Networking): У бізнесі важливо не лише що ти знаєш, а й кого. Старші підприємці за 10–20 років кар'єри обростають надійними постачальниками, клієнтами та менторами. У молоді цей ресурс зазвичай обмежений однолітками.

– Брак управлінського досвіду: Володіння бізнесом — це не лише ідея, а й менеджмент, податки, юридичні тонкощі та вміння працювати з кадрами. Люди 35+ років часто приходять у власний бізнес після роботи найманими топменеджерами, маючи готову базу навичок.

– Страх перед невдачею та соціальний тиск: Молодь часто зосереджена на здобутті освіти або першому кар'єрному досвіді. Провал бізнесу в 20 років без «фінансової подушки» сприймається болючіше, ніж у 40, коли є певний тил.

– Різниця між «стартапом» і «діючим бізнесом»: Молодь часто створює інноваційні проєкти (стартапи), багато з яких закриваються в перші два роки. Люди старшого віку частіше відкривають традиційний, перевірений бізнес, який має вищі шанси на виживання та тривале функціонування.

Таким чином, хоча молодь частіше генерує ідеї, дорослі мають більше інструментів, щоб перетворити ці ідеї на стабільний бізнес, який працює роками. Останні опитування показують [28, с. 9], що 39% молоді (15-30 років)

хотіли б бути самозайнятими, ніж бути найманим працівником. Проте лише 7% молодих людей (20-29 років) у ЄС були самозайнятими у 2022 році, і показники були подібними в країнах ОЕСР у цілому. Це свідчить про те, що серед молоді в усіх країнах світу продовжує існувати невикористаний підприємницький потенціал.

Незважаючи на те, що у країнах ЄС наявний нереалізований підприємницький потенціал серед молоді (20-29 років), у 2022 році молоді люди створили щонайменше 350 000 робочих місць для інших людей і майже кожна п'ята самозайнята молода людина мала принаймні одного найманого працівника [28, с. 10].

Дані статистичної бази Євростату (Eurostat) [29] дозволяють проаналізувати в динаміці кількість підприємств, які започатковані молоддю (15 – 39 років) в окремих країнах та у цілому по ЄС (табл. 2.1).

Таблиця 2.1 – Динаміка кількості підприємств, які започатковані молоддю (15 – 39 років) в окремих країнах та у цілому по ЄС, тис. осіб

	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Європейський Союз - 27 країн (з 2020)	72 999,8	70 495,3	71 304,2	73 154,5	73 806,7	74 265,1
Болгарія	1 003,9	930,2	904,7	916,8	896,6	877,6
Чехія	1 764,9	1 677,4	1 647,5	1 592,2	1 568,8	1 556,7
Німеччина	16 315,3	16 068,5	15 864,6	16 361,0	16 601,4	16 820,6
Естонія	250,4	238,0	245,1	257,6	259,3	253,2
Франція	10 628,0	10 358,5	10 664,6	10 936,5	11 039,2	11 071,7
Латвія	338,8	317,8	305,0	314,9	306,8	295,3
Литва	499,0	486,2	500,4	509,1	511,3	526,3
Угорщина	1 653,3	1 552,8	1 642,5	1 640,6	1 635,4	1 642,1
Польща	6 619,2	6 431,3	6 387,5	6 262,2	6 140,7	6 012,2
Румунія	2 832,0	2 726,5	2 703,0	2 661,1	2 513,4	2 601,4
Словачина	960,0	905,6	918,3	911,7	890,6	883,1
Фінляндія	1 021,0	990,3	1 008,8	1 048,3	1 050,9	1 035,6
Швеція	2 137,4	2 082,1	2 080,4	2 192,6	2 212,5	2 178,2
Туреччина	12 050,3	11 453,4	12 209,9	13 017,2	13 524,3	13 736,3

Джерело: побудовано автором на основі даних [29]

Аналізуючи дані таблиці 2.1, можна виділити загальну тенденцію до помірного зростання кількості молодіжних підприємств по країнам ЄС за

аналізований період 2019 – 2024 рр. на 2% від ~73 000 до ~74 265 одиниць. Зростання відбулося навіть попри економічні потрясіння (COVID-19, глобальна невизначеність), що вказує на тенденцію відновлення / адаптації молоді до умов бізнес-середовища.

Серед аналізованих країн протягом досліджуваного періоду найбільше зростання молодіжного підприємництва відбулося у Франції – 4%, Литві – 5%, Німеччині – 3%. Це може бути пов'язане з програмами підтримки малих підприємств та розвинутою культурою старт-апів. Також слід відмітити, що у сумі Франція та Німеччина забезпечили приріст молодіжного підприємництва в країнах ЄС на 75%, тобто саме в цих країнами за 6 років новими роботодавцями стали майже 950 тис. осіб молодого віку. Інші країни (Естонія, Фінляндія, Швеція) демонстрували зовсім незначне зростання кількості підприємств, заснованих молоддю в межах 1-2%.

В таких країнах як: Болгарія, Чехія, Польща, Румунія, Латвія, Угорщина, Словаччина спостерігався від'ємний приріст кількості новостворених підприємств, заснованих молоддю. Найбільше скорочення відбулося в Польщі – мінус 607 тис. підприємств; Чехії – мінус 208 тис.; Румунії – мінус 230 тис. Така тенденція може вказувати на зростання бар'єрів для молоді або зниження привабливості підприємництва у даний період через високий ступінь невизначеності у світовій економіці та військових стан в Україні, яка має тісні зв'язки із зазначеними країнами.

Окремої уваги заслуговує аналіз Туреччини, як країни-кандидата на вступ до ЄС. Показово, що приріст кількості підприємств, заснованих молоддю, в даній країні є вищим в абсолютному значенні за аналізований період від загального приросту по ЄС, а саме + 1 686,0 тис. проти + 1 265,3 тис. підприємств. У відносному значенні також Туреччина продемонструвала найвище серед аналізованих країн зростання у 14%. Така ситуація в Туреччині може бути пояснена тим, що молодь масово йде в бізнес не лише "за покликанням", а й "за необхідністю", і це сильно прискорює динаміку.

У Туреччині значно молодше населення, ніж у країнах ЄС. Частка людей віком 15–39 років суттєво вища, ніж у більшості європейських держав. Як наслідок, більше молоді – більше потенційних підприємців. У ЄС населення старіє, тому "пул" молодих засновників бізнесу звужується.

У багатьох країнах ЄС молодь має альтернативи: або стабільна зайнятість, соціальні гарантії, допомоги, гранти; або ризик бізнесу менш привабливий. У Туреччині навпаки: вище молодіжне безробіття; нестача добре оплачуваних робочих місць; слабші соціальні "подушки". Тому бізнес часто стає єдиним способом доходу, а не просто самореалізацією.

Крім того, в Туреччині нижчі бар'єри входу в бізнес порівняно з ЄС, а саме: дешевше відкрити власну справу; менше регуляторних вимог для дрібного бізнесу; великий сегмент мікропідприємств і самозайнятості.

Вважаємо за доцільне проаналізувати у виділених країнах і динаміку кількості самозайнятих осіб (Табл. 2.2).

Таблиця 2.2 – Динаміка кількості самозайнятих людей молодого віку, (15 – 39 років) в окремих країнах та у цілому по ЄС, тис. осіб

	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Європейський Союз - 27 країн (з 2020)	7 599,7	7 500,1	7 327,1	7 619,6	7 671,2	7 656,5
Болгарія	76,6	71,0	66,2	66,0	68,3	79,9
Чехія	257,7	247,1	244,9	241,8	245,2	246,2
Німеччина	768,0	722,6	660,9	692,9	708,8	697,3
Естонія	24,3	22,1	21,3	19,0	22,0	27,2
Франція	974,4	1 046,3	1 109,4	1 212,4	1 203,0	1 259,3
Латвія	31,6	34,0	33,2	33,7	32,2	33,1
Литва	55,0	56,4	56,3	61,0	64,6	60,8
Угорщина	126,1	142,2	147,1	156,6	151,1	139,7
Польща	1 035,5	1 070,9	1 107,0	1 123,6	1 134,9	1 073,8
Румунія	427,2	409,2	309,8	307,7	274,8	289,5
Словачина	144,7	145,4	151,2	143,0	139,8	133,9
Фінляндія	92,7	92,6	95,8	88,4	88,5	81,6
Швеція	118,2	107,6	109,9	114,0	123,1	111,1
Туреччина	1 833,5	1 681,7	1 815,0	1 970,7	2 056,5	2 045,6

Джерело: побудовано автором на основі даних [29]

У 2019–2024 рр. кількість самозайнятих осіб молодого віку (15–39 років) у ЄС-27 залишалася відносно стабільною, коливаючись у межах 7,3–7,7 млн осіб. У 2020–2021 рр. спостерігається спад (до 7 327,1 тис.), що пов'язано з пандемією COVID-19 та скороченням економічної активності. Починаючи з 2022 року, відбувається відновлення самозайнятості, з піком у 2023 році (7 671,2 тис.). У 2024 році показник дещо знижується, але загалом залишається вище докризового рівня 2021 року. Це свідчить про стійкість самозайнятості серед молоді в ЄС, але без вираженого довгострокового зростання.

Серед аналізованих країн за цим показником Франція продемонструвала найвище зростання протягом 2019 – 2024 рр., а саме на 29% або на майже 285 тис. самозайнятих осіб. Що підтверджує попередньо виявлені тенденції.

На противагу до даних по кількості підприємств кількість самозайнятих серед молоді в Німеччині скорочується, і суттєво – на 9%, в Польщі навпаки зростає – на 4%. В Німеччині це може бути свідченням того, що фізичні особи-підприємці або закривають діяльність, або масштабуються та перетворюються на підприємства, змінюючи тим самим форму організації бізнесу. У Польщі ж самозайнятість часто є: альтернативою найманій праці, способом оптимізації податків, формою фрилансу та контрактної роботи. Молодь частіше реєструється як ФОП, не створюючи окреме підприємство. Крім того, це може бути способом оптимізації оподаткування серед роботодавців та молоддю. Оскільки, роботодавці пропонують контракти не через трудовий договір, а через самозайнятість. Це різко збільшує кількість самозайнятих, але не збільшує кількість підприємств.

У цілому аналіз самозайнятості серед молоді (табл. 2.2) також показує схожу специфіку до попередніх даних (табл. 2.1). Країни Західної Європи тяжіють до: найманої зайнятості, скорочення самозайнятих серед молоді. Країни Центральної та Східної Європи показують неоднорідну динаміку, часто залежну від економічних циклів. Туреччина суттєво випереджає країни ЄС за масштабами та темпами зростання молодіжної самозайнятості.

2.2 Аналіз потенціалу розвитку молодіжного бізнесу в Україні в умовах війни та євроінтеграції

Війна значно змінила економічне середовище України, що вплинуло на всі аспекти зайнятості та підприємництва, зокрема серед молоді. За даними дослідження, повномасштабна війна спричинила значне падіння рівня підприємництва: у перші місяці (березень-квітень 2022) працювало лише близько 57% малих та середніх підприємств (МСП). Хоча до 2023-2025 років ситуація стабілізувалася — функціонує близько 85% бізнесів, вони працюють у режимі адаптації, зі зниженою рентабельністю та виробництвом порівняно з довоєнним рівнем [30].

Перш ніж досліджувати потенціал розвитку молодіжного бізнесу в Україні, проаналізуємо, як змінилася демографічна ситуація в Україні в умовах війни. Слід зазначити, що під час воєнного стану Держкомстат не публікує оновлену інформацію за великою кількістю показників, у тому числі й демографічних. Тим не менш, оперуючи даними різних демографічних досліджень та повідомлень [30], було встановлено, що у 2022 році молодих людей було близько 9,969 млн, а у 2024 році їх стало приблизно 7,654 млн. Отже, відбулося скорочення більш ніж на 2,3 млн осіб або на 21 % (рис. 2.4). Враховуючи основі тенденції війни та демографічні прогнози, можна очікувати й подальше зниження даного показника аж до 2030 року.

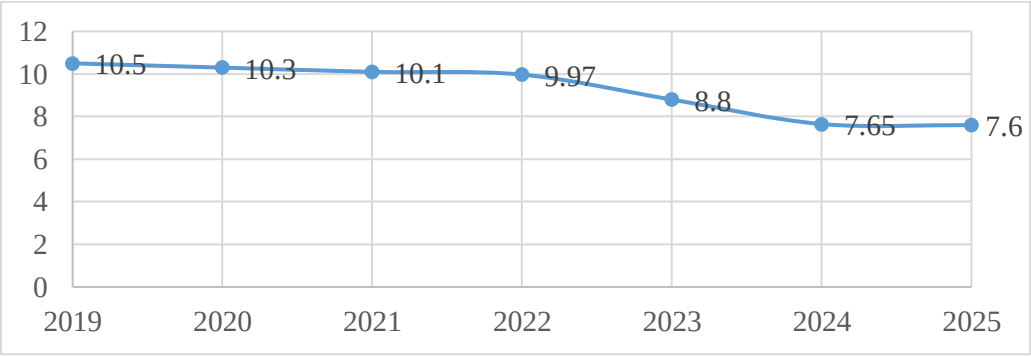


Рисунок 2.4 – Кількість молоді в Україні протягом 2019-2025 рр., млн осіб

Джерело: побудовано автором на основі даних [31]

Основними причинами скорочення молоді виступає поєднання низької народжуваності, старіння населення, міграції (втеча від війни) та бойових дій.

Найбільшою групою молоді у 2022 році були особи 30–34 років (32%), а найменшою — 20–24 роки (19,2%). Гендерний розподіл (2022): 51,3% — чоловіки, 48,7% — жінки. Вищою часткою молоді відрізнялися західні області (Волинська, Закарпатська, Львівська та ін.) та місто Київ.

Виявлені особливості значно обмежують можливості відтворення населення та майбутній економічний розвиток країни. У цілому втрата молоді складає колосальну втрату для демографічного потенціалу країни, попри попередні спроби адаптації вікових меж у допандемійний період. Як вже було нами встановлено раніше, саме молодь (15–39 років) є важливим ресурсом для відновлення економіки та становлення малого бізнесу; молоді люди часто готові ризикувати, впроваджувати інновації та створювати стартапи.

Враховуючи дані рисунку 2.1 (а саме: в Україні приблизно 13% молодих людей у 2024 р. створюють власний бізнес) та рисунку 2.4 можна побудувати приблизний графік (рис. 2.5), який буде демонструвати динаміку кількості молодіжного бізнесу в Україні (спираючись на припущенні, що суттєвої зміни у відсотках за аналізований період не відбулося).

Дані рисунку 2.5 демонструють втрати кількості бізнесменів серед молоді у приблизно 380 тис. осіб.

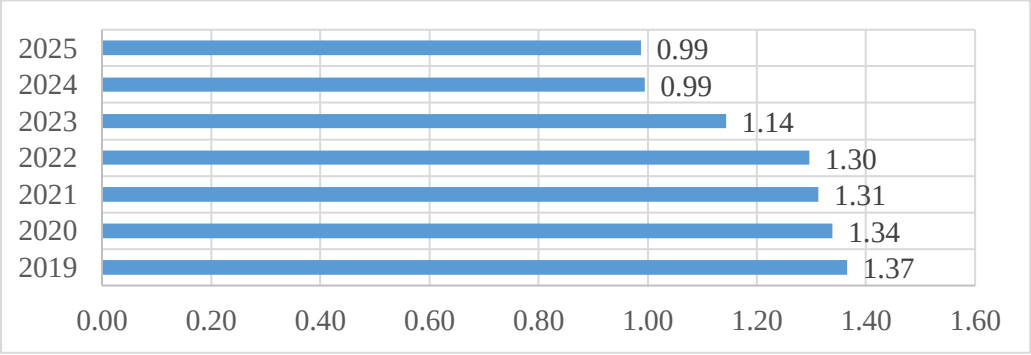


Рисунок 2.5 – Кількість молоді в Україні, які протягом 2019-2025 рр. займалися бізнесом, млн. осіб

Джерело: побудовано автором на основі даних [27, с. 46; 31]

Аналіз ділової активності серед молоді за галузями [32] дозволяє виділити такі особливості:

– молоді українці найчастіше планують бізнес у торгівлі (18 %) і ІТ/онлайн-комерції (14 %) — це пов’язано з гнучкістю цих секторів в умовах війни;

– менш привабливі сектори — освіта, наука, інженерія, маркетинг та фінансові послуги, через відсутність фінансування та ринкових можливостей.

Це відображає практичну орієнтацію молоді на ті бізнес-моделі, які можуть працювати навіть в умовах війни та невизначеності.

Аналізуючи несприятливі чинники, які гальмують розвиток молодіжного бізнесу, виділимо дві найсуттєвіші їх групи:

– економічні ризики. Війна призводить до нестабільності попиту, дефіциту ресурсів та зниження платоспроможності споживачів. Підприємці часто працюють в «режимі виживання», орієнтуючись на поточні потреби, а не на масштабування бізнесу [30];

– інституційні обмеження. Недостатня інфраструктура підтримки стартапів. Обмежений доступ до фінансування на ранніх стадіях. Складна система правового захисту [11].

Ці бар’єри суттєво обмежують потенціал молоді започатковувати нові бізнес-моделі, особливо в інноваційних та технологічних секторах.

Для кращого вивчення потенціалу розвитку молодіжного бізнесу в Україні в умовах війни та євроінтеграції скористаємося PESTEL-аналізом, який являє собою стратегічний інструмент для оцінки зовнішніх факторів, що впливають на бізнес: політичних (P), економічних (E), соціальних (S), технологічних (T), екологічних (E) та правових (L); дозволяє одночасно виявити ризики, можливості та тенденції. Він допомагає зрозуміти макросередовище, передбачити зміни ринку та прийняти кращі управлінські рішення. (табл. 2.3).

Таблиця 2.3 – PESTEL-аналіз розвитку молодіжного підприємництва в Україні

Сприяють	Стримують
P — Political (політико-правові фактори)	
Курс на євроінтеграцію → гармонізація законодавства з нормами ЄС, покращення бізнес-клімату в середньостроковій перспективі.	Воєнний стан: підвищені ризики, обмеження діяльності в прифронтових регіонах.
Державні та міжнародні програми підтримки (гранти, мікрофінансування, EU4Youth, UNDP, USAID), орієнтовані саме на молодь, ВПО, ветеранів.	Залежність від зовнішньої фінансової підтримки.
Спрощення реєстрації ФОП, цифровізація послуг (Дія) — низький бар'єр входу в бізнес для молоді.	Обмежені бюджетні ресурси на довгострокові програми.
E — Economic (економічні фактори)	
Високе безробіття серед молоді → підприємництво як альтернатива найманій праці.	Низька купівельна спроможність населення
Розвиток цифрової економіки, онлайн-бізнесу, фрилансу, IT-послуг з низькими стартовими витратами.	Складний доступ до кредитів, особливо для молоді без застави та кредитної історії
Орієнтація на експорт послуг (EU market, remote-work)	Загальна економічна нестабільність, інфляційні ризики
S — Social (соціальні фактори)	
Висока мотивація молоді до самореалізації та незалежності	Масова міграція молоді за кордон, "витік мізків"
Підвищений рівень громадянської відповідальності та патріотизму → розвиток соціального підприємництва	Психологічне виснаження, травматичний досвід війни
Адаптивність молоді до змін, готовність працювати в нестабільних умовах	Зниження довіри до довгострокового планування
T — Technological (технологічні фактори)	
Високий рівень цифровізації (онлайн-платежі, маркетплейси, соцмережі)	Руйнування інфраструктури (енергетика, зв'язок у певних регіонах)
Широкий доступ до онлайн-освіти, акселераторів, бізнес-інкубаторів	Дефіцит практичних бізнес-навичок у частини молоді
Потужний IT-сектор, який залишається конкурентним навіть під час війни	Обмежений доступ до високотехнологічного обладнання
E — Environmental (екологічні фактори)	
Попит на зелений бізнес, екоінновації, циркулярну економіку (вимоги ЄС).	Екологічні збитки війни (забруднення ґрунтів, води)
Можливості для молоді у сферах відновлюваної енергетики, переробки, агроінновацій	Висока вартість "зелених" технологій
Післявоєнна відбудова орієнтується на принципи сталого розвитку.	Недостатня екологічна культура частини споживачів

Продовження таблиці 2.3

L — Legal (правові фактори)	
Гармонізація законодавства з нормами ЄС.	Нестабільність податкової та регуляторної політики.
Спрощене оподаткування для ФОП.	Недостатній рівень правової обізнаності молодих підприємців.
Захист цифрових прав, електронні контракти	Слабкий захист прав власності в умовах війни.

Джерело: розроблено автором

Узагальнюючи дані таблиці 2.3 виділимо ключові висновки по кожному з аспектів:

– політичні фактори (зокрема війна) водночас обмежують короткостроковий розвиток, але створюють стратегічні можливості через євроінтеграцію;

– економічні умови стимулюють малий і мікробізнес, але обмежують масштабування;

– соціальні фактори є одним з головних драйверів молодіжного бізнесу (через високий ступінь патріотизму та самосвідомості), попри значні демографічні втрати;

– технологічні фактори суттєво підсилюють потенціал молодіжного підприємництва в Україні, особливо в онлайн-сферах;

– екологічні фактори створюють нові ніші для розвитку “зеленого” бізнесу попри значні фінансові потреби на реалізацію екологічних проєктів;

– правові фактори створюють умови для спрощення старту бізнесу, але підсилюють регуляторну нестабільність.

PESTEL-аналіз показує, що молодіжне підприємництво в Україні розвивається всупереч, а не завдяки умовам війни, спираючись на соціальну мотивацію та технологічні можливості. Політичний вектор на ЄС, цифрова трансформація та «зелений перехід» створюють міцний фундамент для післявоєнного зростання, тоді як економічні та безпекові фактори стримують розвиток у короткостроковій перспективі.

2.3 Порівняльний аналіз самозайнятості серед молоді в Україні, Польщі та Німеччині

У пункті 2.1 було приділено увагу загальному аналізу самозайнятості в окремих країнах ЄС та Туреччини. Вважаємо за доцільне зупинитися на аналізі саме цього аспекту молодіжного бізнесу в Україні, порівнюючи його з Польщею, як країною, яка має спільний кордон з Україною та спільне історичне минуле, а також з Німеччиною – найбільш розвиненою країною ЄС за різноманітними показниками та параметрами. Порівняння дозволить з'ясувати, як рівень розвитку економіки та інституцій впливає на рішення молоді обирати самозайнятість, а також виявити позитивний досвід для подальшої його імплементації під час повоєнної відбудови України.

Відтак, систематизуємо загальну характеристику типу економіки, ринку праці, стану розвитку інституцій та соціального захисту, які у сукупності впливають на вибір молоді щодо самозайнятості (табл. 2.4).

Таблиця 2.4 – Порівняння ролі та динаміки самозайнятості із врахуванням особливостей розвитку економіки, ринку праці та соцзахисту

Характеристики	**Країни**		
	Україна	**Польща**	**Німеччина**
Тип економіки	транзитивна	розвинена	розвинена
Ринок праці	гнучкий, часто неформальний	гнучкий, формалізований	регульований, бюрократизований
Соцзахист	слабкий	середній	високий
Роль; динаміка самозайнятості	системна; ↑/стабільно висока	системна; ↑ самозайнятих	тимчасова/маргінальна; ↓ самозайнятих
Мотивація молоді до самозайнятості	виживання, додаткові доходи	гнучкість, самореалізація	стабільність, кар'єра
Бар'єри для відкриття ФОП	низькі	низькі	високі
Формальна реєстрація	обов'язкова	розповсюджена	часто неформальна

Джерело: побудовано автором, враховуючи статистичні дані [29; 33]

Узагальнюючи інформацію з табл. 2.4, можна стверджувати, що динаміка самозайнятості молоді в Україні, Польщі та Німеччині визначається насамперед особливостями національних ринків праці та інституційного середовища. У Німеччині скорочення самозайнятості серед молоді пояснюється привабливістю стабільної найманої роботи, високим рівнем соціального захисту та значними податковими й адміністративними навантаженнями для самозайнятих. У таких умовах підприємницька діяльність поступається класичній моделі найманої праці.

Розглядаючи мотивацію та бар'єри для відкриття ФОПів серед молоді, можна зазначити, що в Німеччині самозайнятість має переважно усвідомлений і вибірковий характер. Молоді люди обирають самозайнятість здебільшого в окремих висококваліфікованих сферах (консалтинг, IT, креативні індустрії), однак і тут вона менш поширена, ніж наймана праця. Сильний соціальний захист і стабільні умови зайнятості зумовлюють тенденцію до переходу від самозайнятості до формальної найманої роботи, що свідчить про високу якість робочих місць у найманому секторі.

Натомість у Польщі та Україні самозайнятість відіграє значно важливішу роль у зайнятості молоді, хоча має різну природу. У Польщі її зростання зумовлене гнучкістю ринку праці, поширенням B2B-контрактів і відносно сприятливими умовами для малого бізнесу, що робить самозайнятість економічно вигідною та легальною формою роботи. В Україні ж самозайнятість часто має вимушений характер, пов'язаний із нестачею якісних робочих місць, низькими доходами та слабким соціальним захистом, що посилюється воєнними викликами. Це свідчить про необхідність трансформації самозайнятості з механізму виживання на інструмент сталого економічного розвитку.

Порівняльний аналіз ролі та динаміки самозайнятості із врахуванням особливостей розвитку економіки, ринку праці та соцзахисту Польщі та Німеччини дозволяє виділити сильні та слабкі сторони України в цьому

напрямі, а також окреслити ключові можливості та загрози для майбутнього розвитку. Для цього скористаємося таким інструментом як SWOT-аналіз (рис. 2.6).

S — Strengths (Сильні сторони)

- Висока адаптивність молоді до нестабільних умов ринку праці та кризових викликів.
- Низький поріг входу в самозайнятість (спрощена система оподаткування, ФОП).
- Розвинений цифровий потенціал: IT, фриланс, онлайн-послуги, креативні індустрії.
- Підприємницька мотивація з необхідності, що стимулює самостійний пошук доходів.
- Гнучкість форм зайнятості, можливість поєднання роботи, навчання та міграції.

W — Weaknesses (Слабкі сторони)

- Вимушений характер самозайнятості для значної частини молоді через брак якісних робочих місць.
- Низька фінансова стійкість молодіжного мікробізнесу.
- Обмежений доступ до фінансування (кредити, інвестиції, гранти).
- Низький рівень соціального захисту самозайнятих осіб.
- Висока частка неформальної зайнятості та тіньових доходів.
- Недостатній рівень бізнес-освіти та управлінських навичок.

O — Opportunities (Можливості)

- Євроінтеграція України та адаптація кращих європейських практик (зокрема польських).
- Післявоєнна відбудова, що створюватиме попит на послуги, малі бізнеси, локальні ініціативи.
- Розвиток цифрової економіки та дистанційної роботи на міжнародні ринки.
- Міжнародні грантові програми та донорська підтримка молоді.
- Інституційне посилення політики зайнятості молоді на державному та регіональному рівнях.

T — Threats (Загрози)

- Тривала війна та економічна нестабільність, що підвищують ризики ведення бізнесу.
- Міграція активної молоді до країн ЄС, зокрема Польщі та Німеччини.
- Зростання податкового та регуляторного навантаження у майбутньому.
- Конкуренція з європейськими фрілансерами та компаніями на відкритих ринках.
- Ризик закріплення самозайнятості як форми виживання, а не розвитку.

Рисунок 2.6 – SWOT-аналіз самозайнятості серед молоді в Україні

Джерело: побудовано автором

Таким чином, самозайнятість серед молоді в Україні має значний потенціал, проте нині часто виконує адаптаційну, а не інноваційну функцію. Реалізація можливостей євроінтеграції, післявоєнної відбудови та цифрової трансформації здатна перетворити її на стійкий інструмент економічного зростання, за умови зменшення інституційних слабкостей і мінімізації зовнішніх загроз.

Враховуючи результати SWOT-аналізу Україна може використати досвід Польщі та Німеччини для стимулювання самозайнятості серед молоді. Перш за все, Україні доцільно скористатися практикою Польщі щодо спрощення та заохочення формальної реєстрації самозайнятих осіб серед молоді. Це передбачає подальше зменшення адміністративних бар'єрів, цифровізацію всіх процедур відкриття та ведення діяльності, а також запровадження пільгових режимів на стартовому етапі (знижені податки та соціальні внески в перші роки діяльності). Такий підхід стимулюватиме легалізацію молодіжної самозайнятості та зменшить частку тіньової зайнятості.

По-друге, з урахуванням німецького досвіду, важливо підвищити рівень соціального захисту самозайнятої молоді. Йдеться про розширення доступу до медичного страхування, пенсійних накопичень та програм підтримки доходів у разі тимчасової втрати роботи. Це зменшить ризики підприємницької діяльності та зробить самозайнятість не лише вимушеним кроком, а свідомим і довгостроковим вибором для молоді.

По-третє, Україні варто активніше інвестувати в освітню та консультаційну інфраструктуру підтримки молодіжного підприємництва, орієнтуючись на практики Польщі й Німеччини у сфері бізнес-інкубаторів, менторських програм і дуальної освіти. Поєднання навчання з практикою, розвиток фінансової грамотності та управлінських навичок дозволять підвищити якість самозайнятості й сприятимуть трансформації мікродіяльності у стійкі малі бізнеси.

Нарешті, зважаючи на євроінтеграційний курс, Україна має сприяти інтернаціоналізації самозайнятості молоді, зокрема через доступ до ринків ЄС, участь у спільних програмах, грантах і цифрових платформах. Використання польського досвіду інтеграції у європейський простір та німецьких стандартів якості й регулювання дозволить українській молоді перейти від локальної, часто нестабільної самозайнятості до конкурентоспроможної діяльності на міжнародному рівні.

Висновки до розділу 2

У результаті аналізу міжнародного досвіду у пункті 2.1 встановлено, що молодь у світі загалом демонструє вищу схильність до започаткування нового бізнесу порівняно зі старшими віковими групами, однак значно рідше володіє стабільними, діючими підприємствами. Це пояснюється фінансовими обмеженнями, браком управлінського досвіду, слабшими мережами контактів та вищими ризиками для молодих підприємців.

Дані GEM і Eurostat підтверджують наявність значного нереалізованого підприємницького потенціалу серед молоді, особливо в країнах ЄС, де стабільність ринку праці та високий рівень соціального захисту знижують мотивацію до підприємницького ризику. Водночас Туреччина демонструє високі темпи зростання молодіжного підприємництва та самозайнятості, що зумовлено демографічною структурою населення, нижчими бар'єрами входу в бізнес і вимушеним характером підприємницької активності.

Аналіз динаміки молодіжних підприємств і самозайнятості в країнах ЄС виявив структурні відмінності між Західною, Центральною та Східною Європою. У Німеччині спостерігається скорочення самозайнятості серед молоді на тлі зростання кількості підприємств, що свідчить про трансформацію самозайнятих у більш формалізовані бізнес-структури або

перехід до стабільної найманої праці. У Польщі, навпаки, зростання самозайнятості супроводжується скороченням кількості підприємств, що пояснюється поширенням B2B-контрактів і використанням самозайнятості як гнучкої форми організації праці. Таким чином, самозайнятість у різних країнах виконує різні функції — від інструменту оптимізації ринку праці до механізму виживання або професійної самореалізації.

Дослідження потенціалу розвитку молодіжного бізнесу в Україні в умовах війни у пункті 2.2. показало, що, попри суттєві демографічні втрати та економічні ризики, молодь залишається ключовим ресурсом для відновлення економіки. Війна призвела до скорочення чисельності молоді більш ніж на 20 %, що безпосередньо вплинуло на зменшення кількості молодих підприємців. Водночас зросла роль самозайнятості та мікробізнесу як альтернативи безробіттю. Найбільш привабливими для молоді залишаються сфери торгівлі, IT та онлайн-комерції, які потребують відносно низьких стартових інвестицій і здатні функціонувати в умовах високої невизначеності.

PESTEL- та SWOT-аналізи засвідчили, що молодіжне підприємництво в Україні розвивається переважно завдяки соціальній мотивації, цифровим технологіям та євроінтеграційному вектору, а не завдяки сприятливому інституційному середовищу. Самозайнятість серед молоді нині часто має адаптаційний і вимушений характер, виконуючи функцію економічного виживання. Водночас післявоєнна відбудова, гармонізація законодавства з нормами ЄС, розвиток «зеленої» економіки та цифрових ринків створюють можливості для трансформації молодіжного бізнесу у стійкий і конкурентоспроможний сектор. Порівняння з Польщею та Німеччиною дозволило визначити стратегічні орієнтири для України: поєднання спрощених умов старту бізнесу з підвищенням рівня соціального захисту та якості інституційної підтримки молодих підприємців.

3 МЕХАНІЗМ ПІДТРИМКИ МОЛОДІЖНОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

3.1 Європейський досвід розвитку молодіжного підприємництва та його можливості його імплементації в Україні

Молодь розглядається в Європейському Союзі як стратегічний ресурс довгострокового соціально-економічного розвитку, оскільки саме молоде покоління формує основу інноваційного потенціалу ринку праці та підвищення конкурентоспроможності європейської економіки. Особливе значення має той факт, що сучасна молодь належить до так званих «цифрових тубільців», які органічно інтегрують цифрові технології у професійну діяльність та швидко реагують на нові можливості, що виникають у цифровій економіці [34].

Першим масштабним політичним кроком, спрямованим на поширення підприємницьких знань у межах Європейського Союзу, став Болонський процес 1999 року, який започаткував системні зміни у сфері освіти. Подальший розвиток цієї ідеї відбувся у 2003 році з оприлюдненням Європейською Комісією «Зеленої доповіді про підприємництво в Європі», у якій було наголошено на визначальній ролі підприємництва для конкурентоспроможності ЄС та вказано на істотне відставання рівня підприємницької активності в Європі порівняно з іншими розвиненими країнами світу [34].

На наднаціональному рівні значна частина ініціатив, спрямованих на розвиток молодіжної креативності та підприємницького мислення, формувалася в межах освітньої та навчальної політики. Прийнятий у 2004 році План дій з підприємництва визначив стратегічні засади стимулювання підприємницької діяльності, зокрема шляхом розвитку підприємницького мислення та заохочення ширших верств населення до започаткування власної

справи. У 2005 році підтримка молодіжного підприємництва була включена до Європейського молодіжного пакту, а у 2006 році Комісія в документі «Реалізація Лісабонської програми спільноти. Сприяння підприємницькому мисленню через освіту та навчання» окреслила рекомендації щодо посилення ролі підприємницької культури в освітньому процесі [34].

З метою подолання бар'єрів, з якими стикаються підприємці, у 2008 році було ухвалено Закон про малий бізнес, який визначив принципи реалізації політики підтримки стартапів як для молодих, так і для дорослих підприємців. У рамках його імплементації держави-члени почали активно інтегрувати підприємницькі програми в освітні курси, спрямовані на формування підприємницьких навичок і підвищення обізнаності молоді щодо можливостей самозайнятості. У 2009 році підприємництво було визначено одним із ключових інструментів підвищення рівня зайнятості молоді в межах стратегії «ЄС для молоді – інвестування та розширення прав і можливостей» [34]. У резолюції Ради ЄС того ж року наголошувалося на необхідності підтримки молоді у виході на ринок праці як у ролі найманих працівників, так і роботодавців.

Подальший розвиток політики підтримки молодіжного підприємництва відбувався в межах стратегії «Європа-2020», прийнятої у 2010 році, де підприємництво та самозайнятість були визнані ключовими чинниками досягнення розумного, сталого та інклюзивного зростання. Особлива увага приділялася інтеграції інновацій та підприємницьких компетентностей в освіту, а також формуванню сприятливого середовища для розвитку підприємницької культури. Через Європейський соціальний фонд реалізовувалися спеціальні заходи підтримки жінок-підприємниць та представників соціально вразливих груп, включаючи осіб з інвалідністю.

У 2012 році Європейська Комісія у документі «До відновлення, багатого на роботу» в межах Пакета зайнятості знову акцентувала увагу на значенні молодіжного підприємництва як інструменту подолання безробіття серед

молоді [34]. Було підкреслено необхідність розвитку підприємницького мислення та спрощення доступу молоді до фінансових ресурсів і стартових послуг. Того ж року було започатковано Молодіжну гарантію, що передбачає системну підтримку молодих людей, зокрема через консультації з підприємництва, які можуть фінансуватися за рахунок ESF.

Молодіжна гарантія була офіційно затверджена у 2013 році та передбачає забезпечення молоді до 25 років якісною роботою або можливістю навчання протягом чотирьох місяців після завершення освіти або втрати роботи. Фінансування ініціативи здійснюється за рахунок ESF та додаткових коштів Молодіжної ініціативи зайнятості. Однією з її цілей є стимулювання молодіжного підприємництва шляхом розширення доступу до стартової підтримки, мікрофінансування та трансформації допомоги з безробіття у стартові гранти.

Подальшим кроком стало ухвалення Плану дій з підприємництва до 2020 року [35], який визначив три ключові напрями: розвиток освіти і навчання, створення сприятливого підприємницького середовища та підтримку груп населення з нереалізованим підприємницьким потенціалом. У цьому ж контексті Європейська Комісія запропонувала Стратегію молодіжного підприємництва (YES), спрямовану на обмін кращими практиками між регіонами та державами-членами. Важливим інструментом стала також програма Erasmus для молодих підприємців (EYE), яка забезпечує транскордонний обмін досвідом між початківцями та досвідченими підприємцями [35].

Для кількісної оцінки молодіжного підприємництва у європейських дослідженнях часто використовується показник самозайнятості, відповідно до визначення OECP. Хоча такий підхід має обмеження, він залишається найбільш доступним індикатором підприємницької активності. За даними Євростату [36], у 2013 році самозайнятість обрали близько 6,5 % молоді ЄС, при цьому спостерігалися значні міжкраїнні відмінності.

Молодіжне підприємництво посідає провідне місце в системі пріоритетів політики Європейського Союзу, оскільки розглядається як ефективний інструмент зниження рівня безробіття серед молоді, запобігання її соціальній маргіналізації та активізації інноваційного потенціалу молодого покоління. Це підтверджується низкою стратегічних документів ЄС, зокрема:

а) підтримка розвитку молодіжного підприємництва визначена однією з цілей стратегії «Європа 2020» та її флагманської ініціативи «Молодь у русі»;

б) питання зайнятості та підприємницької діяльності включено до переліку восьми ключових напрямів, що реалізуються в межах Молодіжної стратегії Європейського Союзу на 2010–2018 роки;

в) підприємництво закріплено як одна з базових компетентностей у Європейській довідковій системі ключових компетенцій для навчання впродовж життя (2006 р.).

Вагоме значення у формуванні творчих, інноваційних і підприємницьких здібностей молоді має молодіжна робота та неформальне навчання, що системно підтримуються як на рівні Європейського Союзу, так і на національному рівні держав-членів. Зокрема:

а) у резолюції Ради ЄС щодо оновлених рамок європейської співпраці у молодіжній сфері на 2010–2018 роки творчість і підприємництво визначено серед пріоритетних сфер діяльності;

б) у Висновках Ради ЄС щодо сприяння молодіжному підприємництву з метою соціальної інтеграції молоді (2014 р.) акцент зроблено на розвитку соціального підприємництва, яке поєднує економічну доцільність із соціальною відповідальністю;

в) звіт експертної групи з питань розвитку творчого та інноваційного потенціалу молоді через механізми неформального навчання підкреслює необхідність підвищення обізнаності педагогів і роботодавців щодо цінності такого навчання, розвитку міжсекторального партнерства та підтримки осіб, які безпосередньо працюють з молоддю;

г) результати дослідження «Робота з молоддю: значення молодіжної роботи в Європейському Союзі» підтверджують позитивний вплив молодіжної роботи на розвиток підприємницьких і культурних ініціатив через формування поперечних навичок, їх практичне застосування та розширення участі молоді в культурній діяльності;

д) програма «Еразмус+» (2014–2020 рр.) приділяє особливу увагу підтримці інновацій та підприємництва, зокрема в межах ключової дії 2 шляхом розвитку стратегічних партнерств і реалізації транснаціональних молодіжних ініціатив [37-38].

Дослідження також засвідчують кореляцію між рівнем самозайнятості молоді та часткою NEETs, що свідчить про вплив стану ринку праці на підприємницьку активність. У країнах з обмеженими можливостями найманої праці самозайнятість частіше виступає альтернативним шляхом інтеграції молоді в економіку.

Молодіжне підприємництво посідає важливе місце в політиці ЄС як інструмент боротьби з безробіттям, соціальною ізоляцією та стимулювання інновацій. Це підтверджується положеннями стратегії «Європа 2020», Молодіжної стратегії ЄС та Європейської довідкової системи ключових компетентностей.

Вагому роль у розвитку підприємницьких навичок відіграють молодіжна робота, неформальне навчання та програми ЄС, зокрема Erasmus+. Водночас важливим інструментом інтеграції молоді на ринок праці є стажування, які сприяють набуттю практичного досвіду. З метою підвищення якості стажувань у 2014 році було ухвалено Рекомендацію щодо рамок якості стажування, що встановлює стандарти навчального змісту та умов праці.

У 2016 році Європейська Комісія запропонувала пакет «Інвестиції у молодь Європи», спрямований на розширення можливостей працевлаштування, освіти та мобільності молоді. Подальший розвиток політики відбувається в межах Молодіжної стратегії ЄС на 2019–2027 роки,

яка ґрунтується на принципах залучення, взаємодії та розширення можливостей молоді та передбачає міжгалузевий підхід до вирішення молодіжних проблем.

Порівняльна характеристика політики підтримки молодіжного підприємництва в ЄС та Україні представлена в таблиці 3.1.

Таблиця 3.1 - Порівняльна характеристика політики підтримки молодіжного підприємництва в ЄС та Україні

Критерій порівняння	**Європейський Союз**	**Україна**
Стратегічний статус молодіжного підприємництва	Закріплено як пріоритет економічної та молодіжної політики ЄС	Не виокремлено як самостійний напрям державної політики
Нормативно-правове визначення	Наявні стратегічні документи та рекомендації ЄС	Відсутнє чітке правове визначення молодіжного підприємництва
Інтеграція з освітньою політикою	Підприємництво як ключова компетентність навчання впродовж життя	Обмежена інтеграція підприємницьких компетентностей в освіту
Фінансові інструменти підтримки	Гранти, мікрофінансування, гарантійні механізми, фонди ЄС	Обмежені грантові програми та пільгове кредитування
Інституційна інфраструктура	Розгалужена мережа інкубаторів, акселераторів, програм обміну	Нерівномірний розвиток, зосереджений у великих містах
Роль регіонального рівня	Активна участь регіонів і місцевих громад	Обмежені можливості регіональних програм
Цифрові інструменти підтримки	Єдині платформи, онлайн-доступ до програм	Фрагментарні цифрові сервіси
Підтримка вразливих груп молоді	Цільові програми для NEETs, жінок, осіб з інвалідністю	Частково реалізується, системність відсутня
Моніторинг та оцінка ефективності	Регулярний моніторинг і коригування політики	Недостатній рівень оцінки результативності

Джерело: складено автором самостійно

Порівняльний аналіз, представлений у таблиці 3.7, дозволяє виявити принципові відмінності між підходами Європейського Союзу та України до формування і реалізації політики підтримки молодіжного підприємництва. Як видно з таблиці, у країнах ЄС молодіжне підприємництво має чітко

визначений стратегічний статус і розглядається як один із ключових інструментів забезпечення зайнятості молоді, соціальної інтеграції та інноваційного розвитку економіки. Натомість в Україні підтримка молодих підприємців реалізується переважно в межах загальної політики розвитку малого та середнього бізнесу без виокремлення молодіжного сегмента.

Важливою відмінністю є рівень нормативно-правового забезпечення. У Європейському Союзі функціонує розгалужена система стратегічних документів, рекомендацій і програм, які формують цілісну політику підтримки молодіжного підприємництва. В Україні ж відсутнє законодавчо закріплене визначення молодіжного підприємництва, що ускладнює розроблення адресних механізмів підтримки та знижує ефективність державних заходів.

Суттєвою перевагою європейської моделі є глибока інтеграція підприємницьких компетентностей в систему освіти та навчання впродовж життя. Підприємництво розглядається як базова компетентність, що формується ще на ранніх етапах освітнього процесу. В Україні ж підприємницька освіта має фрагментарний характер і недостатньо орієнтована на практичну підготовку молоді до ведення бізнесу.

Порівняння фінансових інструментів підтримки свідчить, що в ЄС молоді підприємці мають доступ до широкого спектра ресурсів, зокрема грантів, мікрофінансування та гарантійних механізмів. В Україні такі інструменти обмежені за обсягами фінансування та колом учасників, що стримує розвиток молодіжних стартапів.

Окремої уваги заслуговує роль регіонального рівня. У країнах ЄС регіони та місцеві громади активно залучені до реалізації програм підтримки молодіжного підприємництва з урахуванням територіальної специфіки. В Україні потенціал регіональної політики використовується недостатньо, що призводить до нерівномірності можливостей для молоді залежно від місця проживання.

Таким чином, результати порівняльного аналізу дозволяють зробити висновок, що імплементація європейського досвіду в Україні доцільна насамперед у частині формування системної політики підтримки молодіжного підприємництва, розширення фінансових інструментів, розвитку інституційної інфраструктури та посилення ролі регіонального рівня. Зазначені напрями можуть стати основою для подальшого вдосконалення державної та регіональної політики підтримки молодіжного бізнесу в Україні.

Отже, європейський досвід розвитку молодіжного підприємництва характеризується системністю, довгостроковою орієнтацією та тісною інтеграцією освітньої, соціальної та економічної політики, що створює передумови для його адаптації та імплементації в Україні з урахуванням національних особливостей.

3.2 Напрями удосконалення державної та регіональної політики підтримки молодіжного бізнесу в Україні

Сучасний етап соціально-економічного розвитку України характеризується глибокими трансформаційними процесами, зумовленими глобалізацією, цифровізацією економіки, демографічними змінами та наслідками повномасштабної війни. У цих умовах особливої актуальності набуває питання активізації молодіжного бізнесу як одного з ключових чинників відновлення економіки, підвищення рівня зайнятості молоді та формування інноваційного потенціалу держави. Водночас ефективність реалізації підприємницького потенціалу молоді значною мірою залежить від якості державної та регіональної політики підтримки [39-40].

Молодіжне підприємництво слід розглядати не лише як економічну категорію, а як комплексне соціально-економічне явище, що поєднує аспекти зайнятості, освіти, інновацій, соціальної інтеграції та регіонального розвитку. Саме тому удосконалення політики підтримки молодіжного бізнесу потребує

системного підходу, який враховує специфічні потреби та обмеження молодих підприємців, а також територіальні особливості розвитку регіонів України [41-42].

Основні проблеми реалізації державної та регіональної політики підтримки молодіжного бізнесу в Україні представлено в таблиці 3.2.

Таблиця 3.2 - Проблеми реалізації державної та регіональної політики підтримки молодіжного бізнесу в національній економіці

Група проблем	**Зміст проблеми**	**Наслідки для розвитку молодіжного бізнесу**
Нормативно-правові	Відсутність законодавчо закріпленого статусу молодого підприємця; фрагментарність правового регулювання [43-44]	Низька адресність програм підтримки, ускладнений доступ молоді до державних ресурсів
Фінансово-економічні	Обмежений доступ до кредитів, відсутність стартового капіталу, високі фінансові ризики	Зниження підприємницької активності молоді, висока частка нереалізованих бізнес-ідей
Інституційні	Недостатній розвиток бізнес-інфраструктури в регіонах	Нерівні можливості для молоді з різних територій
Освітні	Низький рівень практичної підприємницької підготовки	Недостатня готовність молоді до ведення бізнесу
Інформаційні	Обмежений доступ до інформації про програми підтримки	Низький рівень залучення молоді до державних ініціатив

Джерело: складено автором самостійно

Аналіз інформації, наведеної в таблиці 3.1, дає змогу узагальнити основні проблеми, що стримують розвиток молодіжного бізнесу в Україні в межах реалізації державної та регіональної політики підтримки. Як видно з таблиці, наявні проблеми мають комплексний характер і охоплюють нормативно-правову, фінансово-економічну, інституційну, освітню та інформаційну сфери.

Зокрема, нормативно-правові проблеми пов’язані з відсутністю чіткого правового визначення молодіжного підприємництва та статусу молодого підприємця, що ускладнює формування адресних програм підтримки й знижує

ефективність використання державних ресурсів. Фрагментарність правового регулювання призводить до недостатньої узгодженості між економічною та молодіжною політикою, що негативно позначається на розвитку підприємницької ініціативи молоді.

Фінансово-економічні проблеми, відображені в таблиці 3.1, є одними з найбільш критичних для молодих підприємців. Обмежений доступ до кредитних ресурсів, відсутність власного стартового капіталу та високий рівень фінансових ризиків істотно звужують можливості започаткування та розвитку бізнесу молоддю. Це зумовлює низьку реалізацію підприємницького потенціалу молодого населення, особливо на початкових етапах ведення підприємницької діяльності.

Інституційні проблеми проявляються у недостатньому розвитку інфраструктури підтримки молодіжного бізнесу, зокрема на регіональному та місцевому рівнях. Нерівномірний територіальний розподіл бізнес-інкубаторів, центрів підтримки підприємництва та консультаційних сервісів формує нерівні стартові умови для молоді з різних регіонів, що поглиблює соціально-економічні диспропорції.

Освітні проблеми, наведені в таблиці, свідчать про недостатній рівень практичної підприємницької підготовки молоді. Обмежена інтеграція підприємницької освіти в навчальні програми призводить до низької готовності молодих людей до самостійного ведення бізнесу та підвищує ризик невдалих підприємницьких проєктів.

Інформаційні проблеми пов’язані з недостатньою поінформованістю молоді щодо можливостей державної та регіональної підтримки. Відсутність доступних і зрозумілих інформаційних каналів знижує рівень залученості молодих підприємців до програм підтримки та обмежує ефективність їх реалізації.

Отже, дані таблиці 3.2 підтверджують необхідність комплексного підходу до удосконалення державної та регіональної політики підтримки

молодіжного бізнесу, що має враховувати багатовимірний характер наявних проблем та бути спрямованим на усунення ключових бар'єрів розвитку підприємницької діяльності молоді.

Прийнято виділяти певні напрями вдосконалення державної політики підтримки молодіжного бізнесу (табл. 3.3).

Таблиця 3.3 - Напрями вдосконалення державної політики підтримки молодіжного бізнесу

Напрям удосконалення	**Основні заходи**	**Очікувані результати**
Нормативно-правовий	Закріплення поняття «молодіжне підприємництво», визначення статусу молодого підприємця	Підвищення чіткості та адресності державної підтримки
Фінансовий	Пільгове кредитування, гранти, державні гарантії	Зростання кількості молодіжних стартапів
Інституційний	Розвиток бізнес-інкубаторів, акселераторів	Формування сприятливого підприємницького середовища
Освітній	Підприємницька освіта, менторські програми	Підвищення якості бізнес-проєктів молоді
Цифровий	Онлайн-платформи, е-сервіси	Спрощення доступу до підтримки

Джерело: складено автором самостійно

Одним із базових напрямів удосконалення державної та регіональної політики підтримки молодіжного бізнесу є формування цілісного та узгодженого нормативно-правового середовища. На сьогодні законодавче регулювання підприємницької діяльності молоді в Україні має фрагментарний характер і здійснюється в межах загальної політики розвитку малого та середнього бізнесу без чіткого виділення молодіжного сегмента.

Відсутність законодавчо закріпленого поняття «молодіжне підприємництво» та статусу молодого підприємця ускладнює розроблення спеціалізованих програм підтримки та знижує адресність державних заходів. У зв'язку з цим доцільним є нормативне визначення вікових меж молодого

підприємця, форм і критеріїв державної підтримки, а також умов участі у відповідних програмах на національному та регіональному рівнях.

Крім того, важливим завданням є узгодження законодавства у сфері економічної, молодіжної, освітньої та регіональної політики. Інтеграція цих напрямів дозволить сформувати єдину концепцію розвитку молодіжного бізнесу, орієнтовану на довгострокові цілі соціально-економічного розвитку країни.

Фінансова підтримка є одним із ключових факторів, що визначають можливість започаткування та розвитку власної справи молоддю. Однак на практиці саме фінансові обмеження стають головною перешкодою для входу молодих людей у підприємницьку діяльність. Недостатність власного стартового капіталу, відсутність кредитної історії та заставного майна істотно обмежують доступ молоді до традиційних банківських інструментів фінансування.

У цьому контексті доцільним є розширення спектра спеціалізованих фінансово-економічних механізмів підтримки молодіжного бізнесу. Зокрема, перспективними є програми пільгового кредитування з пониженими відсотковими ставками, стартові гранти для започаткування бізнесу, механізми державних та регіональних гарантій за кредитами молодих підприємців, а також розвиток мікрофінансування.

Особливу увагу слід приділяти підтримці соціально вразливих категорій молоді, зокрема внутрішньо переміщених осіб, ветеранів, молоді з сільських територій та депресивних регіонів. Запровадження регіональних фондів підтримки молодіжного підприємництва може стати ефективним інструментом вирівнювання територіальних диспропорцій у доступі до фінансових ресурсів.

Ефективна політика підтримки молодіжного підприємництва неможлива без розвиненої інституційної інфраструктури. Бізнес-інкубатори, акселераційні програми, центри розвитку підприємництва, коворкінг-

простори та консультаційні платформи виконують важливу функцію супроводу молодих підприємців на початкових етапах діяльності.

Досвід регіонів України свідчить, що такі інституції переважно зосереджені у великих містах, тоді як у малих містах та сільських територіях доступ до них є обмеженим. Це зумовлює необхідність активнішої участі органів місцевого самоврядування у створенні та підтримці інституцій розвитку молодіжного бізнесу з урахуванням локальних потреб та економічної спеціалізації регіонів [45].

Доцільним є також розвиток партнерських моделей взаємодії між органами влади, закладами освіти, громадськими організаціями та бізнесом, що сприятиме підвищенню ефективності інституційної підтримки та зменшенню дублювання функцій.

Важливим напрямом удосконалення політики підтримки молодіжного бізнесу є формування підприємницьких компетентностей молоді через систему освіти. Підприємницька культура, навички фінансового планування, управління ризиками та інноваційного мислення мають формуватися ще на етапі здобуття загальної та професійної освіти.

Запровадження практико-орієнтованих навчальних курсів, дуальної освіти, підприємницьких тренінгів і менторських програм сприятиме підвищенню готовності молоді до самостійної економічної діяльності. Важливою є також співпраця закладів освіти з бізнес-середовищем, що дозволить адаптувати освітні програми до реальних потреб ринку.

У цьому контексті державна та регіональна політика повинна стимулювати розвиток освітніх ініціатив, спрямованих на підтримку молодіжних стартапів, інноваційних проєктів та соціального підприємництва.

Цифровізація економіки відкриває нові можливості для розвитку молодіжного підприємництва та вдосконалення механізмів державної підтримки. Молодь є найбільш адаптованою до використання цифрових

технологій, що створює передумови для активного впровадження онлайн-інструментів у реалізації політики підтримки.

Створення єдиних цифрових платформ для доступу до інформації про програми підтримки, електронне подання заявок, онлайн-консультації та дистанційне навчання дозволяють знизити адміністративні бар'єри та підвищити прозорість державних процедур. Особливо важливим є розвиток цифрових сервісів на регіональному рівні, що забезпечить рівний доступ молоді до підтримки незалежно від місця проживання.

Регіональний рівень відіграє ключову роль у формуванні сприятливого середовища для розвитку молодіжного бізнесу (табл. 3.3). Саме на рівні територіальних громад можливе найточніше врахування локальних потреб, ресурсного потенціалу та соціально-економічних особливостей.

Таблиця 3.4 - Роль регіональної політики у розвитку молодіжного бізнесу

Елемент регіональної політики	**Зміст**	**Результат**
Стратегічне планування	Інтеграція молодіжного бізнесу в регіональні стратегії	Узгодженість розвитку
Фінансова підтримка	Місцеві програми та фонди	Зростання кількості МСП
Партнерство	Співпраця влади, бізнесу та освіти	Підвищення ефективності програм
Територіальний підхід	Урахування специфіки громад	Зменшення регіональних диспропорцій

Джерело: складено автором самостійно

Аналіз даних, наведених у таблиці 3.4, свідчить про ключову роль регіональної політики у формуванні сприятливого середовища для розвитку молодіжного бізнесу. Зокрема, стратегічне планування на регіональному рівні виступає основою для системної підтримки молодих підприємців, оскільки інтеграція заходів з розвитку молодіжного підприємництва до стратегій

регіонального розвитку забезпечує узгодженість економічних, соціальних та інституційних цілей територій.

Важливим елементом регіональної політики є фінансова підтримка, що реалізується через місцеві програми та цільові фонди. Її спрямування на молодіжний бізнес дозволяє не лише збільшити кількість суб'єктів малого та середнього підприємництва, а й активізувати підприємницьку ініціативу молоді з урахуванням специфіки регіональних ринків праці та ресурсного потенціалу громад [46].

Значну увагу в межах регіональної політики приділено розвитку партнерських відносин між органами місцевого самоврядування, закладами освіти, бізнес-структурами та громадськими організаціями. Така взаємодія сприяє підвищенню ефективності реалізації програм підтримки молодіжного бізнесу, зменшенню дублювання функцій та більш раціональному використанню фінансових і організаційних ресурсів.

Окремо слід відзначити територіальний підхід, який передбачає врахування соціально-економічних особливостей конкретних громад і регіонів. Його застосування дозволяє зменшити регіональні диспропорції у розвитку молодіжного бізнесу, забезпечити рівні можливості для молоді незалежно від місця проживання та сприяти збалансованому розвитку територій.

Таким чином, дані таблиці 3.5 підтверджують, що посилення ролі регіональної політики є необхідною умовою ефективної підтримки молодіжного бізнесу в Україні, а реалізація зазначених елементів регіональної політики сприятиме сталому соціально-економічному розвитку регіонів та підвищенню рівня підприємницької активності молоді.

Удосконалення регіональної політики підтримки молодіжного бізнесу має ґрунтуватися на принципах децентралізації, партнерства та стратегічного планування. Розроблення регіональних програм розвитку молодіжного

підприємництва, інтегрованих у стратегії регіонального розвитку, сприятиме підвищенню їх ефективності та сталості.

3.3 Інституційні та фінансові інструменти реалізації механізму підтримки молодіжного бізнесу в Україні

Розвиток молодіжного підприємництва в Україні значною мірою залежить від ефективності механізму його підтримки, який формується через сукупність інституційних та фінансових інструментів. У сучасних умовах трансформації національної економіки, посилених воєнними викликами, міграційними процесами та структурними змінами на ринку праці, молодіжний бізнес виступає важливим чинником соціально-економічної стабілізації та інноваційного розвитку. Саме тому формування дієвого механізму підтримки молоді у сфері підприємництва є одним із пріоритетів державної та регіональної політики.

Інституційне забезпечення механізму підтримки молодіжного бізнесу охоплює систему органів державної влади, місцевого самоврядування, недержавних організацій та міжнародних інституцій, діяльність яких спрямована на створення сприятливого підприємницького середовища для молоді. Ключову роль у цьому процесі відіграють центральні органи виконавчої влади, зокрема ті, що відповідають за формування та реалізацію молодіжної, економічної та освітньої політики (табл. 3.5).

У таблиці 3.5 систематизовано ключові інституції, які беруть участь у реалізації механізму підтримки молодіжного бізнесу в Україні. Зокрема, виокремлено державні, регіональні, інституційні, громадські та міжнародні суб’єкти, що забезпечують формування та реалізацію політики у сфері молодіжного підприємництва. Узагальнення їхніх функцій дозволяє визначити роль кожного елемента інституційної системи та оцінити рівень

комплексності підходу до підтримки молоді у підприємницькій діяльності. Представлені дані свідчать про багаторівневий характер інституційного забезпечення, що створює передумови для підвищення ефективності реалізації державної та регіональної політики підтримки молодіжного бізнесу.

Таблиця 3.5 - Основні інституції підтримки молодіжного бізнесу в Україні та їх функції

Інституція	**Рівень**	**Основні функції у підтримці молодіжного бізнесу**
Центральні органи виконавчої влади	Державний	Формування політики у сфері молодіжного підприємництва, реалізація державних програм
Органи місцевого самоврядування	Регіональний	Розробка та реалізація регіональних програм підтримки молоді, фінансування локальних ініціатив
Бізнес-інкубатори та стартап-хаби	Інституційний	Надання інфраструктури, менторства, консультацій
Громадські організації	Громадський	Захист інтересів молодих підприємців, розвиток підприємницької культури
Міжнародні організації та донори	Міжнародний	Фінансова та експертна підтримка, грантові програми

Джерело: узагальнено автором на основі [47; 48]

Важливим елементом інституційної системи є органи місцевого самоврядування, які безпосередньо впливають на розвиток молодіжного бізнесу на регіональному рівні. Саме вони мають можливість адаптувати загальнодержавні програми до потреб конкретних територіальних громад, враховуючи їх соціально-економічні, демографічні та ресурсні особливості. Регіональні програми підтримки молодіжного підприємництва сприяють формуванню локальних бізнес-екосистем та активізації економічної діяльності молоді.

Суттєву роль у підтримці молодіжного бізнесу відіграють бізнес-інкубатори, центри підтримки підприємництва, стартап-хаби та акселератори. Ці інституції забезпечують не лише матеріальну інфраструктуру для започаткування бізнесу, а й доступ до консультаційних, освітніх та

менторських послуг. Для молодих підприємців, які часто не мають достатнього досвіду управління, така підтримка є критично важливою на початкових етапах розвитку бізнесу.

Окреме місце в інституційній системі посідають громадські організації та об'єднання молодих підприємців. Вони виконують функцію посередника між державою та молоддю, сприяють захисту інтересів молодих бізнесменів, розвитку підприємницької культури та формуванню мереж професійних контактів. Активна участь громадянського суспільства підвищує гнучкість і адаптивність механізму підтримки молодіжного бізнесу.

Фінансові інструменти є одним із ключових елементів механізму підтримки молодіжного бізнесу, оскільки саме обмежений доступ до фінансових ресурсів залишається однією з головних перешкод для започаткування власної справи молоддю. У межах державної політики застосовуються різні форми фінансової підтримки, спрямовані на стимулювання підприємницької активності (табл. 3.6).

Таблиця 3.6 - Фінансові інструменти підтримки молодіжного бізнесу в Україні

Інструмент	**Характеристика**	**Переваги**	**Обмеження**
Гранти	Безповоротне фінансування	Низькі фінансові ризики	Конкурсний відбір
Пільгові кредити	Кредити зі зниженою ставкою	Можливість масштабування бізнесу	Вимоги до застави
Мікрофінансування	Невеликі позики	Доступність для стартапів	Обмежений обсяг коштів
Стартап-фонди	Інвестиційна підтримка	Підтримка інновацій	Часткова втрата контролю

Джерело: складено автором на основі [49; 50]

Таблиця 3.6 відображає основні фінансові інструменти, які використовуються в Україні для стимулювання розвитку молодіжного підприємництва. У ній подано характеристику кожного інструменту, а також

визначено їх переваги та обмеження з точки зору доступності для молодих підприємців. Аналіз представлених даних дає змогу оцінити ефективність застосування різних форм фінансової підтримки та визначити найбільш доцільні інструменти для використання на початкових і подальших етапах розвитку молодіжного бізнесу. Це, у свою чергу, підкреслює необхідність поєднання кількох фінансових механізмів з метою мінімізації ризиків та підвищення результативності підприємницької діяльності молоді.

Одним із найбільш поширених інструментів є надання грантів на започаткування або розвиток бізнесу. Грантові програми дозволяють молодим підприємцям отримати стартовий капітал без зобов'язання його повернення, що знижує фінансові ризики та сприяє реалізації інноваційних бізнес-ідей. Водночас ефективність грантової підтримки значною мірою залежить від прозорості процедур відбору та якості супроводу проєктів.

Пільгове кредитування також відіграє важливу роль у фінансуванні молодіжного бізнесу. Надання кредитів за зниженими відсотковими ставками або з відтермінуванням погашення дозволяє молодим підприємцям інвестувати у розвиток виробництва, модернізацію обладнання та розширення ринків збуту. Проте на практиці доступ молоді до кредитних ресурсів часто ускладнюється вимогами щодо застави та кредитної історії.

Перспективним напрямом є розвиток мікрофінансування та спеціалізованих фінансових програм для молоді. Такі інструменти орієнтовані на невеликі за обсягом позики та адаптовані до потреб початківців у бізнесі. Їх впровадження сприяє фінансовій інклюзії та залученню молоді до підприємницької діяльності.

Ефективна реалізація фінансових та інституційних інструментів неможлива без належного рівня підприємницьких компетентностей молоді. У цьому контексті важливу роль відіграють освітньо-консультаційні інструменти, спрямовані на формування знань і навичок у сфері бізнесу.

Підприємницька освіта, інтегрована у систему формальної та неформальної освіти, сприяє ранньому формуванню підприємницького мислення. Навчальні курси, тренінги, бізнес-школи та програми підвищення кваліфікації дозволяють молоді опанувати основи фінансового планування, маркетингу, управління персоналом та правового забезпечення бізнесу.

Менторські програми та бізнес-консультування забезпечують індивідуальний підхід до розвитку молодіжного бізнесу. Досвідчені підприємці та експерти допомагають молодим бізнесменам уникнути типових помилок, оптимізувати бізнес-процеси та підвищити конкурентоспроможність підприємств.

У сучасних умовах цифровізації економіки особливого значення набувають цифрові інструменти підтримки молодіжного бізнесу. Онлайн-платформи для подачі заявок на фінансування, цифрові сервіси для реєстрації бізнесу та електронні освітні ресурси значно спрощують доступ молоді до можливостей підприємницької діяльності.

Використання цифрових технологій сприяє підвищенню прозорості механізму підтримки, зменшенню адміністративних бар'єрів та скороченню часу на отримання послуг. Крім того, цифрові платформи створюють умови для розвитку бізнес-нетворкінгу та обміну досвідом між молодими підприємцями.

Ефективність механізму підтримки молодіжного бізнесу визначається рівнем досягнення поставлених цілей, зокрема зростанням кількості молодих підприємців, підвищенням рівня зайнятості молоді та розвитком інноваційного сектору економіки. Водночас існуюча система підтримки потребує подальшого вдосконалення.

Серед ключових напрямів удосконалення слід виділити посилення координації між інституціями, розширення доступу молоді до фінансових ресурсів, розвиток регіональних програм підтримки та інтеграцію європейського досвіду. Комплексний підхід до формування механізму

підтримки молодіжного бізнесу дозволить підвищити його результативність та забезпечити сталий розвиток підприємницької активності молоді в Україні.

У ході дослідження встановлено, що розвиток молодіжного підприємництва в Україні значною мірою залежить від ефективності механізму його підтримки, який формується через поєднання інституційних, фінансових, освітньо-консультаційних та цифрових інструментів. В умовах трансформації національної економіки, воєнних викликів, міграційних процесів і структурних змін на ринку праці молодіжний бізнес виступає важливим чинником соціально-економічної стабільності, створення робочих місць та інноваційного розвитку країни.

Дослідження інституційного забезпечення механізму підтримки молодіжного бізнесу показало, що в Україні сформована багаторівнева система суб'єктів підтримки, до якої належать органи державної влади, органи місцевого самоврядування, бізнес-інкубатори, стартап-хаби, громадські організації та міжнародні донори. Така структура створює передумови для комплексного впливу на розвиток молодіжного підприємництва та забезпечує реалізацію політики підтримки на державному, регіональному та локальному рівнях. Водночас ефективність цієї системи значною мірою залежить від рівня координації між її елементами.

Визначено, що особливу роль у розвитку молодіжного бізнесу відіграють органи місцевого самоврядування, які мають можливість адаптувати загальнодержавні програми до потреб конкретних територіальних громад. Реалізація регіональних програм підтримки молодіжного підприємництва сприяє формуванню локальних бізнес-екосистем та активізації економічної діяльності молоді на місцях.

Аналіз фінансових інструментів підтримки молодіжного бізнесу свідчить, що найбільш поширеними формами фінансування є гранти, пільгове кредитування, мікрофінансування та підтримка через стартап-фонди. Кожен із цих інструментів має свої переваги та обмеження, що зумовлює необхідність

їх комбінованого використання. Особливо важливими для молодих підприємців є грантові програми та мікрофінансування, які знижують фінансові ризики на початковому етапі ведення бізнесу.

Обґрунтовано, що фінансова підтримка молодіжного підприємництва має супроводжуватися розвитком освітньо-консультаційних інструментів. Формування підприємницьких компетентностей молоді через систему формальної та неформальної освіти, менторські програми та бізнес-консультування є необхідною умовою підвищення ефективності використання фінансових ресурсів і забезпечення сталого розвитку молодіжного бізнесу.

Встановлено, що в умовах цифровізації економіки важливого значення набувають цифрові інструменти підтримки молодіжного підприємництва, зокрема онлайн-платформи для отримання фінансування, електронні сервіси реєстрації бізнесу та дистанційні освітні програми. Їх використання сприяє підвищенню прозорості механізму підтримки, зменшенню адміністративних бар'єрів та розширенню доступу молоді до підприємницьких можливостей.

Узагальнюючи результати дослідження, можна зробити висновок, що подальше вдосконалення механізму підтримки молодіжного бізнесу в Україні має здійснюватися шляхом посилення міжінституційної координації, розширення доступу молоді до фінансових ресурсів, розвитку регіональних програм підтримки та активної імплементації європейського досвіду. Реалізація комплексного підходу дозволить підвищити результативність державної та регіональної політики у сфері молодіжного підприємництва та забезпечити сталий розвиток підприємницької активності молоді в Україні.

Висновки до розділу 3

Європейський досвід розвитку молодіжного підприємництва свідчить про його системний і стратегічний характер, що ґрунтується на тісній інтеграції економічної, освітньої, соціальної та молодіжної політики. У країнах Європейського Союзу молодіжне підприємництво розглядається не лише як інструмент зниження безробіття серед молоді, а й як важливий чинник інноваційного розвитку, соціальної інтеграції та підвищення конкурентоспроможності економіки. Це підтверджується наявністю чіткої нормативно-правової бази, широкого спектра фінансових інструментів, розвиненої інституційної інфраструктури, а також активним залученням регіонального рівня та механізмів неформальної освіти.

Порівняльний аналіз політики підтримки молодіжного підприємництва в ЄС та Україні дозволяє дійти висновку, що імплементація європейського досвіду в українських умовах є доцільною та необхідною. Насамперед це стосується формування цілісної державної політики з чітким визначенням молодіжного підприємництва, розширення доступу молоді до фінансових ресурсів, інтеграції підприємницьких компетентностей в освітню систему та розвитку інституцій підтримки на регіональному рівні. Адаптація кращих європейських практик з урахуванням національних соціально-економічних особливостей може стати важливою передумовою активізації підприємницького потенціалу української молоді та сталого розвитку економіки в цілому.

Проведений аналіз засвідчив, що сучасна система державної та регіональної політики підтримки молодіжного бізнесу в Україні характеризується низкою системних проблем нормативно-правового, фінансово-економічного, інституційного, освітнього та інформаційного характеру. Відсутність законодавчо закріпленого статусу молодіжного підприємництва, обмежений доступ до фінансових ресурсів, нерівномірний

розвиток інфраструктури підтримки та недостатній рівень практичної підприємницької підготовки молоді стримують реалізацію її підприємницького потенціалу. Це зумовлює необхідність комплексного підходу до вдосконалення політики підтримки молодіжного бізнесу з урахуванням сучасних викликів соціально-економічного розвитку країни.

Визначені напрями удосконалення державної та регіональної політики – нормативно-правовий, фінансовий, інституційний, освітній і цифровий – створюють основу для формування сприятливого середовища розвитку молодіжного підприємництва в Україні. Посилення ролі регіонального рівня, впровадження принципів децентралізації, партнерства та стратегічного планування дозволить більш ефективно враховувати локальні потреби та зменшити територіальні диспропорції. Реалізація запропонованих заходів сприятиме підвищенню підприємницької активності молоді, створенню нових робочих місць, зміцненню економічної стійкості регіонів та формуванню інноваційного потенціалу національної економіки.

Розвиток молодіжного підприємництва в Україні значною мірою визначається ефективністю механізму його підтримки, який поєднує інституційні, фінансові, освітньо-консультаційні та цифрові інструменти. В умовах трансформації економіки, воєнних викликів і змін на ринку праці молодіжний бізнес виступає важливим чинником соціально-економічної стабільності та інноваційного розвитку. Сформована в Україні багаторівнева система інституційної підтримки, що охоплює органи державної влади, місцевого самоврядування, бізнес-інкубатори, громадські та міжнародні організації, створює передумови для розвитку підприємницької активності молоді, однак потребує посилення координації між її елементами.

Аналіз фінансових інструментів підтримки молодіжного бізнесу засвідчив важливість поєднання грантів, пільгового кредитування, мікрофінансування та інвестиційної підтримки для зниження фінансових ризиків молодих підприємців. Водночас ефективність цих інструментів

значною мірою залежить від рівня підприємницьких компетентностей молоді та доступу до освітньо-консультаційних і цифрових сервісів. Подальше вдосконалення механізму підтримки молодіжного підприємництва в Україні має ґрунтуватися на комплексному підході, розвитку регіональних програм та імплементації європейського досвіду, що сприятиме сталому розвитку молодіжного бізнесу та зростанню його ролі в національній економіці.

ВИСНОВКИ

Кваліфікаційна робота магістра містить нові підходи до виконання наукового завдання, яке пов’язане з аналізом європейського досвіду підтримки молодіжного бізнесу. У результаті дослідження сформульовано такі висновки і пропозиції:

а) У процесі дослідження встановлено, що поняття «бізнес» та «підприємництво» мають спільну історичну основу, однак еволюціонували з різними акцентами. Бізнес історично трактується як ширша категорія, що охоплює будь-яку діяльність з метою отримання прибутку та включає взаємодію всіх суб’єктів ринкової економіки. Підприємництво ж у науковій традиції (від Р. Кантільйона до Й. Шумпетера та І. Кірцнера) розглядається як особлива економічна функція, що поєднує ризик, інноваційність, управлінську ініціативу та здатність до виявлення нових можливостей. Узагальнення наукових підходів дозволило чітко розмежувати ці категорії за ознаками суб’єктності, систематичності, рівня ризику, мети діяльності та ставлення до інновацій. Аналіз законодавчої бази України засвідчив відсутність чіткого нормативного визначення поняття «молодіжний бізнес», що зумовлює його ототожнення з молодіжним підприємництвом. Водночас наукові підходи (функціонально-віковий, економіко-соціальний, ресурсно-інноваційний) дозволяють розглядати молодіжний бізнес як стратегічний ресурс економіки, що поєднує вікову специфіку, інноваційний потенціал та соціальну спрямованість діяльності молоді. Таким чином, у межах дослідження молодіжний бізнес доцільно трактувати як ширшу категорію, що охоплює різні форми економічної активності молоді віком 14–35 років, спрямовані на отримання прибутку та створення доданої вартості в умовах невизначеності української економіки.

б) Дослідження показало, що молодіжний бізнес відіграє багатовимірну роль у розвитку національної економіки, поєднуючи економічний, соціальний,

освітній та відновлювальний аспекти. Його економічне значення проявляється у створенні нових робочих місць, зростанні валової доданої вартості, активізації інноваційних процесів та формуванні конкурентного середовища. Соціальний ефект полягає у зниженні безробіття серед молоді, зміцненні середнього класу, підвищенні рівня соціальної стабільності та формуванні активної громадянської позиції. Молоді підприємці виступають носіями нових ідей, цифрових компетенцій та гнучких бізнес-моделей, що особливо актуально в умовах економічної турбулентності. Порівняльний аналіз ставлення молоді України та країн ЄС до підприємницької діяльності засвідчив наявність потенціалу для розвитку молодіжного бізнесу в Україні, однак водночас виявив низку інституційних бар'єрів, зокрема обмежений доступ до фінансування та недостатню довіру до фінансових установ. В умовах війни та післявоєнної відбудови молодіжний бізнес набуває стратегічного значення як інструмент економічного відновлення, реемігрції молоді та модернізації господарського комплексу держави. Отже, підтримка молодіжної підприємницької активності повинна розглядатися як пріоритет державної політики сталого розвитку та євроінтеграційного поступу України.

в) У результаті аналізу встановлено, що класифікація молодіжного бізнесу базується на загальних підходах до класифікації підприємницької діяльності (організаційно-правова форма, вид економічної діяльності, масштаб, рівень інноваційності), проте має власну специфіку, зумовлену віковими особливостями суб'єктів. Переважно молодіжний бізнес функціонує у формі ФОП або ТОВ та належить до мікро- і малих підприємств через обмеженість стартового капіталу. Найбільш поширеними сферами діяльності є торгівля, послуги, ІТ, креативні індустрії та аграрний сектор. Вікове структурування молоді (14–35 років) дозволяє враховувати різні етапи соціально-економічного становлення особистості та їх вплив на підприємницьку активність. Функціональний аналіз дозволив виділити ключові функції молодіжного бізнесу: економічну, соціальну, інноваційну,

освітню та інституційну. Сукупність цих функцій формує підґрунтя для розвитку конкурентоспроможної та інноваційної економіки, орієнтованої на знання та людський капітал. Таким чином, молодіжний бізнес виступає не лише сегментом підприємницької діяльності, а й важливим елементом трансформації національної економіки, що забезпечує її адаптивність, гнучкість та стійкість в умовах невизначеності.

г) Аналіз міжнародних статистичних даних засвідчив, що молодь у більшості країн світу демонструє вищу схильність до започаткування нового бізнесу порівняно зі старшими віковими групами. Зокрема, у 42 із 51 досліджуваної економіки частка молодих осіб (18–34 роки), які започатковують або керують новоствореним бізнесом, перевищує відповідний показник серед населення віком 35–64 роки. Водночас показники володіння вже діючими підприємствами залишаються вищими саме серед старшого населення, що пояснюється кращим доступом до фінансових ресурсів, досвіду, соціального капіталу та сформованих бізнес-зв’язків. Таким чином, молодь частіше генерує підприємницькі ініціативи, однак дорослі мають більше можливостей для їх довгострокового утримання та масштабування. Динамічний аналіз країн ЄС та Туреччини у 2019–2024 рр. свідчить про відносну стійкість молодіжного підприємництва навіть в умовах пандемії та глобальної нестабільності. Попри тимчасове скорочення у 2020–2021 роках, у більшості країн спостерігається відновлення або помірне зростання кількості підприємств та самозайнятих осіб молодого віку. Особливо показовим є досвід Туреччини, де високий приріст молодіжних підприємств пов’язаний із демографічною структурою та необхідністю самозайнятості як альтернативи безробіттю. Загалом у світі зберігається значний нереалізований підприємницький потенціал молоді, що потребує системної інституційної та фінансової підтримки.

д) Війна суттєво трансформувала середовище функціонування молодіжного бізнесу в Україні, поєднавши глибокі демографічні втрати з

економічною нестабільністю. Скорочення чисельності молоді більш ніж на 21% у 2022–2024 роках призвело до зменшення потенційної бази підприємців, що відобразилося й на приблизному скороченні кількості молодих бізнесменів. Водночас попри воєнні ризики та зниження платоспроможності населення, молодь зберігає відносно високий рівень підприємницької активності (близько 13%), що свідчить про її адаптивність і готовність до самозайнятості навіть у кризових умовах. PESTEL-аналіз продемонстрував, що розвиток молодіжного підприємництва в Україні відбувається всупереч воєнним обмеженням, спираючись на соціальну мотивацію, цифровізацію та євроінтеграційні перспективи. Політичний курс на інтеграцію до ЄС, розширення міжнародних програм підтримки, розвиток IT-сектору та «зеленої» економіки створюють стратегічні можливості для післявоєнного зростання. Водночас економічні ризики, інституційні бар'єри та демографічні виклики залишаються ключовими стримуючими факторами, що потребують комплексної державної політики підтримки молодіжного бізнесу як елементу національного відновлення.

ж) Порівняльний аналіз показав, що рівень та характер самозайнятості молоді значною мірою визначаються типом економіки, станом ринку праці та рівнем соціального захисту. У Німеччині самозайнятість серед молоді має вибірковий і професійно орієнтований характер, поступаючись привабливості стабільної найманої праці завдяки високому рівню соціальних гарантій. У Польщі самозайнятість є поширеною та економічно доцільною формою зайнятості, що підтримується гнучким ринком праці та активним використанням B2B-контрактів. В Україні ж самозайнятість часто виконує адаптаційну функцію, компенсуючи нестачу стабільних робочих місць і соціального захисту. SWOT-аналіз засвідчив, що Україна має значний потенціал трансформації самозайнятості з інструменту виживання у механізм сталого розвитку. Використання польського досвіду щодо спрощення регуляторних процедур та німецької моделі соціального захисту може сприяти

формуванню більш стабільного підприємницького середовища для молоді. За умови ефективної євроінтеграції, цифровізації та розвитку освітньо-менторської інфраструктури самозайнятість молоді може стати важливим чинником післявоєнної відбудови та підвищення конкурентоспроможності української економіки.

з) Дослідження показало, що політика підтримки молодіжного підприємництва в Європейському Союзі має системний, довгостроковий та міжсекторальний характер. Молодь розглядається як стратегічний ресурс економічного зростання, а підприємництво — як ключова компетентність навчання впродовж життя. Європейська модель базується на інтеграції освітньої, економічної та соціальної політики, що реалізується через комплекс стратегій («Європа 2020», Молодіжна стратегія ЄС), програм (Erasmus+, Erasmus for Young Entrepreneurs, Youth Guarantee) та фінансових інструментів (ESF, мікрофінансування, гарантійні механізми). Особливу увагу приділено розвитку підприємницької культури, підтримці вразливих груп молоді та системному моніторингу результатів політики. Порівняльний аналіз засвідчив, що в Україні підтримка молодіжного підприємництва залишається фрагментарною та недостатньо інституціоналізованою. Відсутність чіткого нормативного визначення, обмежені фінансові інструменти та слабка інтеграція підприємницьких компетентностей у систему освіти стримують реалізацію потенціалу молоді. Водночас європейський досвід створює практичну основу для імплементації в Україні — насамперед у частині формування цілісної стратегії, розвитку регіональних програм, розширення грантових і гарантійних механізмів та посилення ролі неформальної освіти. Адаптація цих підходів з урахуванням національних особливостей може стати важливим чинником післявоєнного відновлення економіки України.

к) У результаті дослідження встановлено, що основні проблеми розвитку молодіжного бізнесу в Україні мають комплексний характер та охоплюють нормативно-правову, фінансово-економічну, інституційну, освітню та

інформаційну сфери. Відсутність законодавчо закріпленого статусу молодого підприємця знижує адресність державної підтримки, а обмежений доступ до фінансових ресурсів істотно стримує реалізацію бізнес-ініціатив молоді. Нерівномірний розвиток інфраструктури підтримки в регіонах та недостатня інтеграція підприємницької освіти формують додаткові бар'єри для започаткування власної справи. Обґрунтовано, що удосконалення державної та регіональної політики має здійснюватися за кількома стратегічними напрямами: нормативно-правовим (закріплення поняття молодіжного підприємництва), фінансовим (розширення грантових, кредитних і гарантійних інструментів), інституційним (розвиток бізнес-інкубаторів і партнерських мереж), освітнім (формування підприємницьких компетентностей) та цифровим (створення єдиних онлайн-платформ підтримки). Посилення ролі регіонального рівня та інтеграція заходів підтримки у стратегії розвитку територіальних громад дозволять зменшити диспропорції та забезпечити більш рівний доступ молоді до ресурсів незалежно від місця проживання.

л) Дослідження засвідчило, що в Україні сформовано багаторівневу систему інституцій підтримки молодіжного бізнесу, яка охоплює органи державної влади, місцевого самоврядування, бізнес-інкубатори, стартап-хаби, громадські організації та міжнародних партнерів. Така структура створює потенціал для комплексного впливу на розвиток молодіжного підприємництва, однак ефективність її функціонування значною мірою залежить від координації між суб'єктами та узгодженості програм підтримки. Особливу роль відіграє регіональний рівень, де відбувається адаптація загальнодержавних механізмів до специфіки територіальних громад. Аналіз фінансових інструментів показав, що гранти, пільгове кредитування, мікрофінансування та підтримка через стартап-фонди є основними механізмами стимулювання молодіжного бізнесу, проте кожен із них має як переваги, так і обмеження. Найбільш ефективним підходом є їх комбіноване

застосування разом із розвитком освітньо-консультаційних та цифрових інструментів підтримки. Подальше вдосконалення механізму має передбачати розширення доступу до фінансових ресурсів, розвиток підприємницьких компетентностей та інтеграцію європейських практик, що сприятиме підвищенню стійкості молодіжного бізнесу в умовах воєнних та післявоєнних трансформацій. Підтримка молодіжного підприємництва сьогодні є інвестицією в економічну відбудову України. І водночас пам’ятаймо, що кожен може підтримати наших захисників через перевірені та надійні фонди.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. CharlieHR. The etymology of “business”. You do it every day, but what does it really mean? *The free HR platform for small businesses*. URL: https://medium.com/@CharlieHR/the-etymology-of-business-adde9e6caa5

2. Лапшин В.В. Бізнес: соціально-економічна сутність і проблема визначення. *Сучасна картина світу: інтеграція наукового та позанаукового знання : збірник наук праць.* Суми : Мрія-1 ЛТД ; УАБС НБУ. 2004. Вип. 3. С. 112–116. URL: https://essuir.sumdu.edu.ua/server/api/core/bitstreams/af850d16-3ca8-4191-b005-7b00c1a865b8/content

3. Sobel R. S. Entrepreneurship. Part of the Liberty Fund Network. Econlib, Inc. URL: https://www.econlib.org/library/Enc/Entrepreneurship.html

4. Варналій З.С. Основи підприємництва : навч. посібник. Київ : «Знання-Прес», 2006. 350 с.

5. Schumpeter J. A. The Theory of Economic Development. 1911. Cambridge : Harvard University Press, 1934. URL: http://cepa.newschool.edu/het/profiles/schump.htm.

6. Kirzner I. M. Competition and Entrepreneurship. Chicago : University of Chicago Press, 1973. URL: http://www.worldhistory.com/wiki/I/Israel-Kirzner.htm.

7. Drucker P. F. Management: Tasks, Responsibilities, Practices. Claremont, California : Harper & Row, 1973. 864 p. URL: https://medium.com/beyond-the-blueprint/finding-your-north-star-defining-business-purpose-with-peter-drucker-and-beyond-f88ff4930c33

8. Калаченкова К. О. Підприємництво та бізнес: трансформація співвідношення категорій в еру інформатизації. *Порівняльно-аналітичне право.* № 2 2020. URL: https://dspace.uzhnu.edu.ua/server/api/core/bitstreams/f242595f-f926-4556-b0d8-54f5af2e31db/content

9. Господарський кодекс України : Закон України від 16 січня 2003 р. № 436-IV. Відомості Верховної Ради України. 2003. № 18. Ст. 144. (Із змінами).

10. Про основні засади молодіжної політики : Закон України від 13.07.2025. № 1414-IX. Верховна Рада України. 2025. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1414-20#Text.

11. Краус К. М., Краус Н. М., Осецький В. Л. Молодіжне підприємництво та політика підтримки молоді в умовах воєнного стану. *European scientific journal of Economic and Financial innovation.* 2023. № 1(11). С. 151-164. URL: https://journal.eae.com.ua/index.php/journal/article/download/191/155/

12. Михаліцька Н. Я., Яцик М. Р. Стратегія розвитку вітчизняного молодіжного підприємництва в умовах невизначеності. *Ефективна економіка.* 2024. № 8. DOI: http://doi.org/10.32702/2307-2105.2024.8.55

13. Гриценок І. Молодіжне підприємництво як фактор розвитку економіки України. Електронна бібліотека НАПН України. URL: https://lib.iitta.gov.ua/id/eprint/736078/1/Grecenok%20zk.pdf

14. Черевко К. О. Молодіжне підприємництво в розрізі законодавства України. *Юридичний науковий електронний журнал.* 2019. № 6/2019. С. 357 – 361. DOI: https://doi.org/10.32782/2524-0374/2019-6/85

15. Капліна А. І. Молодіжний бізнес як сучасний драйвер економічного розвитку. *Ефективна економіка*. 2020. № 12. DOI: 10.32702/2307-2105-2020.12.89

16. Ставлення молоді до власного бізнесу: Україна та ЄС. 2026 Rating Lab. URL: https://ratinglab.org/research/attitude-of-young-people-to-the-own-business

17. Кісельов А. П. Основи бізнесу : підручник. Київ : Вища школа, 1997. 191 с. URL: https://buklib.net/books/23564/

18. Класифікація підприємств. Школа бізнесу. Нова пошта. 24.02.2025. URL: https://online.novaposhta.education/blog/klasifikaciya-pidpriemstv#9373

19. Податковий кодекс України : Закон України від 02.12.2010 р. № 2755-VI. Дата оновлення: 01.01.2026. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17#Text

20. Класифікація видів економічної діяльності ДК 009:2010 Держспоживстандарт України; Наказ, Класифікатор від 11.10.2010 № 457. Редакція від 04.01.2023. URL: https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/vb457609-10#Text

21. Критерії поділу платників податків на великі, середні та малі підприємства для визначення способу подання податкової звітності. Центральне міжрегіональне управління ДПС по роботі з великими платниками податків. 28 лютого 2023. URL: https://cvp.tax.gov.ua/media-ark/news-ark/657679.html

22. Про особливості регулювання діяльності юридичних осіб окремих організаційно-правових форм у перехідний період та об'єднань юридичних осіб : Закон України від 09.01.2025 № 4196-IX. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/4196-20#Text

23. SME definition. The European Commission. URL: https://single-market-economy.ec.europa.eu/smes/sme-fundamentals/sme-definition_en?utm_source

24. Liberto D. Small and Midsize Enterprise (SME): Definition and Types Around the World. Investopedia. April 10, 2025. URL: https://www.investopedia.com/terms/s/smallandmidsizeenterprises.asp?utm_source

25. Definitions of MSMEs. ESCAP Online Resource Centre for Asia-Pacific MSME Policy. 2021. URL: https://msmepolicy.unescap.org/definitions-msmes?utm_source

26. Концепція державної цільової соціальної програми “Молодь України” на 2026 – 2030 роки : Проєкт Кабінету міністрів України. URL: https://mms.gov.ua/storage/app/uploads/public/67f/652/2d3/67f6522d378e5536073308.pdf

27. Global Entrepreneurship Monitor 2024/2025. Global Report: Entrepreneurship Reality Check. GEM (Global Entrepreneurship Monitor). London : GEM, 2025. 248 p. URL: https://www.gemconsortium.org/file/open?fileId=51621

28. The Missing Entrepreneurs 2023: Policies for Inclusive Entrepreneurship and Self-Employment. OECD/European Commission. Paris : OECD Publishing, 2023. URL: https://doi.org/10.1787/230efc78-en.

29. Employed persons by professional status. Eurostat. 10/01/2026. URL: https://doi.org/10.2908/LFSA_EGAPS

30. Цимбала А. Стійкість малого і середнього бізнесу України у війні: виклики, політика і майбутнє. Аналітика Економіка. 24 Жовтня 2025. URL: https://voxukraine.org/stijkist-malogo-i-serednogo-biznesu-ukrayiny-u-vijni-vyklyky-polityka-i-majbutnye

31. Шевчук А. Демографічна криза: Україна втратила 2,3 млн молодих людей. *Онлайн-медіа – «КореспонденТ.net»*. 20 травня 2025. URL: https://ua.korrespondent.net/ukraine/4783109-demohrafichna-kryza-ukraina-vtratyla-23-mln-molodykh-luidei?utm_source=chatgpt.com

32. Young people's attitudes towards their own business: a comparison between Ukraine and the EU. Rating Lab. 02.08.2023. URL: https://www.ratinggroup.ua/en/news/stavlennya-molod-do-vlasnogo-b-znesu-por-vnyannya-ukra-ni-ta-s?utm_source

33. Майже 300 млн грн податку вже сплатили самозайняті у 2025 році. Кількість самозайнятих росте від початку повномасштабної. *Опендатабот*. 4 липня 2025. URL: https://opendatabot.ua/analytics/self-employed

34. Taking the future into their own hands. Youth work and entrepreneurial learning. European Commission. 2017. 158 p.

35. Supporting entrepreneurs and the self-employed. URL: https://ec.europa.eu/social/main.jsp?catId=952&langId=en

36. Eurostat. URL: https://ec.europa.eu/eurostat/home.

37. Traineeships. URL: https://ec.europa.eu/social/main.jsp?catId=1045&langId=en

38. Investing in Europe's youth. URL: https://ec.europa.eu/social/main.jsp?catId=950&langId=en.

39. Про затвердження Державної молодіжної стратегії до 2030 року : постанова Кабінету Міністрів України від 02.06.2021 № 579. URL: https://zakon.rada.gov.ua

40. Про затвердження Національної економічної стратегії на період до 2030 року : постанова Кабінету Міністрів України від 03.03.2021 № 179. URL: https://zakon.rada.gov.ua

41. Organisation for Economic Co-operation and Development. Youth Entrepreneurship Policies. Paris : OECD Publishing, 2017. 156 p.

42. Лібанова Е. М. Соціально-економічні проблеми молоді в Україні та напрями їх подолання. Демографія та соціальна економіка. 2018. № 1 (32). С. 11–25.

43. Про розвиток та державну підтримку малого і середнього підприємництва в Україні : Закон України від 22.03.2012 № 4618-VI. Відомості Верховної Ради України. 2013. № 3. Ст. 23.

44. Про сприяння соціальному становленню та розвитку молоді в Україні : Закон України від 05.02.1993 № 2998-XII. Відомості Верховної Ради України. 1993. № 16. Ст. 167.

45. Дикань В. Л., Оболенська Т. Є. Державна політика підтримки малого підприємництва в Україні // Економіка та держава. 2019. № 2. С. 4–9.

46. Коваленко Ю. М. Регіональна політика розвитку підприємництва: теорія, методологія, практика : монографія. Київ : КНЕУ, 2017. 412 с.

47. Про сприяння соціальному становленню та розвитку молоді в Україні : Закон України від 5 лют. 1993 р. № 2998-XII (зі змін. і допов.).

48. Державна молодіжна стратегія України на період до 2030 року : схвалена розпорядженням Кабінету Міністрів України від 2 жовт. 2020 р. № 1217-р.

49. Про розвиток та державну підтримку малого і середнього підприємництва в Україні : Закон України від 22 берез. 2012 р. № 4618-VI (зі змін. і допов.).

50. Мельник Л. Г. Економіка розвитку : підручник. Суми : Університетська книга, 2019. 416 с.

ДОДАТОК А

Декларація
академічної доброчесності
здобувача вищої освіти ЗНУ

Я, Маммадов Алібай Бахтіяр огли, студент___2___курсу магістратури, форми навчання __денна__, факультету економічного, Спеціальності 051 «Економіка», адреса електронної пошти mammadov_a@znu.edu.ua:

- підтверджую, що написана мною кваліфікаційна робота на тему «Європейський досвід підтримки молодіжного бізнесу» відповідає вимогам академічної доброчесності та не містить порушень, що визначені у ст. 42 Закону України «Про освіту», зі змістом яких ознайомлена;
- заявляю, що надана мною для перевірки електронна версія роботи є ідентичною її друкованій версії;
- згодна на перевірку моєї роботи на відповідність критеріям *академічної доброчесності у будь-який спосіб, у тому числі за допомогою* Інтернет-системи, а також на архівування роботи в базі даних цієї системи.

Дата_____ Підпис_____ Маммадов А.Б. огли

Дата_____ Підпис_____ Кусакова Ю.О.