

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ДОНЕЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ВАСИЛЯ СТУСА

**ДМИТРИЄВА ПОЛІНА АНАТОЛІЇВНА**

Допускається до захисту:

в.о. завідувача кафедри  
журналістики та соціальних  
комунікацій, канд.політ.н.,

\_\_\_\_\_ С.В. Бондаренко

«\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ р.

**«МОЛОДІЖНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО»**

Спеціальність 061 «Журналістика»

**Випускова робота (медіа-проект)**

Керівник:

Бондаренко С.В., к.політ.н.,

в.о. завідувача кафедри журналістики

та соціальних комунікацій

Оцінка \_\_\_\_\_/\_\_\_\_\_/\_\_\_\_\_

(бали за шкалою ЄКТС/за національною шкалою)

Голова комісії: \_\_\_\_\_

(підпис)

Вінниця – 2021

## ВСТУП

Молодіжне підприємництво – це елемент підвищення рівня зайнятості серед молоді та створення нових малих підприємств і додаткових робочих місць [1].

Відповідно до Закону України «Про сприяння соціальному становленню та розвитку молоді в Україні», до молоді відносяться громадяни України віком від 14 до 35 років.

Розвиток молодіжного підприємництва – є одним з найважливіших напрямків економічної політики України. За тридцять років незалежного існування нашої держави в умовах ринкової економіки проблема розвитку приватного підприємництва, у тому числі молодіжного, лишається вкрай актуальною.

Молодь загалом позитивно сприймає підприємництво, прагне навчатись у закладах освіти, які забезпечують короткий шлях до підприємницької діяльності.

Основними видами діяльності молодих підприємців є торгівля, громадське харчування, банківська і страхова справа, інформаційно-комунікаційний бізнес [2].

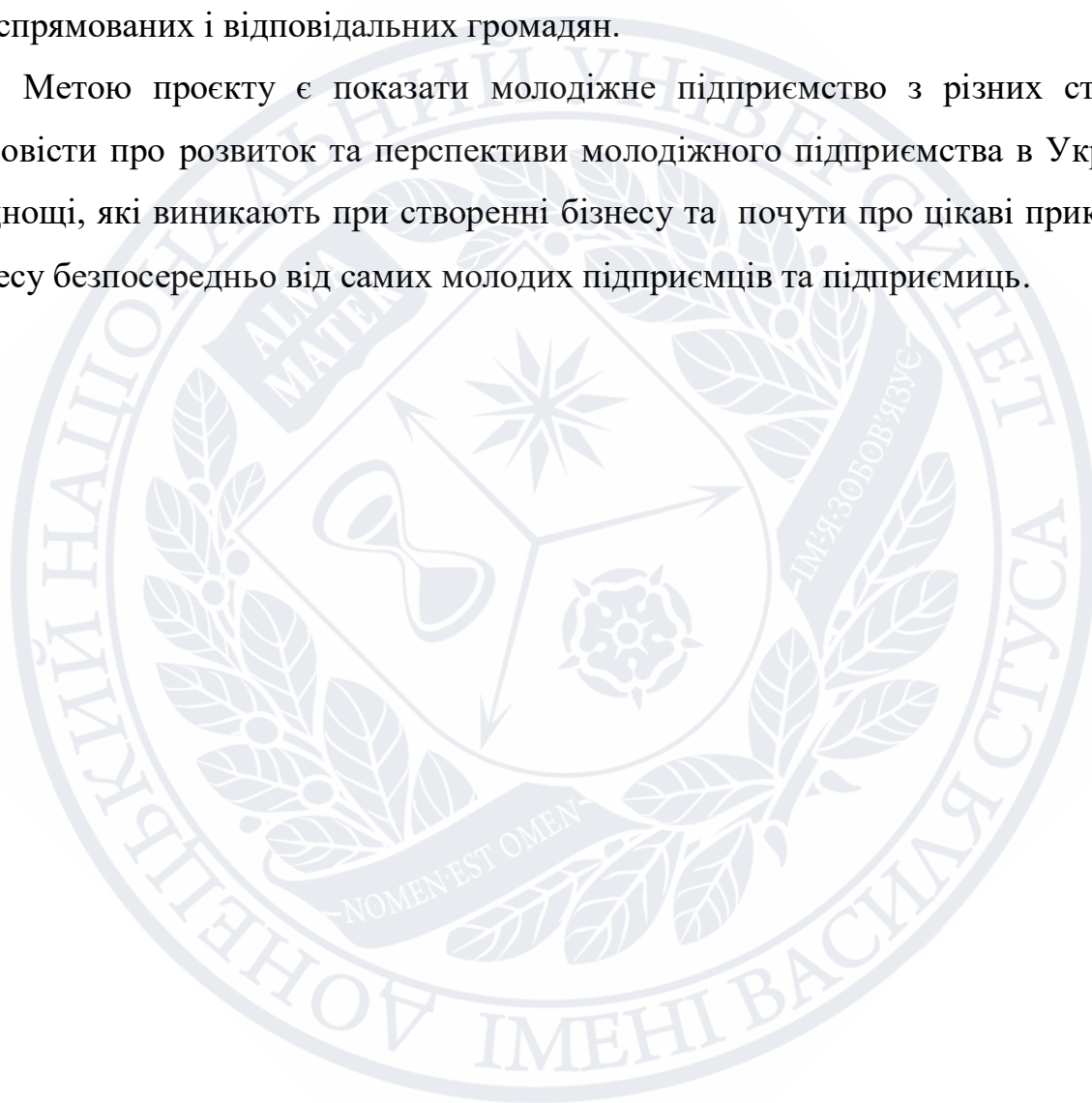
На шляху розвитку молодіжного підприємництва наше суспільство стикається з безліччю проблем і викликів. На сьогодні, за дослідженням «Цінності української молоді 2016», діючих підприємців серед молоді лише приблизно 5%, це катастрофічно малий показник, а 38 % тільки прагнуть займатися підприємництвом, проте їм заважають різні обставини (недостатній рівень знань, складні економічні та політичні умови, недосконала податкова система для молодіжного підприємництва, відсутність стартового капіталу тощо).

Успішні приклади молодіжного підприємництва, як правило, трапляються в тих випадках, коли інноваційна ідея (так званий стартап) збігається з вигідною кон'юнктурою ринку (відсутність безпосередніх конкурентів і його обсяг) та з рішучими маркетинговими ходами.

Що робить успішних молодих людей успішними? В чому ж секрет успіху і чи обмежується він удачею і талантом? Які виклики постають перед молодими підприємцями та підприємцями? Чи є майбутнє у молодіжного підприємства в Україні?

Тема молодіжного підприємництва надзвичайно актуальна, бо воно є необхідною передумовою зародження в Україні нового покоління незалежних, цілеспрямованих і відповідальних громадян.

Метою проєкту є показати молодіжне підприємство з різних сторін, розповісти про розвиток та перспективи молодіжного підприємства в Україні, труднощі, які виникають при створенні бізнесу та почути про цікаві приклади бізнесу безпосередньо від самих молодих підприємців та підприємниць.



## ОПИС ПРОЄКТУ

Для досягнення вищезазначеної мети при формуванні медіа-проєкту я використовувала наступні підходи – написання аналітичної статті (2 статті), проведення інтерв'ю (2 інтерв'ю) та створення відео сюжетів (2 сюжети).

Для написання аналітичних статей обрано дві взаємодоповнюючі теми – «Молодіжне підприємництво: виклики сьогодення» та «Молодіжне підприємництво: ідеї та перспективи».

Стаття «Молодіжне підприємництво: виклики сьогодення» (Додаток 1) має на митті виявити чинники відсутності комфортних умов для розвитку молодіжного підприємництва в Україні.

У статті «Молодіжне підприємництво: ідеї та перспективи» (Додаток 2) наведено приклади успішного бізнесу, започаткованого молодими підприємцями та підприємцями та які складові цього успіху.

Інтерв'ю було проведене з молодими підприємцями з Вінниччини – [Дар'єю Паламарчук](#), [Анною Моргун](#). Метою проведення інтерв'ю було отримати інформацію з «перших вуст» про те, як кожна з героїнь сюжетів прийшла до успіху власним шляхом помилок і перемог - на чому набивали шишки, що їх мотивувало.

Вибір для відео сюжету саме цих бізнесів теж не був випадковим. Перший сюжет [«До творчого бізнесу творчий підхід»](#) з молодою підприємцею Дар'єю Паламарчук поговорили про розвиток книговидавництва, додаток доповненої реальності у книжках, бажання підприємці перетворити героїв книжок на мультиплікаційних героїв та ідея зацікавити покупців та покупчинь додатковими товарами з ілюстраціями героїв книжок – як приклад творчого, інноваційного підходу у бізнесі.

Другий сюжет [«Молодь обирає соціальний бізнес»](#) з Анною Моргун про молоде направлення у бізнесі, яке тільки набирає обертів в Україні – соціальний бізнес або соціальне підприємство.

Саме використані журналістські жанри можуть максимально доступно для читатів/ок та глядачів/ок донести інформацію, зацікавити. Інтерв'ю та відео



сюжети покликані заохотити молодих людей займатись бізнесом, надихнути на нові бізнес-ідеї та проекти, допомогти подолати внутрішні страхи.

Даний матеріал спрямовано, в першу чергу, на молодь, але буде цікавим і для представників/ць громадських організацій, які, наприклад, можуть використати модель соціального бізнесу для реалізації власних проєктів при взаємодії з підприємцями та підприємцями. Також важливим є привернення уваги до розвитку молодіжного підприємства, як перспективного економічного напрямку для розвитку регіону, з боку органів місцевого самоврядування та виконавчої влади та навчальних закладів.

Результатом проєкту, а також прогнозованою реакцією на запропонований матеріал з боку влади, суспільства, інститутів громадянського суспільства може бути:

- привернення уваги до проблематики молодіжного підприємства;
- проведення навчальних заходів (тренінгів, семінарів тощо) для молоді про започаткування, юридичне оформлення, бухгалтерський облік бізнесу;
- надання грантової підтримки на стартапи від молоді з боку міської та обласної влади, донорських організацій;
- просування ідеї соціального молодіжного підприємства;
- сприяння формуванню нових робочих місць;
- подолання безробіття та бідності.

## ТЕХНІЧНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ

Для написання *статей* я використовувала наступний підхід:

- обрання теми майбутньої статті;
- обґрунтування теми, вибір об'єкта і визначення мети статті;
- підбір і аналіз літератури з обраної теми, у тому числі з використанням

Інтернет;

- оформлення статті.

У проведенні *інтерв'ю та створення відео сюжетів* були наступні етапи:

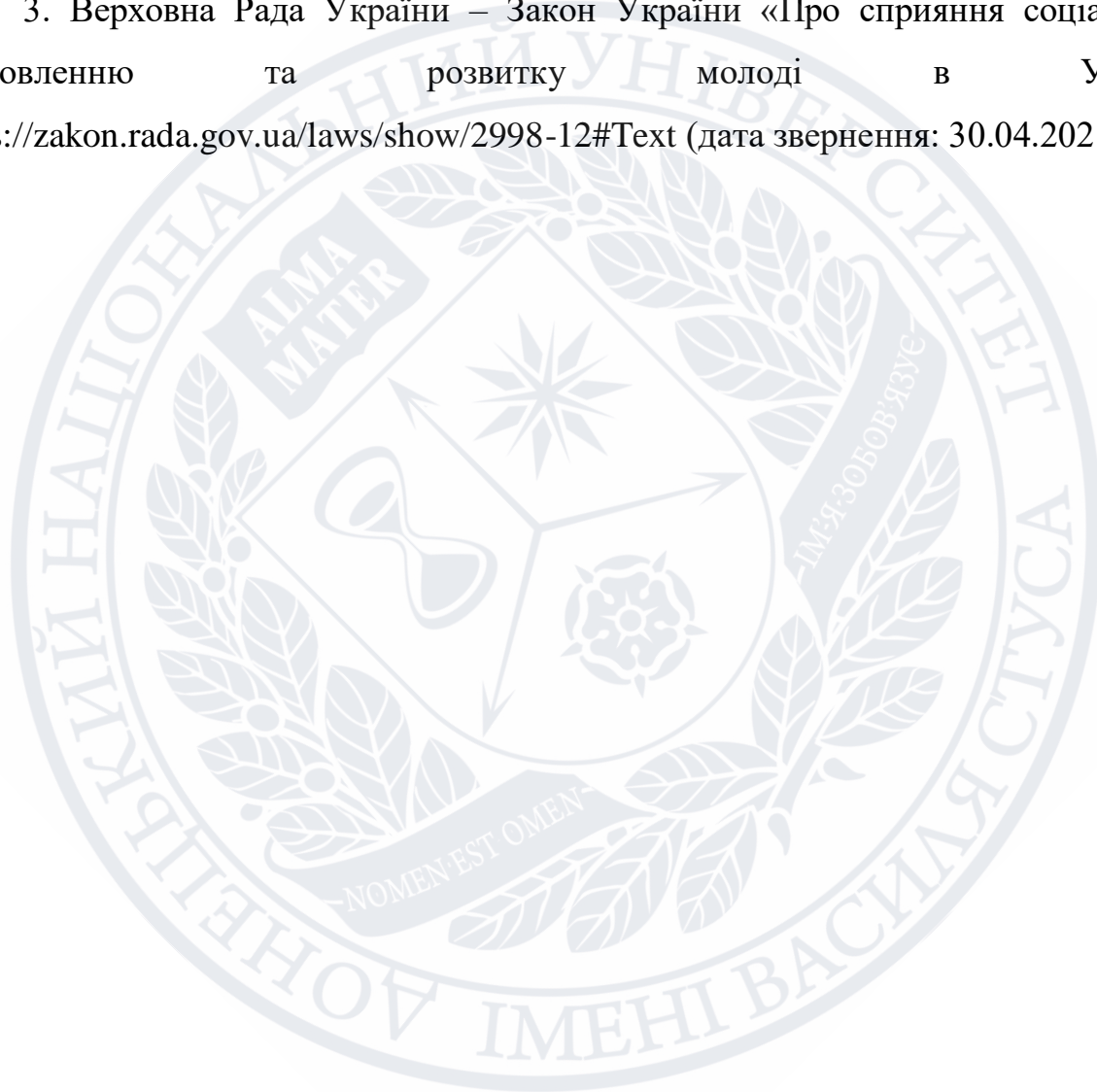
- обрання теми майбутнього відео сюжету;
- обґрунтування теми, вибір об'єкта і визначення мети;
- написання питань (гайду) до інтерв'ю та сюжетів;
- зйомка матеріалу;
- написання тексту до сюжету;
- монтаж сюжету.

При створенні сюжету та проведенні інтерв'ю використовувались наступні технічні засоби виробництва:

- ноутбук;
- відеокамера та мікрофон;
- диктофон для зачитки закадрового тексту;
- монтаж відео ролику відбувався у програмі EDIUS7.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Левченко А.О., Янішевська А.В. «Молодіжне підприємництво – перспективний шанс для молодих спеціалістів»: наукові праці КНТУ: Економічні науки: випуск 15, 2009. 1 с.
2. Стефанишин О.В. «Нова економіка і молодіжне підприємництво»: наукові записки: 4'2001. 2 с.
3. Верховна Рада України – Закон України «Про сприяння соціальному становленню та розвитку молоді в Україні»  
<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2998-12#Text> (дата звернення: 30.04.2021)



**Додаток 1****МОЛОДІЖНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО: ВИКЛИКИ СЬОГОДЕННЯ**

За тридцять років незалежного існування нашої держави в умовах ринкової економіки проблема розвитку приватного підприємництва, у тому числі молодіжного, лишається вкрай актуальною. Адже, по-перше, приватна економічна ініціатива має являти головну підвалину національної економіки, а по-друге, молодіжне підприємництво є необхідною передумовою зародження в Україні нового покоління незалежних, цілеспрямованих і відповідальних громадян. На шляху розвитку молодіжного підприємництва наше суспільство стикається з безліччю проблем і викликів, що були достатньо швидко подолані в інших постсоціалістичних країнах (Польща, Чехія, Угорщина тощо) і які залишаються головними перешкодами для України. Мені здається, можна виділити дві основні, так би мовити, глобальні проблеми: відсутність державної стратегії сприяння молодіжному підприємству та психологічна неготовність більшої частини суспільства до сприйняття молодіжного підприємства як авангарду економічного та соціального розвитку.

Численні розмови з представниками й представницями малого та середнього бізнесу дають підстави говорити про відсутність комфортних умов для розвитку підприємництва в Україні. Ось кілька головних чинників такого дискомфорту.

Психологічний. Більшість молодих людей, що хочуть бачити себе в бізнесі, не мають родинної традиції підприємництва. Тобто їхні батьки не можуть посприяти їм у перших кроках у цій сфері (як морально, так і матеріально). Відповідно, такі молоді люди мають здолати непрості психологічні бар'єри, що відділяють бізнес-ідею від початку її реального втілення.

Економічний. В Україні (на відміну від її західних сусідів) практично неможливо безболісно сформувати стартовий капітал. Кредитна політика банків є вкрай не вигідною, а відсоткові ставки – захмарні. Варіантів виходу з цієї ситуації може бути три. Найочевидніший – починати бізнес з фактичної самозайнятості з мінімумом стартових витрат. Другий варіант, який радить, наприклад, Олександр



Білецький – керівник соціального підприємства «УВВ Інжиніринг» – започатковувати високотехнологічний бізнес, вивчати англійську мову та виходити на зарубіжні ринки, де умови для підприємництва є більш сприятливими. Михайло Ганчук – директор «ПромАвтоматика Вінниця» – пропонує присвятити свій час також пошуку тих можливостей, які надають різноманітні грантові програми. Це чудова можливість, зокрема, для тих молодих людей, хто бажає розвивати підприємництво із соціальною складовою (скажімо, працевлаштовувати людей з інвалідністю, учасників бойових дій або внутрішньо переміщених осіб тощо). Такі програми можна знайти на ресурсах фінансових донорів (наприклад, ЄБРР) або політичних і міжнародних організацій (посольства і консульства різних держав).

Адміністративна проблема. Наразі Україна не може похвалитися сприятливим адміністративно-бюрократичним кліматом для ведення молодіжного бізнесу. Надзвичайно роздутий іще з радянських часів апарат різноманітних контролюючих органів, законодавство, що в багатьох сферах застрягло десь у 70-х роках минулого століття тощо. Ця проблема вимагає бодай мінімуму юридичної підготовки або налагодження контактів з правничими громадськими організаціями.

У кожному разі, головне в молодіжному підприємстві – це сміливість зробити перший крок, адже ризик – це невід’ємна складова успіху.

*Поліна Дмитрієва*

## Додаток 2

**МОЛОДІЖНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО: ІДЕЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ**

Успішні приклади молодіжного підприємництва, як правило, трапляються в тих випадках, коли інноваційна ідея (так званий стартап) збігається з вигідною кон'юнктурою ринку (відсутність безпосередніх конкурентів і його обсяг) та з рішучими маркетинговими ходами. Іноді баланс між цими трьома складовими успішного старту може бути нерівномірним, але бажано такої рівності шукати.

Практика показує, що найбільше успішних випадків молодіжного підприємництва – у сенсі отримання адекватних прибутків – полягає у створенні високотехнологічного продукту з надзвичайно високою маржинальністю. Усім, авжеж, на думку спадає робота в ІТ-індустрії, тим більше, що Україна має визначний потенціал у програмуванні та сфері комп'ютерних технологій. Але інтелектуально насичений продукт – це не тільки комп'ютер або програма. Це, зокрема, і освітні послуги, і обслуговування сайтів та сторінок у соціальних мережах. Особливо актуалізувався «дистанційний» бізнес під час пандемії коронавірусу. Цікаво, що можна креативно поєднувати традиційно поширені в молодіжному середовищі різновиди підприємницької діяльності з високими технологіями. Один з таких стартапів, заснованих випускниками Вінницької політехніки, минулоріч переміг на конкурсі туристичних проєктів, проведеному у Вінниці. «Родзинка» проєкту полягає в накладанні на світлини відомих туристичних локацій міста фотографій сторічної давнини. Відтак турист може відчувати себе сучасником вінницького модерну початку ХХ століття. Як бачимо, традиційний і дуже зрозумілий для молоді туристичний бізнес тут поєднався з використанням новітніх технологій.

Проте не лише високі технології можуть бути прибутковими. Протилежним прикладом цікавої бізнес-ідеї може бути робота з національною та етнографічною автентикою, що отримує зараз у Європі друге дихання. Ось два приклади з Житомирщини. Учні Біотехнологічного ліцею «Радовель» на уроках образотворчого мистецтва опановують традиційні для Полісся техніки гончарства. Цікаво, що невід'ємною складовою такого навчання є вміння

презентувати свої вироби на виставці і – головне – продати їх численним гостям ліцею. Це, звісно ж, лише перші кроки в бізнесі (т. зв. шкільне підприємництво), але напрямок цей дуже перспективний.

Другий приклад молодіжного підприємництва – також про відродження традицій. Група студентів намілилася відновити прадавній поліський промисел – бортницьке бджільництво. У бортництві (попри його вкоріненість у сивій давнині) є дуже цікаві й цілком сучасні перспективи. По-перше, і в українських мегаполісах, і у світі дедалі більшою популярністю користується натуральний, екологічний і до того ж крафтовий продукт, загорнутий в екзотичну обгортку («подалі від цивілізації – поближче до природи»). По-друге, подібні до такого бізнеси є завжди привабливими для потенційних грантодавців, що радо виділяють кошти на підтримку екологічного та автентичного напрямків у підприємстві. По-третє, більшість початкових витрат у бортництві припадає винятково на маркетинг, позаяк цей тип бізнесу не вимагає якихось особливих виробничих потужностей, дорогої оренди та сировини.

Отже, молодіжне підприємництво має чудові перспективи, що вже було доведено досвідом багатьох стартапів.

*Поліна Дмитрієва*