
ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

УДК 334.72-053.81

DOI: <https://doi.org/10.32851/2708-0366/2021.9.4>

Алещенко Л.О.

асистент кафедри менеджменту та інформаційних технологій,
Херсонський державний аграрно-економічний університет
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7119-2922>

Alieshchenko Liudmyla

Kherson State Agrarian and Economic University

СТВОРЕННЯ МЕРЕЖІ БІЗНЕС-КЛУБІВ ЯК ОДИН З АЛЬТЕРНАТИВНИХ НАПРЯМІВ РОЗВИТКУ МОЛОДІЖНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА

CREATION OF A NETWORK OF BUSINESS CLUBS AS ONE OF THE ALTERNATIVE DIRECTIONS OF YOUTH ENTREPRENEURSHIP DEVELOPMENT

Розвиток молодіжного підприємництва в країні може стати одним зі шляхів вирішення низки соціально-економічних проблем, таких як створення робочих місць, скорочення рівня безробіття, підготовка кваліфікаційних кадрів. Водночас цей вид бізнесу є досить непопулярним. Основними причинами цього є не лише недостатня підтримка як на регіональному, так і на державному рівні, а й відсутність у більшості регіонів країни платформи для молодих людей, за допомогою яких вони могли б отримувати актуальні знання й навички, обмінюватися інформацією, розробляти власні ідеї, отримувати консультації експертів. Одним з альтернативних напрямів популяризації ведення молодіжного бізнесу може стати створення всеукраїнської мережі бізнес-клубів. Його специфіка і технологія організації роботи полягатимуть у системному підході до вирішення проблеми пошуку розроблення інноваційних та бізнес-проектів на стадіях seed та pre-seed. Молодіжні інноваційні проекти зможуть отримувати всебічну допомогу: фінансову, консультаційну, інформаційну та організаційну. Такий комплексний підхід дасть змогу сприяти активізації залучення молоді до підприємницької діяльності. Основною метою статті є обґрунтування доцільності створення мережі бізнес-клубів як одного з альтернативних напрямів розвитку молодіжного підприємництва. Аспект наукової новизни проведених досліджень полягає в обґрунтуванні необхідності створення всеукраїнської мережі бізнес-клубів, метою роботи якої має стати об'єднання молодих енергійних людей, які б володіли актуальними знаннями та прогресивним мисленням для започаткування успішного бізнесу. У дослідженні розроблено основні концептуальні положення створення цієї мережі, структуру й механізми її формування, сформульовано основні результати.

Ключові слова: молодіжне підприємництво, підтримка молодіжного бізнесу, бізнес-клуби, бізнес-інкубатори, стейкхолдери.

Развитие молодежного предпринимательства может стать одним из путей решения ряда социально-экономических проблем, таких как создание рабочих мест, сокращение уровня безработицы, подготовка квалификационных кадров. В то же время этот вид бизнеса достаточно непопулярен. Основными причинами этого являются не только недостаточная поддержка как на региональном, так и на государственном уровне, но и отсутствие в большинстве регионов страны платформ для молодых людей, с помощью которых они могли бы получать актуальные знания и навыки, обмениваться информацией, разрабатывать собственные идеи, получать консультации экспертов. Одним из альтернативных направлений популяризации молодежного бизнеса может стать создание все-

української мережі бізнес-клубів. Її специфіка і технологія організації роботи будуть заключатися в системному підході до рішення проблеми пошуку розробки інноваційних і бізнес-проектів. Молодіжні інноваційні проекти можуть отримувати всебічну допомогу: фінансову, консультаційну, інформаційну і організаційну. Такий комплексний підхід сприяє активізації привабливості молодіжних підприємницьких діяльностей. Основною метою статті є обґрунтування доцільності створення мережі бізнес-клубів як одного з альтернативних напрямків розвитку молодіжного підприємництва. Аспект наукової новизни дослідження полягає в обґрунтуванні необхідності створення всеукраїнської мережі бізнес-клубів, метою роботи якої повинна стати об'єднання молодих енергійних людей, які володіють актуальними знаннями і прогресивним мисленням для початку успішного бізнесу. В дослідженні розроблені основні концептуальні положення створення мережі, її структура і механізми її формування, сформульовані основні результати.

Ключові слова: молодіжне підприємництво, підтримка молодіжного бізнесу, бізнес-клуби, бізнес-інкубатори, стейкхолдери.

The development of youth entrepreneurship in the country can be one of the ways to solve a number of socio-economic problems, such as job creation, reducing unemployment, training. It should become a significant segment of small and medium-sized businesses and a significant link in entrepreneurial activity, because young people have the ability to respond quickly to any changes in life and effectively use their benefits. Based on this, we can say that young people have much greater potential and ability to do business than other age groups. At the same time, this type of business is quite unpopular. The main reasons for this are not only insufficient support, both at the regional and state level, but also the lack of platforms for young people in most regions of the country, through which they could gain relevant knowledge and skills, exchange information, develop their own ideas, get expert advice. As a result, innovative ideas either do not appear at all or do not enter the market, remaining within the walls of higher education institutions and research laboratories. One of the alternative directions of popularization of youth business can be the creation of the All-Ukrainian network of business clubs. Its specificity and technology of work organization will consist in a systematic approach to solving the problem of finding the development of innovative and business projects at the seed and pre-seed stages. Youth innovation projects will be able to receive comprehensive assistance: financial, consulting, information and organizational. Such an integrated approach will help to intensify the involvement of young people in entrepreneurial activities. Thus, the main purpose of the article is to substantiate the feasibility of creating a network of business clubs as one of the alternative areas of youth entrepreneurship. An analysis of the current state and prospects for the development of youth entrepreneurship in the country. The aspect of scientific novelty of the conducted researches is to substantiate the need to create an All-Ukrainian network of business clubs, the purpose of which should be to unite young energetic people who would have relevant knowledge and progressive thinking to start a successful business. The study developed the main conceptual provisions for the creation of this network, the structure and mechanisms of its formation, formulated the main results.

Key words: youth entrepreneurship, youth business support, business clubs, business incubators, stakeholders.

Постановка проблеми. В Україні на протязі всього періоду економічних реформ гостро стоїть питання необхідності розвитку малого та середнього бізнесу, проте в дійсності його стан залишається на досить низькому рівні. Одним із варіантів вирішення цього питання може стати молодіжне підприємництво. Але, на жаль, цей сектор ведення бізнесу не є популярним у країні.

Серед основних причин непопулярності молодіжного підприємництва можна виділити не лише недостатню підтримку як на регіональному, так і на державному рівні, а й відсутність платформ, на яких молоді люди могли б отримувати всі необхідні актуальні знання, навички та компетенції у сфері підприємництва [10].

Одним з альтернативних напрямів популяризації ведення молодіжного бізнесу може стати створення Всеукраїнської мережі бізнес-клубів. Її специфіка і технологія організації роботи полягатимуть у системному підході до вирішення проблеми пошуку розроблення інноваційних та бізнес-проектів на стадіях seed та pre-seed.

Молодіжні інноваційні проекти зможуть отримувати всебічну допомогу: фінансову, консультаційну, інформаційну та організаційну. Такий комплексний підхід дасть змогу сприяти активізації залучення молоді до підприємницької діяльності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Основні питання з дослідження стану та розвитку молодіжного підприємництва розглянуто у працях Ю. Кирилова [1; 2], В. Грановської [2], А. Карнаушенко [3], Г. Жосан [4; 8], Т. Стукан [1; 5], А. Капліної [6], В. Крикунової [7], К. Нікітенко [8], Л. Алещенко [7; 9; 10].

Формулювання цілей статті. Нині країна потребує розроблення комплексної програми розвитку молодіжного підприємництва, одним із напрямів якої може стати створення мережі міжвузівських бізнес-клубів. Метою їхньої роботи має стати об'єднання молодих енергійних людей, які б володіли актуальними знаннями та прогресивним мисленням для започаткування успішного бізнесу. Діяльність таких організацій має бути спрямована на формування нового світогляду у суспільства, підтримку молодих людей з активною життєвою позицією, створення всіх необхідних умов для розвитку активної підприємницької діяльності. Головною ціллю всеукраїнської мережі бізнес-клубів стане створення механізму, котрий сприяв би взаємодії держави, бізнесу, науки й освіти та забезпечив ефективні комунікації між молодіжною спільнотою та стейкхолдерами.

Виклад основного матеріалу. Сьогодні в Україні спостерігається прояв інтересу до підприємницької діяльності з боку молоді, проте за відсутності інформаційних платформ у цій сфері його розвиток або повільний, або зовсім стоїть на місці. Нині країна потребує розроблення комплексної програми розвитку молодіжного підприємництва на рівні молодіжної спільноти, в основі якої має бути створення всеукраїнської мережі бізнес-клубів [10].

Система роботи всеукраїнських бізнес-клубів має бути спрямована на формування та постійне поповнення потоку молодіжних бізнес-проектів та містити в собі як освітній, так і практичний складник.

У рамках освітнього складника учасники клубу отримуватимуть інформацію у сфері інноваційного підприємництва. Образотворча компонента зачіпатиме ключові теми управління інноваційними та бізнес-проектами: методи генерування ідей, історії успіху в бізнесі, організація бізнесу з «нуля», юридичні аспекти створення власної справи, набір та підбір персоналу, секрети командування, маркетингові стратегії, оцінку ризиків у бізнесі тощо. Постачальниками знань мають бути стейкхолдери, топ-менеджери, провідні викладачі вищих навчальних закладів. У ході проведення семінарів та конференцій мають використовуватися активні методи навчання: ділові ігри, круглі столи, дебати, кейси, мозкові штурми. Масове залучення молоді до такого роду заходів стане одним із кроків розвитку молодіжного підприємництва.

Практичний же складник має дати можливість отримати консультаційну допомогу від бізнес-експертів. Окрім того, учасникам надається інформація з профільних фондів про способи отримання допомоги від держави та інвесторів.

На першому етапі створення всеукраїнської мережі бізнес-клубів має відбуватися формування міжфункціональних команд. Процедура знайомства включатиме в себе низку заходів із командування, створення ресурсної карти членів клубу та рольову гру, спрямовану на виявлення особистісних компетентностей. На основі проведеного аналізу складу клубу визначатимуться критерії для формування команд, які складаються з представників різних професійних сфер та інтересів. Далі в процесі командної роботи генеруються бізнес-ідеї та створюються презентації, результатом яких має стати сформований рейтинг бізнес-ідей. Для найкращих ідей вибираються ідейні натхненники (інноватори). Після цього всім учасникам клубу надається можливість «перегрупуватися» в команди, котрі відповідають їхнім власним інтересам та вимогам, для реалізації проектів.

У подальшому вся робота клубу має бути спрямована на розроблення та реалізацію проекту. Проміжні результати роботи міжфункціональних команд презентуватимуться на спеціально організованих семінарах, у ході яких учасники можуть обмінватися власними ідеями, думками, досвідом, задавати питання та отримати інформаційну підтримку.

Створення всеукраїнської мережі бізнес-клубів має включати в себе регіональні бізнес-клуби, інтегровані в міжнародне інноваційне молодіжне середовище.

Нами запропоновано параметри привабливості міст, у яких можуть бути створені регіональні бізнес-клуби:

1. Чисельність населення.
2. Рівень розвитку інноваційної інфраструктури (наявність бізнес-інкубаторів, технопарків, існуючих студентських бізнес-клубів).
3. Кількість наукових організацій (науково-дослідні інститути, науково-виробничі об'єднання, проєктні організації).
4. Наявність фінансових структур, які займаються інвестуванням інноваційних проєктів.

Всеукраїнська мережа бізнес-клубів має складатися з типових взаємопов'язаних елементів (регіональних клубів), керівництво якими має здійснюватися координаційним центром. На початкових етапах формування мережі його основними функціями мають бути розроблення та оптимізація механізмів роботи (ключових процесів, процедур, регламентів), а також управління процесом створення нових клубів. На подальших етапах центр має забезпечувати ефективне функціонування мережі, її неперервний сталий розвиток та вдосконалення.

Формування мережі має проводитися в декілька етапів.

Перший етап – запуск пілотного проекту з п'яти клубів. Цей етап має визначальне значення для налагодження роботи всієї мережі, оскільки в його рамках проходять налагодження ключових процесів взаємодії елементів системи, оптимізація технології менеджменту та корекція регламенту роботи мережі.

Другий етап – створення так званих «точок росту» в кожному задіяному регіоні. Досвід створення та функціонування мережі має накопичуватися та аналізуватися, щоб найкращі управлінські практики були враховані під час створення клубів на подальших етапах.

Третій етап – запуск наступних клубів. До моменту завершення даного етапу мережа має являти собою молодіжну спільноту, котра активно взаємодіяла б не лише в рамках сітєвих та локальних заходів, а й за допомогою глобального інформаційного порталу, інтегруючого знання, контакти й попередній підприємницький досвід.

Четвертий етап – заключний етап реалізації проекту, спрямований на інтеграцію всеукраїнської спільноти молодих підприємців у міжнародну мережу молодіжних підприємницьких спільнот. Для цього основним завданням клубу має стати організація взаємодії та створення можливостей для реалізації спільних заходів з інтеграції у спільноту підприємців Європи та інших країн.

Приклад алгоритму створення регіонального клубу, вхожого до складу мережі, представлено на рис. 1. Поетапне виконання розробленого алгоритму дасть змогу в короткий термін увести в дію майданчики клубів у регіонах.

На першому етапі здійснюється формування ініціативної групи з числа молоді, члени якої стануть організаторами та активними учасниками регіонального клубу. Пошук та відбір претендентів у цю групу планується здійснювати за рахунок налагодження ділових контактів з активною молоддю в рамках проведення різних місцевих заходів та через студентські організації і всеукраїнські форуми. Вибір претендентів саме на форумах зумовлений наявністю представленої потенційної цільової аудиторії, а також охопленням та різноманітністю регіонів-учасників. Для визначення потенційних претендентів у регіональну групу організаторів на форумах мають бути

присутніми представники координаційних центрів, необхідно проводити роз'яснювальну та агітаційну роботу, формувати базу учасників, домовлятися про можливість подальшого співробітництва.

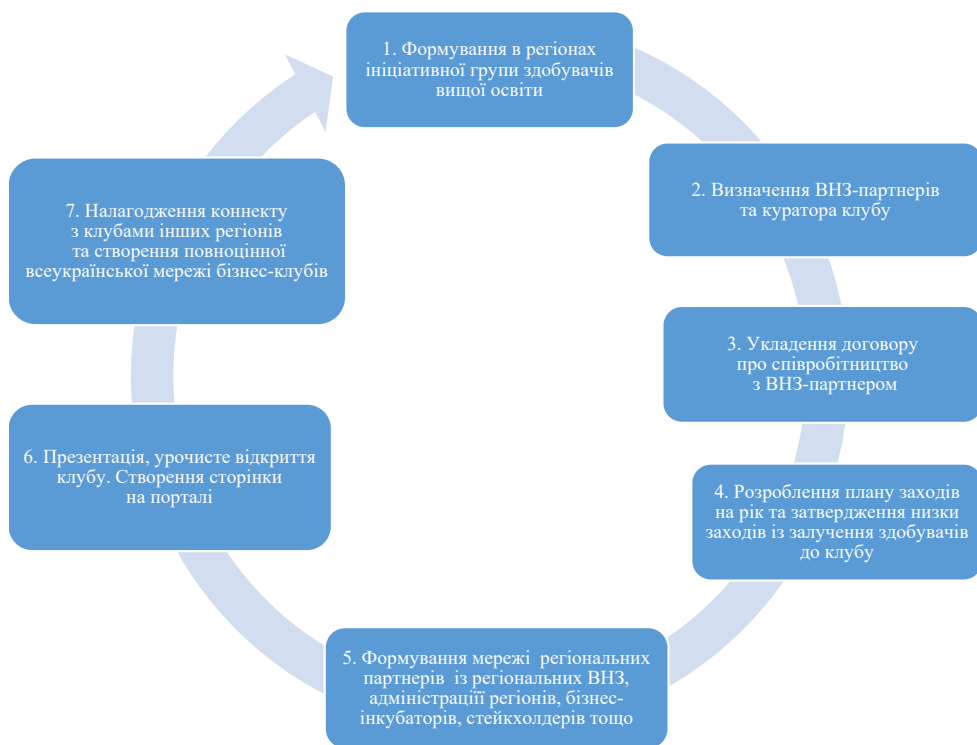


Рис. 1. Алгоритм створення регіонального бізнес-клубу

На другому етапі проходить пошук регіонального вищого навчального закладу – партнера, на базі якого буде реалізована діяльність бізнес-клубу. Ним може стати провідний вищий навчальний заклад області, котрий здійснює активну науково-дослідну та освітню діяльність. Партнер має забезпечити приміщення для проведення заходів клубом, оргтехніку, доступ до мережі Інтернет тощо. Окрім цього, з числа науково-педагогічних працівників має бути вибраний куратор регіонального клубу, який відповідав би за подальшу взаємодію та співробітництво регіонального партнера з координуючим центром та за реалізацію освітницької компоненти програми клубу. Таке співробітництво дасть змогу вищому навчальному закладу стати центром розвитку молодіжного інноваційного підприємництва в області і сприяти створенню іміджу навчального закладу, що впроваджує сучасні провідні освітні технології.

На третьому етапі має відбутися укладання договору про співробітництво некомерційного партнерства з вищим навчальним закладом. Має бути назначений керівник філіалу та підписаний трудовий договір. Також серед обраних з ініціативної групи молоді, сформованої на першому етапі, має бути сформована команда співробітників.

Четвертий етап включає у себе узгодження регламенту роботи регіональних клубів із координуючим центром, розроблення плану заходів на рік та чітку інструкція дій із залучення активно налаштованої молоді на регіональні майданчики.

П'ятий етап пов'язаний із залученням партнерів на міському та обласному рівнях: вищих навчальних закладів, бізнес-інкубаторів, стейкхолдерів та інших представників регіональної інноваційної системи. У результаті реалізації даного етапу співробітниками налагоджуються ділові контакти та формується контингент партнерів і спонсорів.

Шостий етап починається з офіційного відкриття клубу та його повноцінного функціонування. У сучасному світі інформаційних технологій повноцінна робота всеукраїнської мережі бізнес-клубів неможлива без створення персональних сторінок клубу на різного роду Інтернет-платформах. На них має бути представлений контент, котрий містить інформацію про поточну діяльність, залучених партнерів та спонсорів, програму заходів як на регіональному, так і на всеукраїнському рівні.

Сьомий етап знаменує собою втілення запланованої в регіоні програми заходів, яка може бути скорегована в ході її реалізації. Співробітниками філіалу мають надаватися щомісячні, щоквартальні та щорічні звіти про діяльність регіонального клубу до керівництва координуючого центру. Також має бути налагоджений взаємозв'язок між усіма клубами країни для ефективної роботи всієї мережі.

Висновки. Отже, попри відсутність цілісної системи, яка б сприяла активному розвитку молодіжного підприємництва в Україні одним з альтернативних напрямів розвитку може стати створення Всеукраїнської мережі міжвузівських бізнес-клубів.

Реалізація та впровадження даної концепції всеукраїнської мережі міжвузівських бізнес-клубів сприятиме:

- збільшенню кількості робочих місць за рахунок розвитку малого підприємництва;
- інтенсифікації потоку молодіжних підприємницьких проєктів;
- створенню кадрового резерву для підвищення конкурентоздатності національної інноваційної системи;
- акумуляції інтелектуального потенціалу в країні;
- збільшенню кількості соціально відповідальних представників бізнесу;
- розповсюдженню ідеології підприємництва серед молоді, у тому числі за рахунок донесення до аудиторії історій успішного ведення бізнесу молодими людьми.

У дослідженні розроблено основні концептуальні положення створення цієї мережі, структуру й механізми її формування, сформульовано основні прогнозовані результати.

Список використаних джерел:

1. Yurii Kyrylov, Natalia Kyrychenko, Tatyana Stukan and Hanna Zhosan, Formation of Enterprise Management Strategies and Entrepreneurship Training. *International Journal of Management*. 2020. № 11(6). P. 793–800. URL: http://www.iaeme.com/MasterAdmin/Journal_uploads/ijm/VOLUME_11_ISSUE_6/IJM_11_06_067.pdf (Індексація в Scopus).
2. Yuriy Kyrylov, Viktoriia Hranovska, Hanna Zhosan, Inna Dotsenko, Innovative Development of Agrarian Enterprises of Ukraine in the Context of the Fourth Industrial Revolution. *Solid State Technology*. 2020. Volume. 63. Issue. 6. P. 1430-1448. (Індексація в Scopus).
3. Карнаушенко А.С., Петренко В.С. Фінансування інноваційного молодіжного підприємництва шляхом залучення венчурних коштів. *Бізнес Інформ*. 2020. №7. С. 242–248. URL: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2020-7-242-248>.
4. Жосан Г.В. Особливості взаємодії груп стейкхолдерів молодіжного підприємництва. *Вчені записки ТНУ. Серія «Економіка і управління»*. 2020. Т. 31(70). № 3. С. 150–155. URL: http://www.econ.vernadskyjournals.in.ua/journals/2020/31_70_3/31_70_3_1/26.pdf.
5. Стукан Т.М. Особливості зайнятості молоді в Україні. *Інтернаука. Серія «Економічні науки»*. 2020. № 7(39). С. 77–85. URL: <https://doi.org/10.25313/2520-2294-2020-7-6181>.
6. Капліна А.І. Молодіжне підприємництво – перспективний шанс для молоді. *Агросвіт*. 2020. № 19–20. С. 47–50. DOI: 10.32702/2306-6792.2020.19-20.47.
7. Крикунова В.М., Алещенко Л.О. Перспективи розвитку молодіжного підприємництва Херсонської області у сфері туристичного бізнесу. *Таврійський науковий вісник. Серія «Економіка»*. 2020. Вип. 4. С 107–115. URL: <http://tnv-econom.ksauniv.ks.ua/index.php/journal/issue/view/4>.

8. Нікітенко К.С., Жосан Г.В. Визначення ролі великих даних у прийнятті рішень в економіці та фінансах. *Економічний простір*. 2020. № 161. С. 63–67.
9. Алещенко Л.О. Молодіжне підприємництво як фундамент розвинутої економічної інфраструктури. *Ефективна економіка*. 2020. № 11. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=8390>.
10. Алещенко Л.О. Зарубіжний досвід розвитку молодіжного підприємництва. *Агросвіт*. 2020. № 24. С. 86–90. URL: <http://www.agrosvit.info/?op=1&z=3362&i=11>.

References:

1. Yuriy Kyrylov, Natalia Kyrychenko, Tatyana Stukan and Hanna Zhosan, Formation of Enterprise Management Strategies and Entrepreneurship Training, *International Journal of Management*, 11 (6), 2020, pp. 793–800. Available at: http://www.iaeme.com/MasterAdmin/Journal_uploads/ijm/VOLUME_11_ISSUE_6/IJM_11_06_067.pdf (Індексація в Scopus)
2. Yuriy Kyrylov, Viktoriia Hranovska, Hanna Zhosan, Inna Dotsenko, Innovative Development of Agrarian Enterprises of Ukraine in the Context of the Fourth Industrial Revolution. *Solid State Technology*. Volume: 63 Issue: 6. Publication Year: 2020. pp. 1430–1448. (Індексація в Scopus)
3. Karnaushenko A.S., Petrenko V.S. (2020) Finansuvannia innovatsiinoho molodizhnogo pidpriemnytstva shliakhom zaluchennia venchurnykh koshtiv [Financing of innovative youth entrepreneurship by attracting venture funds]. *Biznes Inform*, no. 7, pp. 242–248. DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2020-7-242-248>.
4. Zhosan H.V. (2020) Osoblyvosti vzaємodii hrup steikkholderiv molodizhnogo pidpriemnytstva [Features of interaction of groups of stakeholders of youth entrepreneurship]. *Vcheni zapysky TNU. Seriya Ekonomika i upravlinnia*, no. 31 (70), pp. 150–155. Available at: http://www.econ.vernadskyjournals.in.ua/journals/2020/31_70_3/31_70_3_1/26.pd.
5. Stukan T.M. (2020) Osoblyvosti zaynyatosti molodi v Ukraini [Features of youth employment in Ukraine]. *Mizhnarodnyy naukovyy zhurnal "Internauka". Seriya: "Ekonomiczni nauky"*, no. 7 (39), pp. 77–85. DOI: <https://doi.org/10.25313/2520-2294-2020-7-6181>.
6. Kaplina A.I. (2020) Molodizhne pidpriemnytstvo – perspektyvnyy shans dlya molodi [Youth entrepreneurship is a promising chance for young people]. *Ahrosvit*, no. 19–20. DOI: 10.32702/2306-6792.2020.19-20.47.
7. Krykunova V.M., Alieshchenko L.O. (2020) Perspektyvy rozvytku molodizhnogo pidpriemnytstva Khersons'koyi oblasti v sferi turystychnoho biznesu [Prospects for the development of youth entrepreneurship in the Kherson region in the field of tourism business]. *Tavriys'kyy naukovyy visnyk. Seriya: Ekonomika: Naukovyy zhurnal*, no. 4, pp. 107–115. Available at: <http://tnv-econom.ksauniv.ks.ua/index.php/journal/issue/view/4>.
8. Nikitenko K.S., Zhosan H.V. (2020) Vyznachennya roli velykykh danykh u pryynyatti rishen' v ekonomitsi ta finansakh [Defining the role of big data in decision making in economics and finance]. *Ekonomicznyy prostir*, no. 161, pp. 63–67.
9. Alieshchenko L.O. (2020) Molodizhne pidpriemnytstvo yak fundament rozvynenoyi ekonomichnoyi infrastruktury [Youth entrepreneurship as the foundation of a developed economic infrastructure]. *Efektivna ekonomika*, no. 11. Available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=8390>.
10. Alyeshchenko L.O. (2020) Zarubizhnyy dosvid rozvytku molodizhnogo pidpriemnytstva [Foreign experience in the development of youth entrepreneurship]. *Ahrosvit*, no. 24, pp. 86–90. Available at: <http://www.agrosvit.info/?op=1&z=3362&i=11>.