

## ПІДПРИЄМНИЦТВО В КРЕАТИВНІЙ ІНДУСТРІЇ ЯК НАПРЯМ ПІДВИЩЕННЯ ЗАЙНЯТОСТІ МОЛОДІ

В сучасних українських реаліях молодь є найбільш вразливою та соціально незахищеною категорією населення. Через відсутність відчутної підтримки молодих спеціалістів зі сторони держави з одного боку, та стагнующий ринок праці, що не створює нових робочих місць, – з іншого, проблема пошуку гідної роботи гостро стоїть перед молодими українцями. Зокрема, не зважаючи на державне квотування, надання дотації роботодавцю з метою сприяння забезпеченню молоді першим робочим місцем та запровадження стимулів для стажування на підприємствах, в установах та організаціях відповідно до Закону України "Про зайнятість населення", більшість стикається з проблемою пошуку першого місця роботи через брак досвіду, який вимагається роботодавцями. Оскільки станом на сьогоднішній день вітчизняна економіка переживає не найкращі часи, підприємства позбавлені перспектив активного росту, а отже й обмежені в можливостях для створення нових робочих місць на відчутно перенасиченому спеціалістами ринку праці. Недосконалість трудового законодавства, неузгодженість між програмними документами різних рівнів, відсутність дієвого механізму сприяння зайнятості молоді потребують перегляду підходів та методів подальшого професійного зростання та підвищення рівня соціального захисту молоді. Якщо не випрацюваний реальний механізм працевлаштування молоді до існуючих підприємств на рівні державних інституцій, то варто створити умови сприяння започаткуванню власної справи.

Існує безліч статей та програмних документів, що розглядають проблеми залучення молоді до підприємницької діяльності. Фундамент у вирішенні окремих проблем в рамках цього питання заклали такі науковці, як Т. Збрицька, Ю. Щотова, А. Левченко, І.Думанська; теоретичні напрацювання у сфері розв'язання проблем зайнятості молоді здійснені представниками економічної науки, зокрема Е. Лібановою, А. Колотом, І. Демченко, М. Долішнім, В. Петюхом, О. Грішновою. Проте, на нашу думку, недостатньо висвітленою залишається проблематика креативної індустрії, яка наразі є однією з передових галузей світової економіки за темпами розвитку [1, с. 196]. Тому дана публікація ставить за мету висвітлення значення креативної економіки не лише як засобу вирішення проблеми молодіжної зайнятості, а й як ресурсу модернізації та підвищення конкурентоспроможності національної економіки.

Аналіз тематичної літератури показує, що єдиного визначення для молодіжного підприємництва вчені не мають. Проте з упевненістю можна охарактеризувати його як вид економічної активності молоді, спрямований на досягнення економічних інтересів, розкриття творчого потенціалу та самореалізацію молоді [2, с. 53]. За підрахунками соціологів, лише близько 8-10% молодих українців задіяні у підприємницькій діяльності. Така низька, порівняно з розвиненими економіками світу, цифра пов'язана передусім як з низькою ефективністю вітчизняного законодавства та відсутністю дієвих програми сприяння малому бізнесу (які є нормою в європейських країнах) [1, с. 198], так і з низьким рівнем ініціативи та розуміння бізнес-культури серед населення. Також свою роль відіграє віддаленість системи освіти від умов бізнесу – студенти часто не в змозі отримати реальну практику діяльності за фахом або ведення бізнесу. Тому, окрім вирішення юридичних питань, необхідне підвищення якості підприємницької освіти через оновлення навчальних програм та підручників, а також втілення принципу відповідальності бізнесу, що в свою чергу дасть можливість готувати більш кваліфіковані кадри, які матимуть реальний досвід роботи.

Перспективною сферою започаткування власного бізнесу вважаємо галузі креативної економіки. Термін «креативна економіка» був вперше сформульований Джоном Хоукінсом в однойменній книзі у 2001 році, і означав передусім сукупність економічних систем, головною цінністю в яких були креативність та оригінальні інтелектуальні здобутки, а не традиційні ресурси на кшталт праці, землі та капіталу [3]. На думку Дж. Хоукінса, саме свобода і вільний ринок дають унікальну можливість перетворювати свої власні ідеї на товар чи послуги. У секторі креативних індустрій виділяють ряд груп: реклама; архітектура; художній та антикварний ринок; ремесла; дизайн; мода; виробництво кіно- та відеопродукції; програмування, в том числі створення розважальних та інтерактивних програм і комп'ютерних іграшок; музика; виконавчі мистецтва; видавнича справа; теле-, радіо- та Інтернет- трансляції [4]. Креативні індустрії визнаються та включаються в програмні документи ЄС протягом десяти років. На сьогодні креативна економіка – ширший сектор, який виходить за рамки традиційних мистецьких та культурних галузей та включає більшу кількість взаємопов'язаних видів діяльності та підгалузей – має потенціал, який визнається іншими міжнародними організаціями, такими як Рада Європи, різні організації системи ООН, а також національними, регіональними та місцевими органами влади та установами у всьому світі [5, с. 9]. Частиною креативної економіки є інфраструктурні одиниці, так звані креативні хаби: коворкінги, майстерні, інкубатори, лабораторії та кластери. Підприємництво в креативній економіці передбачає перетворення інтелектуального ресурсу в "творчий продукт", покращує показники розвитку економіки, створює нові робочі місця.

Ця галузь економіки є надзвичайно перспективною: у 2013 році на культурні та креативні індустрії припадало 3 % світового ВВП, вони забезпечують 29,5 млн. робочих місць у всьому світі. Європа є лідером у цьому секторі: згідно з показниками 2011 року, у ЄС частка основних креативних галузей у ВВП за доданою вартістю склала 558 млрд. євро – приблизно 4,4% від загального європейського ВВП, ці галузі забезпечують приблизно 8,3 млн. повних робочих місць (або 3,8 % від загальної їх кількості у Європі) [5, с. 9].

Залучення української молоді до підприємництва у креативній економіці є вигідним не лише через значні темпи розвитку галузі, але й тому, що вона не потребує значних капіталовкладень та наявності великої кількості матеріальних ресурсів. Необхідні в першу чергу знання та нові ідеї. Наявність високоінтелектуальних та кваліфікованих фахівців в Україні, сприяння динамічному розвитку стартапів й інноваційних парків дозволить

збільшити кількість робочих місць, які вважаються «креативними».

Глобалізація сучасного життя, доступ до цифрових технологій та технологічні зміни, викликані Четвертою промисловою революцією поступово змінюють основні галузі економіки, систему освіти, соціальні стандарти життя. Ми можемо звернутися до досвіду Індії, яка всього за декілька років перетворилася з аграрно-орієнтованої країни з мільйонами неписьмених громадян в регіонального промислового лідера та провідного гравця на ринку програмного забезпечення [1, с. 199]. Досягти цих результатів їм вдалося завдяки співпраці з американськими ТНК (General Electric і Citibank), що спрямували замовлення до індійських спеціалістів (значною мірою через невисоку вартість їх праці, що давало корпораціям змогу зекономити до 60% фактичної вартості контракту) та державним програмам заохочення іноземних інвестицій в національну економіку (звільнення від мита, відміна податку на прибуток для фірм-експортерів) упродовж 1990–2010 рр.

Отже, шлях розвитку креативної індустрії є безумовно вигідним для України. Це дозволить використати креативний, творчий потенціал та ідеї молоді, значно скоротити молодіжне безробіття, зменшити соціальне напруження та міграцію, дасть значний поштовх вітчизняній економіці без значних затрат матеріальних ресурсів. Але для реалізації цієї ідеї необхідно реформувати систему освіти в сторону залучення студентів до бізнес-практик та вирішити законодавчі проблеми, що перешкоджають роботі молодих підприємців. Керуючись успішним закордонним досвідом, ми зможемо досягти значних результатів в даній сфері.

### Список використаної літератури:

1. Думанська І.Ю. Молодіжне інноваційне підприємництво як національна доктрина модернізації економіки. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. 2013. № 4. т. 2. С. 194-200.
2. Левченко А.О., Янішевська А.В. Молодіжне підприємництво – перспективний шанс для молодих спеціалістів. *Наукові праці КНТУ. Економічні науки*. 2009. № 15. С. 52-56. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Npkntu\\_e\\_2009\\_15\\_10](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Npkntu_e_2009_15_10). (дата звернення 01.11.2018).
3. ОстріковаТ. Креативна економіка: що це таке та чому саме вона може врятувати Україну. URL: [https://24tv.ua/kreativna\\_ekonomika\\_shho\\_tse\\_take\\_ta\\_chomu\\_same\\_vona\\_mozhe\\_vryatuvati\\_ukrayinu\\_n1024780](https://24tv.ua/kreativna_ekonomika_shho_tse_take_ta_chomu_same_vona_mozhe_vryatuvati_ukrayinu_n1024780). (дата звернення 01.11.2018).
4. Культурні індустрії в сучасному місті. URL: <http://www.creativecities.org.ua/uk/creative-industries/texts/?newsid=22>. (дата звернення 01.11.2018).
5. Кристина Фарінья Розвиток культурних та креативних індустрій в Україні. URL: [https://www.culturepartnership.eu/upload/editor/2017/Research/Creative%20Industries%20Report%20for%20Ukraine\\_UA.pdf](https://www.culturepartnership.eu/upload/editor/2017/Research/Creative%20Industries%20Report%20for%20Ukraine_UA.pdf). (дата звернення 01.11.2018).