



Нова
українська
школа

РИЗИКИ



ПРИБУТОК



СТАРТ



ФІНАНСУВАННЯ



БІЗНЕС-ПЛАН



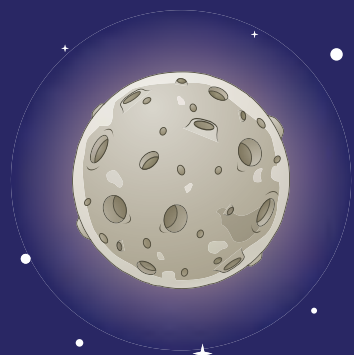
КОМАНДА



ПІДПРИЄМНИЦТВО
І ФІНАНСОВА ГРАМОТНІСТЬ

9

КЛАС



Яку систему
оподаткування обрати?

Що таке соціальна
відповідальність?

Навіщо
враховувати ризики?

Для чого
використовувати рекламу?

Як знайти
бізнес-ідею?

Що означає
«мислити економічно»?

Цікаво,
що потрібно знати,
щоб досягти успіху
в підприємстві?

Для чого управляти
фінансами?

Де взяти
гроші?

Коли застосовувати
цифрові технології?



ПІДПРИЄМНИЦТВО І ФІНАНСОВА ГРАМОТНІСТЬ

ПІДРУЧНИК
ДЛЯ 9 КЛАСУ
ЗАКЛАДІВ ЗАГАЛЬНОЇ СЕРЕДНЬОЇ ОСВІТИ

За загальною редакцією доктора економічних наук,
професора Анжели Кузнецової

*Рекомендовано
Міністерством освіти і науки України*

УДК 334.72+336]*кл9(075.3)

ПЗ6

Рекомендовано Міністерством освіти і науки України

(наказ Міністерства освіти і науки України від 27 січня 2026 року № 110)

ВИДАНО ЗА РАХУНОК ДЕРЖАВНИХ КОШТІВ. ПРОДАЖ ЗАБОРОНЕНО

Підручник реалізує модельну навчальну програму
«Підприємництво і фінансова грамотність. 8–9 класи» авторського колективу:
*А. Я. Кузнецова, А. І. Довгань, О. В. Часнікова, О. П. Шніцер, О. В. Тригуб,
Т. Д. Гірченко, О. В. Шабанова, А. М. Харченко, Н. Г. Нагайчук*

АВТОРСЬКИЙ КОЛЕКТИВ ПІДРУЧНИКА:

Анжела КУЗНЕЦОВА (Вступ, Теми 1–9, Висновки)

Олена СИДОРОВА (Тема 5, Тема 6)

Владислав МАСЛОВ (Тема 3, Тема 8)

Лариса СЛОБОДА (Тема 1, Тема 2)

Наталія ДУНАС (Тема 1, Тема 2)

Неля НАГАЙЧУК (Тема 2, Тема 5, Тема 7)

Олеся ШНІЦЕР (Тема 3, Тема 4)

Андрій ДОВГАНЬ (Тема 8, Тема 9)

Олена ЧАСНІКОВА (Тема 8, Тема 9)

Ірина СИНЯ (Тема 6, Тема 7)

Галина НАКОНЕЧНА (Тема 6, Тема 7)

Ірина СТЕЦІВ (Тема 4, Тема 5)

Галина ПОЛІКОВСЬКА (Тема 2, Тема 3, Тема 9)

Лілія КРИХОВЕЦЬ-ХОМ'ЯК (Тема 1, Тема 4)

Дизайн: *Анжела Кузнецова*

Інфографіка та художнє оформлення: *Владислав Маслов*

**Інтерактивний електронний додаток до підручника розміщено
на освітній платформі FAINO**



Електронний додаток:
реєстрація

<https://faino.school/>



Електронний додаток:
пряме посилання

<https://qr.orioncentr.com.ua/Zl8xP>

ISBN 978 966 991 511 5

© Кузнецова А. Я., Сидорова О. В.,
Маслов В. О., Слобода Л. Я.,
Дунас Н. В., Нагайчук Н. Г., Шніцер О. П.,
Довгань А. І., Часнікова О. В.,
Синя І. А., Наконечна Г. М., Стеців І. Р.,
Поліковська Г. Г.,
Криховець Хом'як Л. Я., 2026
© УОВЦ «Оріон», 2026

ЗВЕРНЕННЯ: ДО ВСІХ, ХТО ПРАГНЕ ПЕРЕТВОРИТИ ІДЕЮ НА ЗІРКОВИЙ УСПІХ	5
ВСТУП: МАНДРУЄМО РАЗОМ ВСЕСВІТОМ ПІДПРИЄМНИЦТВА.....	9
РОЗДІЛ І. ПІДПРИЄМЛИВІСТЬ І ПІДПРИЄМНИЦТВО.....	17
Тема 1. ЕКОНОМІЧНИЙ СПОСІБ МИСЛЕННЯ	18
Досвід 1. Як економічний спосіб мислення впливає на формування підприємницьких якостей?	19
Досвід 2. Як правильно розпланувати час на заняття підприємницькою діяльністю?	29
Досвід 3. Чому бізнес-етикет і ділова репутація важливі для підприємницької діяльності?	35
Тема 2. ШУКАЄМО БІЗНЕС-ІДЕЮ. СТВОРЮЄМО БІЗНЕС-КОМАНДУ	44
Досвід 1. Для чого досліджувати ринок, як знайти бізнес-ідею?	45
Досвід 2. Як створити успішну команду для реалізації бізнес-ідеї?	54
Досвід 3. Як знайти хороших партнерів?	61
Тема 3. ДЕ ВЗЯТИ ГРОШІ ДЛЯ РЕАЛІЗАЦІЇ БІЗНЕС-ПРОЄКТУ	70
Досвід 1. Які переваги і недоліки використання власних коштів для створення бізнесу?	71
Досвід 2. Як запозичення впливають на створення бізнесу?	79
Досвід 3. Що таке альтернативне фінансування і як воно сприяє розвитку бізнесу?	95
Тема 4. УПРАВЛЯЄМО ФІНАНСАМИ В БІЗНЕСІ. ФОРМУЄМО БІЗНЕС-ПЛАН.....	112
Досвід 1. Як сформулювати бізнес-план?	113
Досвід 2. Як капітал, доходи і витрати впливають на ефективність бізнесу?	118
Досвід 3. Що таке енергоаудит і програми енергозбереження?	126
Тема 5. РИЗИКИ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ	133
Досвід 1. Як ризики впливають на бізнес?	134
Досвід 2. Що таке ризики загрози реалізації бізнес-ідеї?	141
Досвід 3. Які є способи захисту від ризиків?	148

Тема 6. РЕКЛАМА ТА КОМУНІКАЦІЇ — РУШІ БІЗНЕСУ 159

- Досвід 1. У чому полягає ефективність реклами для бізнесу та каналів її поширення? 160
- Досвід 2. Як комунікації формують взаємодію у бізнесі? 167
- Досвід 3. Як соціальні мережі можуть впливати на успішність бізнесу? 176

РОЗДІЛ II. СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ БІЗНЕСУ ТА ВІДНОСИНИ З ДЕРЖАВОЮ 185

Тема 7. СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ БІЗНЕСУ 186

- Досвід 1. Що таке соціальна відповідальність бізнесу? 187
- Досвід 2. Чому бізнес займається волонтерством? 195
- Досвід 3. Що таке благодійництво, меценатство, спонсорство, і яке його значення для бізнесу? 201
- Досвід 4. Як корпоративна соціальна відповідальність впливає на розвиток бізнесу? 206

Тема 8. ОПОДАТКУВАННЯ БІЗНЕСУ ТА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ЗА ЗОБОВ'ЯЗАННЯМИ 215

- Досвід 1. Що таке державні податки? 216
- Досвід 2. У чому сутність місцевих податків і для чого їх сплачувати бізнесу? 224
- Досвід 3. Що означає податкове стимулювання для розвитку бізнесу? 229
- Досвід 4. Яка відповідальність за ухилення від сплати податків? 237

Тема 9. ЦИФРОВІ ТЕХНОЛОГІЇ ДЛЯ ВЕДЕННЯ БІЗНЕСУ 242

- Досвід 1. Що таке цифровізація та Інтернет речей у бізнесі?... 243
- Досвід 2. Як функціонує «Держава у смартфоні»? 250
- Досвід 3. Що таке цифрові фінансові послуги та інструменти? 256
- Досвід 4. Як бізнес використовує штучний інтелект? 263

ВИСНОВКИ: ПІДКОРЮЄМО ПРОСТІР ВСЕСВІТУ ПІДПРИЄМНИЦТВА СПІЛЬНО! 271

ДОДАТОК 1 275

ДОДАТОК 2 280

ДОДАТОК 3 281

ГЛОСАРІЙ 283

КНИЖКОВА ПОЛИЦЯ 286

ДО ВСІХ, ХТО ПРАГНЕ ПЕРЕТВОРИТИ ІДЕЮ НА ЗІРКОВИЙ УСПІХ

Привіт! Ти тримаєш у руках підручник «Підприємництво і фінансова грамотність», який допоможе перетворити мрії на реальність і сформувану зоряну траєкторію успіху: у 8 класі Ти набув / набула досвіду з фінансової грамотності, щоб із його допомогою розвинути компетенції з підприємливості в 9 класі.

Стати успішним бізнесменом та успішною бізнес-леді — це пройти складний і тривалий шлях «крізь терни — до зірок», який варто розпочинати ще в школі. Створений колективом науковців, педагогів, успішних підприємців-практиків підручник «Підприємництво і фінансова грамотність. 9 клас» буде Твоїм бізнес-порадником та індивідуальним практичним консультантом на цьому шляху.

Як знайти власну ідею, що потрібно зробити, щоб перетворити її на стартап, як правильно сформувану бізнес-план, створити команду й організувати бізнес-процеси, щоб ідея переросла в успішний бізнес, — відповідь на ці й інші питання Ти знайдеш на сторінках цього видання.

Підручник складається з двох розділів, які об'єднують дев'ять тем (рис. 1). У межах цих тем Ти відкриєш для себе 30 нових досвідів.



Рис. 1. Структура курсу

Уяви, що Ти — астронавт / астронавтка, а Всесвіт Підприємництва — це Галактика з багатьма планетами. Щоб зрозуміти цей Всесвіт, потрібно відвідати всі планети, ознайомитися з особливостями кожної, вміло послуговуватися їхніми законами, обмеженнями та можливостями. Використай галактичну мапу Підприємництва і здійсни захопливу мандрівку його просторами (рис. 2).

Подорожуючи різними планетами, Ти засвоїш зміст фундаментальних понять, які допоможуть мислити економічно і підприємливо, розуміти, як знаходити цікаві бізнес-ідеї та втілювати їх на практиці. Ти ознайомишся зі способами залучення коштів для реалізації стартапів, підходами до ефективного управління доходами та витратами для формування прибутку, способами просування і популяризації бізнесу. Ти розумітимеш переваги систем оподаткування та навчишся правильно обирати найкращу для ефективного ведення власної справи, дізнаєшся про особливості застосування цифрових технологій у підприємницькій діяльності, знатимеш, чому бізнес має дбати про корпоративну соціальну відповідальність.

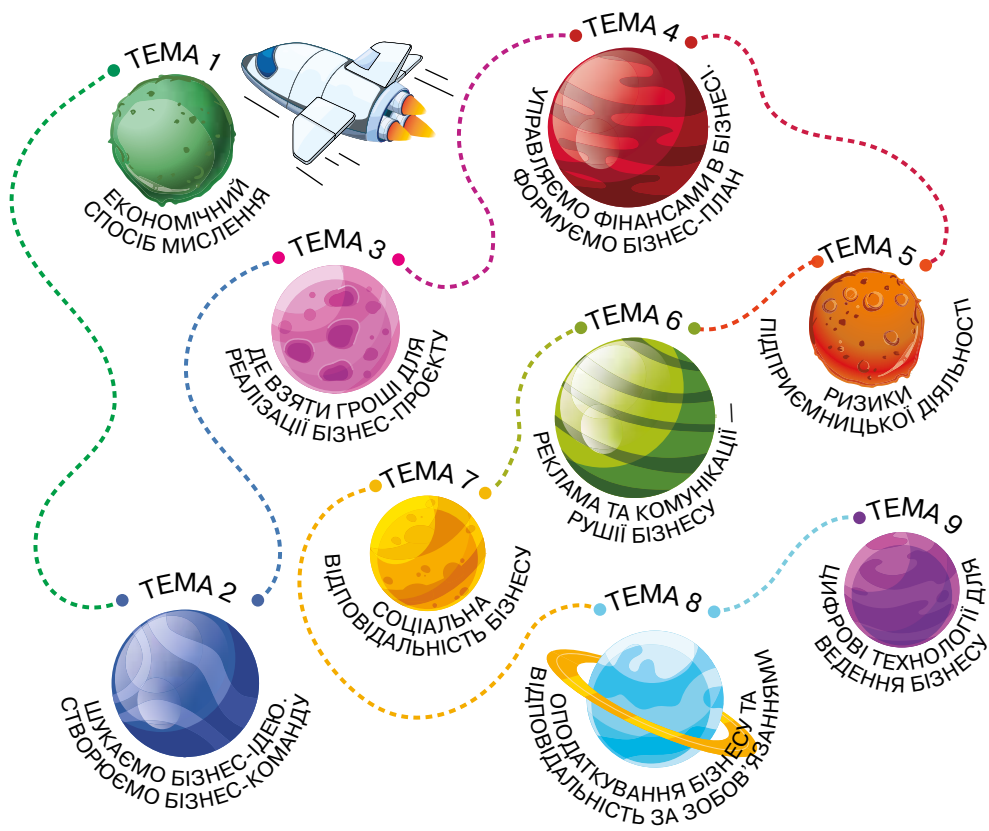


Рис. 2. Галактична мапа Підприємництва

Щоб не загубитися в просторах Всесвіту Підприємництва і щоб набуття вмінь та навичок було для Тебе зрозумілим і цікавим — лови метеоритний дощ з активностей-підказок, які використано в цьому підручнику:

ПІЗНАЄМО

Невелика за обсягом інформаційна частина.

ЦІКАВІ ФАКТИ

Цікавинки, які допоможуть поглибити розуміння основної інформації.

ПРАЦУЄМО З ІНФОРМАЦІЄЮ

Посилання на електронні джерела та сайти, відео чи інформаційні матеріали, за допомогою яких можна здобути більше знань.

ДОСЛІДЖУЄМО

Завдання, які передбачають індивідуальну чи командну роботу для обговорення і вирішення конкретної проблемної ситуації.

ПРАКТИКУЄМО

Завдання або кейси, які допоможуть на практиці вирішувати навчальні та життєві проблеми.

ДИСКУТУЄМО

Проблемні питання чи ситуаційні завдання, які можуть мати кілька способів розв'язання і потребують аргументованих відповідей.

РОБОТА В ПАРІ / ГРУПІ

Ситуаційне завдання на вироблення колективного рішення.



МОДЕЛЮЄМО

Мотивовані завдання, які передбачають обговорення та моделювання поведінки для ухвалення виважених рішень.



ПЕРЕВІРЯЄМО

Узагальнювальні або тестові завдання, спрямовані на самоперевірку здобутих знань.



ПІДСУМОВУЄМО

Стислі тези найважливішої інформації.



ОЦІНЮЄМО

Уточнювальні питання, які дозволять зрозуміти повноту та рівень засвоєння здобутих знань і набутих навичок.

У цій незвичайній космічній подорожі Ти навчишся не втрапляти до «чорних дір» невизначеності та ризиків, умітимеш розраховувати оптимальну траєкторію свого космічного руху, щоб разом з унікальною, надійною командою бізнес-астронавтів у найкоротший час дістатися до своєї заповітної бізнес-зірки.

Пам'ятай, бізнесменами та бізнес-леді не народжуються — ними стають, невинно навчаючись і працюючи над собою!

Відкинь побоювання та нерішучість!

10... 9... 8... 7... 6... 5... 4... 3... 2... 1... Стартуємо!

З повагою — авторський колектив



Faino



Нова
українська школа



**ПІДПРИЄМНИЦТВО
І ФІНАНСОВА ГРАМОТНІСТЬ. 9 КЛАС**

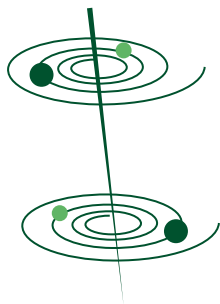
Інтерактивний електронний
додаток до підручника

<https://qr.orioncentr.com.ua/IB0Ro>



ВСТУП

МАНДРУЄМО РАЗОМ ВСЕСВІТОМ ПІДПРИЄМНИЦТВА



Цілься в Місяць. Навіть якщо схибиш,
все одно залишишся серед зірок.

Сесілія Агерн, ірландська письменниця

Бізнес — справа чесних людей. Нічого йти
в бізнесмени, якщо маєте в душі тільки мрію
про багатство. Потрібні ще совість, знання
і порядність.

Петро Яцик, канадський підприємець українського
походження, меценат

- ♦ Чи відчуваєш Ти в собі задатки підприємливої людини?
- ♦ Що Тобі потрібно знати і вміти, щоб розпочати власний бізнес?
- ♦ Які типи підприємницьких структур Тобі відомі?

ПІЗНАЄМО

Мабуть, Тобі знайоме висловлювання «Підприємець бачить можли-
вості там, де інші бачать лише проблеми». Воно належить амери-
канському підприємцю та бізнес-консультанту Майклу Герберу, який
дуже вдало акцентував увагу на найголовнішій рисі підприємливої
людини. У Твоєму оточенні, безперечно, є такі люди.

Не всі вміють перетворювати проблеми на можливості, тому не всі
можуть бути підприємцями та підприємницями. Проте хіба не варто
спробувати? Якщо Тобі сподобається і Ти маєш хист, то навіщо чекати
багато років, якщо можна розпочати, навчаючись у школі.

У 8 класі Ти сформував / сформувала компетентність із фінансової
грамотності. Щоб визначитися, чи бізнес — це Твоє покликання та
майбутнє, потрібно здобути додаткові знання, набути умінь і практич-
них навичок підприємливої людини, щоб змогти правильно організу-
вати підприємницьку діяльність.

ЦІКАВІ ФАКТИ



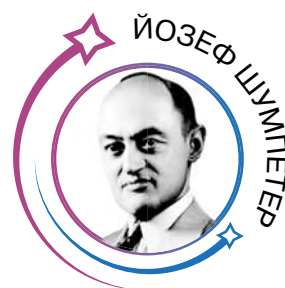
Річард Кентіллон, ірландський економіст і банкір, 1730 року вперше ввів у вжиток термін «підприємець», трактуючи його як людину, яка купує засоби виробництва за певну ціну, щоб виробити продукцію, продати її з прибутком. Він уважав головною рисою підприємця — готовність до ризику, а підприємництво — діяльністю, пов'язаною з ризиком.

Адам Сміт, англійський економіст, засновник сучасної економічної теорії, автор головних принципів підприємництва. Сміт розглядав підприємців як ос новних рушіїв економічного прогресу. Його ідеї про вільну конкуренцію та важливість ефективного використання ресурсів стали основою розвитку підприємницької діяльності.



Пітер Друкер, американський учений економіст, започаткував концепцію підприємця як «людини, яка створює зміни». Його роботи зосереджені на визначенні цілей підприємства, дослідженні ринків, продукції, прибутку, ресурсів та інновацій. Друкер запропонував цілісну систему управління, що робить його батьком сучасної науки менеджменту.

Йозеф Шумпетер, австрійський економіст, описував підприємця як «агента інновацій», здатного до великої активності, ризику та стратегічного мислення. Шумпетер розглядав підприємця не лише як власника бізнесу, а як інноватора, який впроваджує новітні досягнення для створення нових продуктів, послуг або процесів.



Вищезгадані науковці, а згодом й інші економісти виокремили риси, притаманні людині, яка може зробити успішну кар'єру в галузі підприємництва.

Розвиток підприємництва у світі проходив п'ять етапів становлення, кожен з яких мав свої особливі риси та пріоритети (див. рис. 3).



Рис. 3. Етапи розвитку підприємництва

Розвиток підприємництва в Україні відбувався по-іншому. Радянська влада фактично знищила українських підприємців. Тому коли у світі підприємництво переживало II і III етапи розвитку, в Україні відбувалася масова націоналізація й арешти заможних людей, які мали власну справу. А коли підприємництво у світі переживало IV етап — постіндустріальний розвиток, — в Україні слова «підприємець» і «бізнесмен» взагалі були викреслені з ужитку, а люди, які намагалися розпочати власний бізнес, ототожнювалися зі злочинцями та відбували покарання у в'язницях. Це на кілька десятиліть загальмувало розвиток українського бізнесу.



ПІЗНАЄМО

Розглянь детальніше етапи розвитку підприємництва у світі.

Етап I. Період первинного нагромадження капіталу (кінець XVIII ст. – кінець XIX ст.).

Основною метою підприємців було створення нових технологій і нарощування виробництва задля завоювання ринків та максимізації прибутку. У цей час підприємець діяв як новатор, фінансист та інвестор, який скеровував ресурси в найприбутковіші галузі. Саме в цей період виникли перші фабрики й мануфактури, а також сформувалися такі видатні бізнесмени, як Ендрю Карнегі (сталеливарна промисловість) і Джон Рокфеллер (нафта), які заклали основу сучасного бізнесу. Упродовж цього етапу бурхливо формуються банківська система й фінансові біржі.



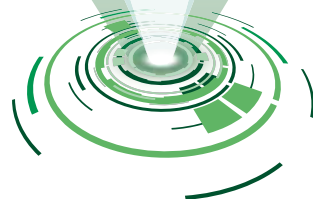
нові
технології



нарощування
виробництва



максимізація
прибутку



масове
виробництво



зниження
собівартості



підвищення
ефективності



Етап II. Індустріальний розвиток (початок XX ст. – 1930-ті роки).

Підприємницька діяльність зосереджена на організації масового виробництва, зниженні собівартості продукції та підвищенні ефективності. Пріоритет надавався раціоналізації процесів, а підприємець був управлінцем і оптимізатором виробництва. Символом цього етапу стає Генрі Форд — він не лише впровадив конвеєр, а й зробив автомобілі доступними для середнього класу, змінивши споживчу модель усього суспільства.

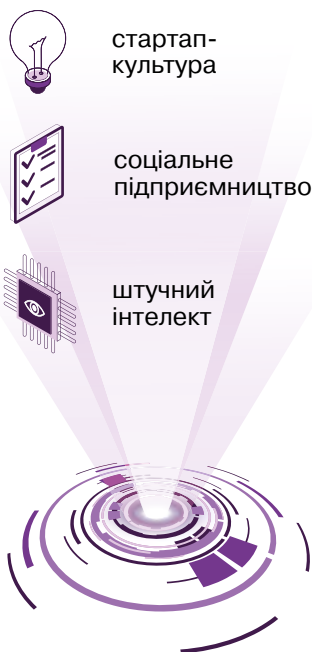
Етап III. Післякризовий перехід — маркетингова орієнтація (1930-ті – 1950-ті роки).

Акцент змістився з виробництва продукції на її збут. Успішність підприємництва залежала вже не лише від того, що і як виробляється, а від уміння продати — через рекламу, формування попиту, вивчення споживача. Підприємець став стратегом ринку. У США активно розвиваються супермаркети, бренди вперше починають впливати на вибір споживача через рекламу. Компанія «Coca-Cola» в цей період стала одним із перших глобальних брендів, що вкладала мільйони в рекламу.



Етап IV. Постіндустріальний розвиток (1950-ті – 1980-ті роки).

У період після Другої світової війни головною метою підприємств стало не лише виробництво, а й задоволення потреб населення. З'явилася культура масового споживання, зросло значення маркетингу, брендування, якості життя. Підприємець цього етапу розвитку — це стратег із просування товару. У 1960-х роках з'являються перші франчайзингові мережі — «McDonald's», «Burger King», «Domino's Pizza», що змінює, власне, підхід до підприємництва, даючи змогу запускати бізнес під відомим брендом. Стратегія «продаємо стиль життя» приходить на зміну простому продажу товару.



Етап V. Глобальний період (від 1990-х років – донині).

Підприємництво характеризується гнучкістю, динамізмом і здатністю швидко адаптуватися до змін. Успішний підприємець — це інноватор, стратег, який працює з технологіями, даними та глобальними ринками. Його головна сила — у передбаченні змін і вмінні реагувати на них швидше за конкурентів. Новими орієнтирами бізнесу стали розвиток стартап-культури, поява компаній-«єдинорогів» («Uber», «Canva», «Airbnb») й акцент на штучному інтелекті, сталому розвитку та соціальному підприємстві. Платформи для збирання коштів на фінансування проєктів на кшталт «Kickstarter» або «Patreon» відкрили нові моделі взаємодії зі споживачем і спільнотою.

ПРАЦЮЄМО З ІНФОРМАЦІЄЮ

Дізнайся більше цікавинок про видатних підприємців у Додатку 1 на с. 275 та ознайомся з порадами успішних бізнесменів для тих, хто прагне започаткувати власну справу в Додатку 2 на с. 280.

РОБОТА В ПАРІ / ГРУПІ

1. Оберіть одного представника / одну представницю з переліку нижче або з вашого регіону та підготуйте мініпроєкт про його / її досягнення в бізнесі.

- ♦ **Олена Вовк** (співзасновниця та голова Наглядової ради біотехнологічної компанії «Enzym Group»).
- ♦ **Євген Клопотенко** (перетворив талант у галузі кулінарії на успішний бізнес).
- ♦ **Ростислав Вовк** (співвласник компанії «Кормотех» — міжнародного виробника харчування для котів і собак).
- ♦ **Лідія Таран** (засновниця найбільшого благодійного медіапроєкту «Здійсни мрію» — втілює в життя мрії маленьких пацієнтів українських лікарень).
- ♦ **Андрій Худо, Дмитро Герасімов, Юрко Назарук** (співзасновники холдингу емоцій «!FEST» — мережі концептуальних авторських ресторанів і напрямів).

2. Оберіть на свій розсуд яскравого представника сучасного підприємництва — бізнесмена / бізнес-леді з вашого регіону, підготуйте і презентуйте класу мініпроєкт «Підприємництво навколо нас: як ідеї стають справою». Дослідіть, як його / її видатні бізнес-досягнення вплинули на економіку регіону.



У сучасному світі існує багато способів почати власну справу. Хтось працює самостійно, хтось створює невелику команду, а дехто керує великою компанією. Усі ці варіанти — це різні форми підприємництва, які відрізняються за масштабом, структурою та кількістю працівників.

Знати основні форми підприємництва важливо, тому що:

- ♦ це допоможе краще зрозуміти, який формат підходить саме Тобі;
- ♦ це — перший крок до свідомого вибору майбутньої професії чи створення власної справи.

За обсягами діяльності підприємницькі структури класифікують за чотирма основними групами, кожна з яких має свої переваги, слабкі сторони та можливості для зростання. Ознайомся з ними детальніше, розглянувши *рис. 4* на *с. 15–16*.

МІКРОПІДПРИЄМНИЦТВО (МІКРОБІЗНЕС)



Кількість осіб

<10



Річний дохід в еквіваленті

<2

млн євро



- Швидкість в ухваленні рішень
- Мінімальні витрати на управління
- Тісний контакт із клієнтами
- Робота в нішевих галузях



- Вузький сегмент ринку
- Обмежені ресурси
- Залежність від участі власника
- Високі ризики у разі зміни ринку
- Обмеженість залучення інвестицій

МАЛЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО (МАЛИЙ БІЗНЕС)



Кількість осіб

<50



Річний дохід в еквіваленті

<10

млн євро



- Гнучкість в ухваленні рішень
- Швидка адаптація до змін
- Тісний контакт із клієнтами
- Низькі витрати на управління



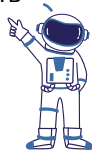
- Обмежені ресурси
- Вразливість до економічних криз
- Обмеженість у фінансуванні

СЕРЕДНЄ ПІДПРИЄМНИЦТВО (СЕРЕДНІЙ БІЗНЕС)



Кількість осіб

51–250



Річний дохід в еквіваленті

від 10 до 50
млн євро



- Більші фінансові можливості
- Системна організація
- Можливість виходу на інші ринки
- Професійний персонал



- Складніше керування
- Менше гнучкості
- Вищі юридичні та податкові вимоги
- Бюрократія в управлінні

ВЕЛИКЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО (ВЕЛИКИЙ БІЗНЕС)



Кількість осіб

понад 250



Річний дохід в еквіваленті

>50
млн євро



- Стабільність і масштаб
- Вплив на ринок
- Доступ до світових ресурсів
- Потужна команда і технології



- Складна структура управління
- Повільна реакція на зміни
- Високі витрати
- Сильний державний контроль

Рис. 4. Форми підприємництва

Однією з найпоширеніших форм ведення мікро- та малого бізнесу в Україні є Фізична особа-підприємець (ФОП).



ФОП — це фізична особа, яка офіційно зареєструвала власну справу та працює самостійно або з невеликою кількістю працівників.

Перевагами цієї форми організації бізнесу є: простота відкриття; низькі податки; менше звітності; гнучкий графік роботи.

До недоліків відносять: обмежені можливості зростання; менша довіра з боку великих компаній.



ПЕРЕВІРЯЄМО

Виконай тестові завдання в електронному додатку.

РОЗДІЛ І

////////////////

ПІДПРИЄМЛИВІСТЬ
І ПІДПРИЄМНИЦТВО





ТЕМА 1

ЕКОНОМІЧНИЙ СПОСІБ МИСЛЕННЯ

ОЗНАЙОМИВШИСЬ ІЗ МАТЕРІАЛАМИ ТЕМИ, ТИ БУДЕШ:

ЗНАТИ ТА РОЗУМІТИ:

- хто такий підприємець
- що таке підприємницька діяльність
- які риси притаманні підприємливій людині
- що таке економічне мислення
- що таке тайм-менеджмент

УМІТИ:

- визначати власні сильні сторони
- аналізувати приклади підприємницької діяльності та визначати основні чинники успіху
- працювати з інформацією, шукати ідеї для підприємництва, робити висновки

САМОСТІЙНО УХВАЛЮВАТИ МОТИВОВАНІ РІШЕННЯ:

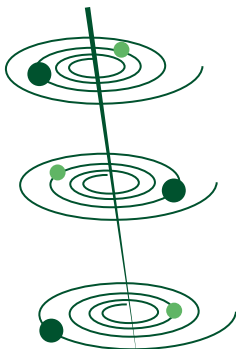
- щодо наслідків від своїх дій
- у простих життєвих чи підприємницьких ситуаціях

ВИРАЖАТИ СТАВЛЕННЯ:

- до якостей підприємця
- до зацікавленості бізнес-ідеями
- до розуміння сутності підприємництва та підприємливості, їх спільних і відмінних ознак
- до власних підприємницьких рис

ДОСВІД 1

ЯК ЕКОНОМІЧНИЙ СПОСІБ МИСЛЕННЯ ВПЛИВАЄ НА ФОРМУВАННЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКИХ ЯКОСТЕЙ?



Не чекай. Час ніколи не буде «ідеальним».

Наполеон Гілл, американський письменник, автор мотиваційної літератури з особистісного розвитку

Справжня сила — не в тому, щоб чекати кращих часів, а в тому, щоб творити їх власноруч.

Олена Теліга, українська поетка, діячка ОУН

Не обов'язково мати великі гроші, щоб почати. Варто мати ідею, віру і готовність працювати.

Ольга Руднева, засновниця і генеральна директорка травматологічного центру «Superhumans»

- ♦ Чи знаєш Ти, що успішні бізнеси часто починаються зі шкільної ідеї або хобі?
- ♦ Чи спадало Тобі на думку, що вже сьогодні можеш створити щось своє, навіть без стартового капіталу?
- ♦ Що спільного між блогером, продавцем домашньої випічки та власником ІТ-компанії?

ХТО ТАКИЙ ПІДПРИЄМЕЦЬ І ЯКОЮ Є ПІДПРИЄМЛИВА ЛЮДИНА?

ПІЗНАЄМО

Підприємництво відіграє важливу роль у житті сучасного суспільства. Саме завдяки підприємцям з'являються нові продукти, послуги та робочі місця. Підприємці рухають економіку вперед і створюють речі, які змінюють наш світ.

Чи замислювався / замислювалася Ти над тим, хто такий підприємець і чому підприємництво так цінується, як талант і навичка в усіх державах світу?



Насамперед варто розуміти, що **підприємець / підприємниця** — це людина, яка придумує ідею, створює власний бізнес і керує ним, працює на себе та самостійно вирішує, як заробляти гроші.

Унікальною рисою підприємця / підприємниці є те, що ця людина бачить можливості для розвитку власної справи, знаходить ресурси (гроші, людей, матеріали), ухвалює рішення й активно діє (займається

підприємницькою діяльністю) — щось створює або продає (товари або послуги), планує (скільки чого потрібно, зокрема коштів), не боїться ризикувати та працює, щоб отримати прибуток. Процес роботи підприємця має такий послідовний вигляд:

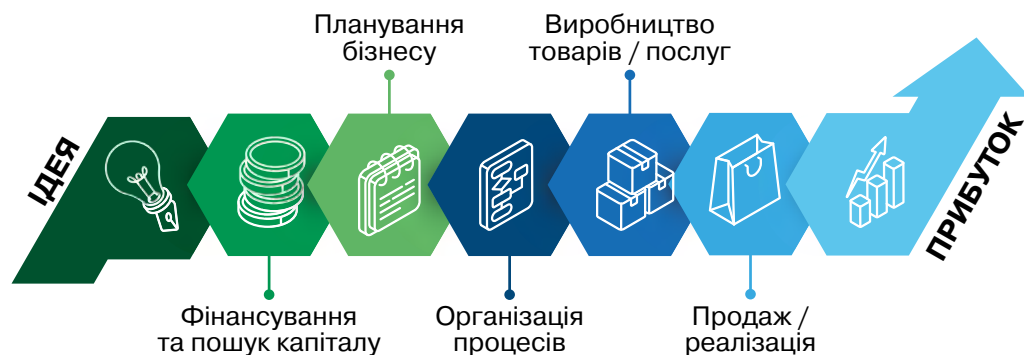


Рис. 5. Процес роботи підприємця

Наприклад, якщо хтось починає пекти торти вдома і продавати їх — це вже підприємець! Отже, підприємець — це як чарівник, що перетворює ідеї в справжню справу: магазин, кав'ярню, пекарню чи навіть комп'ютерну гру. Він самостійно придумує, організовує та працює, щоб його справа була успішною.

ЦІКАВІ ФАКТИ

- ♦ **Говард Шульц** (колишній генеральний директор компанії «Starbucks»). Під час подорожі Італією підприємець побачив кавові бари й вирішив створити щось подібне в США. Перші інвестори вважали, що «ніхто не платитиме 4 долари за каву».



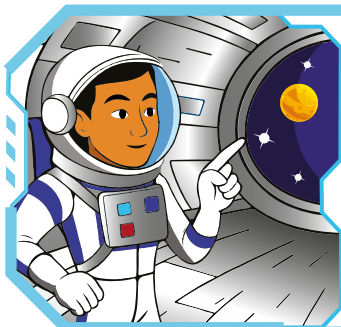
- ♦ **Юлія Матвієнко** (засновниця агробізнесу «Мами на ферма»). Основи власної справи заклала після повернення із зони проведення ООС у 2020 році. Вирощування курчат стало своєрідною реабілітацією після фронту.

ПРАЦЮЕМО З ІНФОРМАЦІЄЮ

Перейди за покликанням <https://qr.orioncentr.com.ua/dd5gX> або скористайся QR-кодом і дізнайся більше цікавих фактів про те, як розпочинали свій бізнес успішні підприємці.

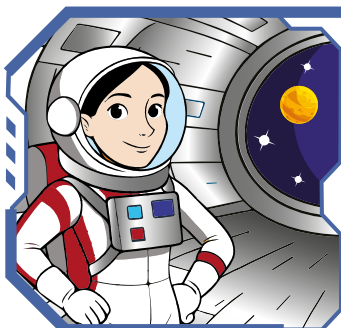


Розглянь основні риси, притаманні сучасному підприємцю (рис. 6 на с. 21–22).



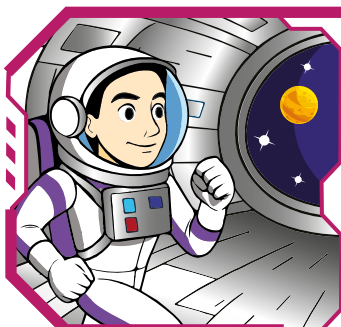
ІНІЦІАТИВНІСТЬ ТА ПРОАКТИВНІСТЬ

Підприємець не чекає, поки можливості самі прийдуть до нього, а активно шукає їх і створює. Він не боїться першим виступати з новими ідеями та пропозиціями



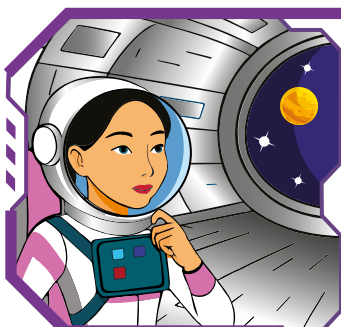
СПРИЙНЯТТЯ РИЗИКІВ

Підприємець уміє оцінювати ризики й ухвалювати обґрунтовані рішення. Він не боїться помилятися, а розглядає помилки як можливість для навчання та вдосконалення



ЦІЛЕСПРЯМОВАНІСТЬ І НАПОЛЕГЛИВІСТЬ

Підприємець чітко бачить майбутнє, здатний планувати та наполегливо працювати для досягнення поставлених цілей



АНАЛІТИЧНЕ МИСЛЕННЯ ТА СТРАТЕГІЧНЕ ПЛАНУВАННЯ

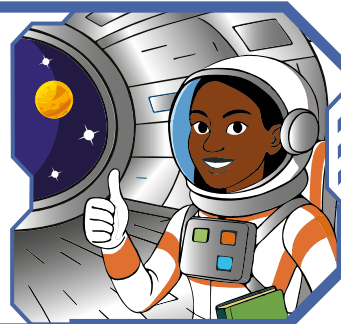
Підприємець уміє аналізувати ринкову ситуацію, оцінювати конкурентів і визначати стратегію розвитку свого бізнесу

**КОМУНІКАБЕЛЬНІСТЬ
І ЛІДЕРСЬКІ ЯКОСТІ**

Підприємець уміє ефективно спілкуватися з клієнтами, партнерами та командою, а також надихати й мотивувати інших

**ОСВІЧЕНІСТЬ Й ГОТОВНІСТЬ
ДО НАВЧАННЯ**

Підприємець уміє оцінювати ризики й ухвалювати обґрунтовані рішення. Він не боїться помилятися, а помилки розглядає як можливість для навчання та вдосконалення

**АДАПТИВНІСТЬ
І ГНУЧКІСТЬ**

Підприємець уміє швидко пристосовуватися до змін у зовнішньому середовищі, знаходити нові рішення та змінювати стратегії

**ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ**

Підприємець несе майнову й іншу встановлену законом відповідальність за завдану шкоду та збитки



Рис. 6. Портрет сучасного підприємця

ДИСКУТУЄМО

Обговори зі своїми однокласниками й однокласницями питання.

1. Чи кожна людина може стати підприємцем?
2. Чи можна бути підприємцем у школі? Наведи приклад.
3. Чи можуть бути підприємцями ті, хто займається мистецтвом або спортом?
4. Як, на Твою думку, зміниться світ, якщо всі стануть підприємцями?
5. Чи бували в Тебе ідеї, які могли б вирішити якусь проблему поруч?
6. Що, на Твою думку, означає бути підприємливою людиною сьогодні?

ПРАКТИКУЄМО

Виконай завдання в робочому зошиті. Знайди правильну відповідь, заповни пропущені етапи та вибудуй логічну послідовність процесу діяльності підприємця.

ПРАЦЮЄМО З ІНФОРМАЦІЄЮ 

Проаналізуй ситуації, перейшовши за покликанням <https://qr.orioncentr.com.ua/vgnre> або скориставшись QR-кодом, та виконай завдання в робочому зошиті.

ПЕРЕВІРЯЄМО

1. Виконай в електронному додатку вправу «Дорожня карта бізнесу» і тест «Чи Ти розумієш підприємництво?».
2. Виконай у робочому зошиті завдання. Продовж речення, обравши і доповнивши запропоновані варіанти.

ЩО ТАКЕ ЕКОНОМІЧНИЙ СПОСІБ МИСЛЕННЯ ТА ЯК ВІН СПРІЯЄ ПІДПРИЄМЛИВОСТІ?

ПІЗНАЄМО

У сучасному світі люди дедалі частіше шукають способи самостійно заробляти, втілювати власні ідеї та впливати на розвиток суспільства. Один із таких способів — це започаткування власної справи.

 **Підприємницька діяльність** — це систематична, організована діяльність людини, спрямована на виробництво товарів або надання послуг із метою отримання прибутку.

Наприклад, хтось створює та продає онлайн зроблені власноруч прикраси; робить світлини для шкільних заходів і заробляє на цьому; готує кекси чи смузі та продає їх на ярмарках.

Цінність підприємництва пов'язана з тим, що така діяльність:

- ♦ створює робочі місця;
- ♦ розвиває економіку держави;
- ♦ дозволяє людині бути незалежною та реалізовувати свої ідеї.

Для реалізації успішної підприємницької діяльності в Тебе має бути економічне мислення та підприємливість як талант.

Економічний спосіб мислення — це вміння логічно думати про вибір, ресурси, витрати й вигоди.

Якщо Ти розвиваєш такий спосіб мислення, то ставиш перед собою запитання:

- ♦ Що мені вигідніше зробити?
- ♦ Як використати час, гроші або зусилля якнайкраще?
- ♦ Що отримаю, якщо зроблю або так, або інакше?

Підприємливість — це здатність брати на себе ініціативу, бачити можливості, ухвалювати рішення та діяти, щоб досягти мети (наприклад, створити бізнес або втілити свою ідею).

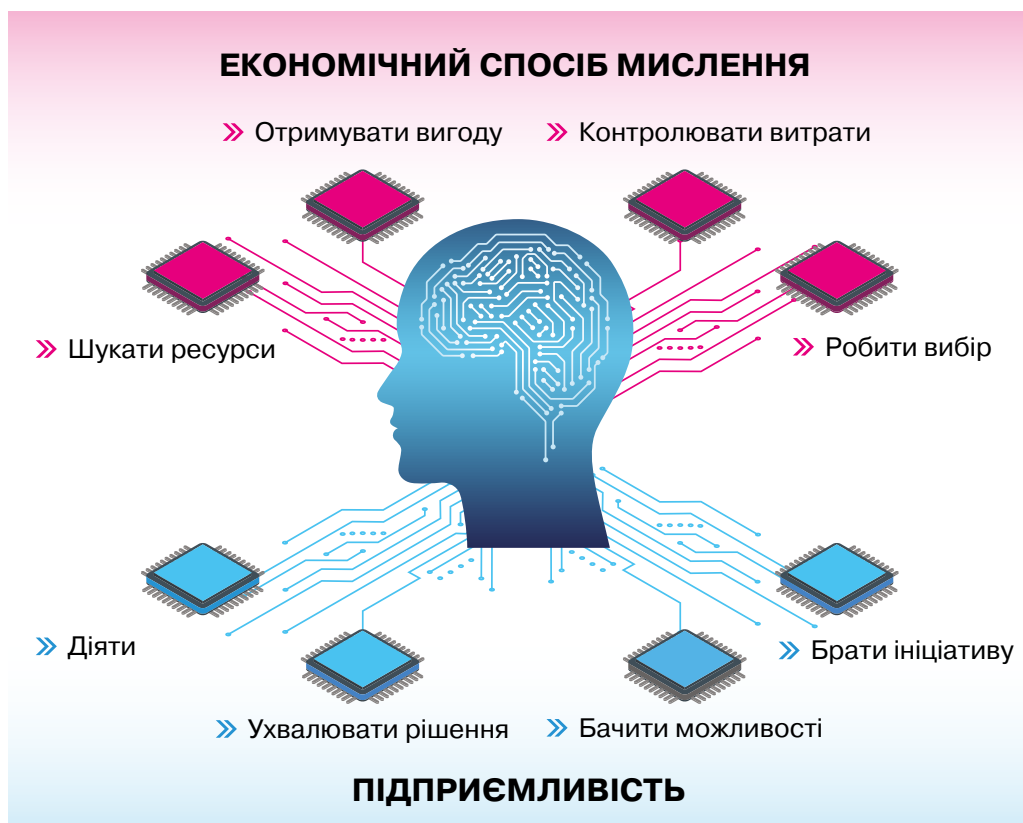


Рис. 7. Взаємозв'язок між економічним мисленням і підприємливістю

Між економічним мисленням і підприємливістю є прямий зв'язок (див. рис. 7 на с. 24).

♦ По-перше, справжній підприємець мислить економічно. Він має порахувати: скільки потрібно витратити, скільки може заробити, які будуть ризики або втрати.

♦ По-друге, підприємливість — це дія на основі економічного мислення. Спочатку Ти маєш обмірковувати й зважити ідеї та ресурси — це економічне мислення, а потім ухвалити рішення і починати діяти, тобто реалізовувати підприємливість.

♦ По-третє, спрямовувати ці навички для вирішення завдань у повсякденному житті. Навіть якщо Ти не підприємець, економічне мислення та підприємливість допомагають краще розпоряджатися грошима, вирішувати життєві завдання й ухвалювати мудрі рішення.

Отже, **економічне мислення** — це «як подумати правильно», а підприємливість — «як діяти сміливо». Разом вони допомагають досягати успіху в будь-якій справі.

Зверни увагу на відмінності між цими двома термінами, які ілюструє *таблиця 1*.

Таблиця 1

ЕКОНОМІЧНЕ МИСЛЕННЯ	ПІДПРИЄМЛИВІСТЬ
Аналізує, зважує, планує	Діє, ініціює, впроваджує
Що вигідніше?	Як утілити ідею?
Рациональне використання ресурсів	Використання можливостей
Ухвалює обґрунтовані рішення	Бере відповідальність за дію

Економічне мислення проявляється в певних ситуаціях по-різному, залежно від специфічних законів, яким воно підпорядковується та які враховують обставини, час, потреби, вподобання, обмеження тощо. Розглянь ці закони детальніше (рис. 8, с. 26).

РОБОТА В ПАРІ / ГРУПІ



Виконайте ситуаційні вправи:

1. «Я — клієнт. Я — підприємець».
2. «Я допомагаю вирішувати соціальні завдання».

Обговоріть у парі:

- ♦ Яку проблему вирішує ваш продукт або послуга?
- ♦ Яка у вас ідея? Що потрібно для її реалізації (гроші, матеріали, люди, приміщення тощо)?
- ♦ Які можуть бути ризики?
- ♦ Як ви зароблятимете гроші?



1 ВСЕ МАЄ АЛЬТЕРНАТИВНУ ВАРТІСТЬ — НАВІТЬ ТВІЙ ВІЛЬНИЙ ЧАС

Коли Ти вибираєш дивитися фільм замість того, щоб учити уроки або допомогти по господарству, — це теж економічне рішення! Усе, що Ти обираєш, має альтернативу, яку Ти втрачаєш.

Економісти називають це альтернативною вартістю. Навіть «нічого не робити» — це вибір із наслідками!



2 ЛЮДИ ДІЮТЬ РАЦІОНАЛЬНО... АЛЕ ПО-СВОЄМУ

Ти обираєш чипси замість здорової їжі? Це теж економічне мислення, проте Твої пріоритети — смак, а не здоров'я!

Економісти кажуть: люди діють відповідно до власних цілей, навіть якщо це здається нелогічним.



3 ЕКОНОМІКА — ЦЕ НЕ ТІЛЬКИ ПРО ГРОШІ

Коли Ти вирішуєш пограти в комп'ютер чи піти на прогулянку — ти теж мислиш економічно.

Економічне мислення — це про вибір: як використовувати свій час, енергію, ресурси, увагу чи дозвілля з друзями.



4 ЕКОНОМІКА — ЦЕ ГРА З ОБМЕЖЕНИМИ РЕСУРСАМИ

У грі «Minecraft» Ти маєш обмежені ресурси: дерево, їжу, блоки. Те саме — у реальному житті!

Економічне мислення — це як найкраще використати обмежені ресурси для досягнення своїх цілей.



5 БЕЗКОШТОВНИЙ СІК? ЙОГО НЕ БУВАЄ!

Якщо Тобі хтось дає «безкоштовний» напій у кав'ярні, то хтось інший за це вже заплатив. У світі немає нічого безкоштовного.

Економісти застерігають: «не буває безкоштовного обіду».

Рис. 8. Закони економічного розвитку

ЦІКАВІ ФАКТИ



- ♦ **Велосипеди проти заторів у Нідерландах.** В 1970 х роках Амстердам був перенасичений автомобілями, ставалися аварії, панували гамір і забруднення. Тоді уряд ухвалив економічне рішення: інвестувати не в дороги, а у велодоріжки. Нині це одне з найзручніших міст для велосипедистів!

Економічне мислення: замість дорогої автомобільної інфраструктури — недороге, масове, екологічне рішення, яке стало візитівкою країни.

- ♦ **Як шоколад врятував містечко Герші під час Великої депресії.** Під час економічної кризи в США (1930 ті роки) компанія «Hershey» не звільнила працівників, а найняла їх будувати школу, бібліотеку, парк. Це зберегло і компанію, і містечко.



Економічне мислення: замість скорочень — інвестиція в людей і розвиток міста, що принесла довгостроковий успіх.



- ♦ **«IKEA»: «Збери самостійно» — економічна революція.** Засновник компанії Інґвар Кампрад не міг дозволити собі дорогі меблі. Тоді він придумав, щоб покупці самостійно складали меблі вдома! Це знизило витрати та ціни.

Економічне мислення: замість витрат на логістику та складання — інновація у вигляді коробки з інструкцією. Це змінило весь ринок меблів.

- ♦ **Етномода з благодійним підтекстом.** Оксана Караванська замість замовлення нових тканин використує вінтажний одяг, поєднуючи вишивку, національний крій і сучасні силуети. Вона створила власну нішу, де є високий культурний і символічний капітал. Частину прибутку підприємниця спрямовує на допомогу пораненим. Це створює глибший сенс продукту: покупець отримує не лише сукню, а й відчуття дотичності до великого.



Економічне мислення: замість сліпого масштабування та короткострокових трендів — усвідомлений вихід на міжнародні подіуми через репутацію і стиль, забезпечення довготривалої цінності та стійкості бренду.

ДИСКУТУЄМО



Прочитай запитання та дай відповідь, чи Ти готовий стати підприємцем / готова стати підприємницею в майбутньому?

1. Який принцип економічного мислення є основним для довгострокового успіху будь якого бізнесу: максимізація прибутку чи створення цінності для клієнтів?
2. Чому підприємництво вважається важливим для розвитку держави?
3. Що важливіше для підприємця — економічне мислення чи підприємливість?
4. Що легше: почати власну справу чи підтримувати її розвиток?
5. Як ставитися до помилок у підприємницькій діяльності: як до поразки чи як до досвіду?
6. Чи варто починати власну справу ще в школі? Які переваги та ризики?

 ПРАКТИКУЄМО**1. Виконай у робочому зошиті:**

- ♦ дослідження «Порівняння розвитку підприємництва у різних державах»;
- ♦ вправу «Розпізнай риси підприємця»;
- ♦ завдання «Оцінюємо рівень власного сприйняття підприємницької діяльності за допомогою діаграми Венна».

2. В електронному додатку:

- ♦ розв'яжи економічну задачу;
- ♦ виконай завдання «Економічне мислення чи підприємливість?».

 ПЕРЕВІРЯЄМО**1. Перевір рівень власної обізнаності з теми. Виконай в електронному додатку тест для допитливих «Хто такий підприємець?».****2. Виконай в електронному додатку вправу «Маятник думок».** МОДЕЛЮЄМО**Змоделюй у робочому зошиті ситуацію.**

Ти хочеш створити власну справу (малий бізнес). Продумай та змоделюй свою підприємницьку діяльність, спираючись на економічне мислення та підприємливість.

 РОБОТА В ПАРІ / ГРУПІ**Виконайте завдання «Продуктова лінійка для школи».**

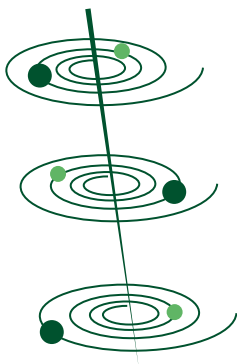
Уявіть, що ви хочете запустити невеликий бізнес, орієнтований на потреби учнів та учениць вашої школи. Вам потрібно розробити лінійку з трьох товарів чи послуг, які були б корисними і популярними серед однолітків.

 ПІДСУМОВУЄМО

1. Підприємець — це людина, яка створює ідею, організовує процес і працює для досягнення прибутку, проявляючи ініціативність, відповідальність, креативність і готовність до ризику.
2. Економічний спосіб мислення — це здатність аналізувати ситуації, зважувати витрати та вигоди, раціонально використовувати ресурси й ухвалювати обґрунтовані рішення.
3. Підприємливість — це активна дія, вміння бачити можливості, ухвалювати рішення та реалізовувати ідеї в реальному житті.
4. Економічне мислення та підприємливість взаємопов'язані: одне допомагає обміркувати, інше — діяти і досягати успіху.
5. Економічне мислення корисне щодня — навіть обираючи, як витратити час, гроші чи зусилля якнайкраще.

ДОСВІД 2

ЯК ПРАВИЛЬНО РОЗПЛАНУВАТИ ЧАС НА ЗАНЯТТЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ?



Хто не цінує свого часу — той втрачає своє життя.

Григорій Сковорода, український філософ, богослов, поет, байкар, педагог

Не час керує тобою — а ти ним, якщо знаєш, куди йдеш.

Оксана Забужко, українська письменниця, поетеса, публіцистка, викладачка

Ти сам створюєш свій шлях, тож і відповідальність — твоя.

Ліна Костенко, українська поетеса шістдесятниця, письменниця, громадська діячка

- ♦ Чи часто Тобі не вистачає часу?
- ♦ Чи складаєш Ти список справ на день?
- ♦ Чи хочеш Ти мати більше вільного часу?

ЩО ТАКЕ ТАЙМ-МЕНЕДЖМЕНТ?

ПІЗНАЄМО



У сучасному світі час — це один із найцінніших ресурсів. Особливо це важливо для активних і цілеспрямованих людей, які хочуть усе встигнути й досягти успіху. Саме тому важливо навчитися правильно розпоряджатися своїм часом.

Тайм-менеджмент — це вміння ефективно планувати, організовувати й використовувати свій час, щоб досягати поставлених цілей і не витрачати час даремно.

Це вміння планувати день так, щоб усе встигнути: і навчатися, і відпочивати, і займатися власними справами. Це як календар у Твоїй голові, який допомагає розставити пріоритети, не витрачати час даремно та бути більш успішним. Це навичка, яка корисна не лише підприємцям, а й кожному, хто хоче бути організованим і досягати результатів.

Час — це ресурс для підприємця, це як гроші. Якщо його витратити марно — прибутку не буде.

Щоб здобути навички планувати свій час, потрібно навчитися його цінувати!

Зверни увагу на *рис. 9*, де подані правила розумного витрачання часу для реалізації планів. Застосовуй їх у житті.



Рис. 9. Правила розумного витрачання часу для реалізації планів

Пам'ятай! Багатим стає не той, у кого більше грошей, а той, хто краще використовує свій час.

ЦІКАВІ ФАКТИ

♦ **Святослав Вакарчук:** фанат дисципліни й організованості. Фронтмен гурту «Океан Ельзи», активний громадський діяч і волонтер цінує кожну хвилину та по годинно сегментує свій день. «Без чіткого планування ти просто згориш на півдорозі. Коли ти одночасно займаєшся музикою, громадською діяльністю та ще й намагаєшся бути нормальним сином і другом — кожна хвилина має значення».



♦ **Марія Кюрі:** вчилася вночі, працювала вдень. Лауреатка двох Нобелівських премій не мала коштів на навчання в Парижі. Вона працювала гувернанткою вдень, а вчилася ночами, плануючи години для сну, на уки й роботи. Науковиця навчилася економити навіть хвилини, бо знала, що кожна секунда — це крок до мрії!

ПРАЦЮЄМО З ІНФОРМАЦІЄЮ 

Перейди за покликанням <https://qr.orioncentr.com.ua/ohSI1> або скористайся QR-кодом і дізнайся більше про те, як видатні особистості планували свій робочий час.

ДИСКУТУЄМО

Дай відповіді на запитання.

1. Чому час для підприємця є таким важливим ресурсом? Як неправильне управління часом може вплинути на успіх бізнесу?
2. Як Ти гадаєш, чи можна бути успішним підприємцем, якщо не приділяти увагу плануванню та управлінню своїм часом?
3. Як Ти розрізняєш важливі та термінові завдання у своєму житті? Чи легко Тобі визначати пріоритети?

ДОСЛІДЖУЄМО

Знайди в інтернеті приклади успішних підприємців або підприємниць, які використовують принципи тайм-менеджменту для досягнення бізнес-цілей. Розглянь їхні поради та стратегії планування часу. Які інструменти для тайм-менеджменту використовують лідери ринку?

ПЕРЕВІРЯЄМО

1. Перевір рівень власної обізнаності з теми. Виконай у робочому зошиті:

- ♦ завдання «Перевірка правильності розподілення свого часу»;
- ♦ ситуаційне завдання, пов'язане з історіями Даміра й Ольги, та заповни таблицю, даючи відповіді на запитання;
- ♦ вправу «Ребуси»;
- ♦ моделювальне завдання «Мій робочий день», уявивши, що Ти підприємець / підприємця та обравши одну із запропонованих ідей чи придумавши власну.

2. Виконай в електронному додатку:

- ♦ тест «Як ефективно використовувати час у бізнесі»;
- ♦ вправу «Правильно — неправильно».

РОБОТА В ПАРІ / ГРУПІ

На основі змодельованого вами робочого дня для реалізації власної бізнес-ідеї, який ви розпланували в робочому зошиті та створили у вигляді таблиці під час виконання попереднього завдання, обговоріть у групах питання:

1. Чи був робочий день ефективним?
2. Що можна змінити, щоби працювати краще?
3. Які завдання виявилися найважливішими?

ЯК НАВЧИТИСЯ ПЛАНУВАТИ СВІЙ ЧАС?

ПІЗНАЄМО

Кожному з нас щодня дається однакова кількість часу — 24 години. Але одні люди встигають за цей час дуже багато, а інші — майже нічого. У чому секрет? В умінні правильно планувати свій день і ставити пріоритети. Уміння цінувати свій час — це практична навичка, яку кожна людина вдосконалює впродовж власного життя. Ознайомся з простими кроками, які допоможуть Тобі керувати своїм часом, а отже — й успіхом у власному житті та підприємницькій діяльності (див. рис. 10).

ВЕДИ
ЩОДЕННИЙ ПЛАН

- навчання
- власна справа
- відпочинок
- особистий розвиток

НЕ ВІДКЛАДАЙ
НА ЗАВТРА (ПРАВИЛО «ЖАБИ»)

Почни день із найскладнішого завдання — «проковтни жабу». Потім справа просуватиметься набагато легше!

СТАВ
ЧІТКІ ЦІЛІ (SMART-МЕТОД)

- S** **КОНКРЕТНА:**
«Продати товар»
- M** **ВИМІРНА:**
«Заробити гроші»
- A** **ДОСЯЖНА:**
«Знайти клієнтів»
- R** **ВАЖЛИВА:**
«Визначити завдання»
- T** **ЧАСОВА:**
«Виконати в термін»

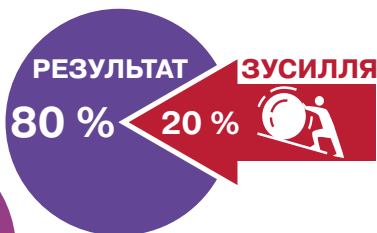
ВИКОРИСТОВУЙ
ПРИНЦИП ПАРЕТО (80/20)ПЕРЕВІРЯЙ
РЕЗУЛЬТАТ ЩОДЕННО

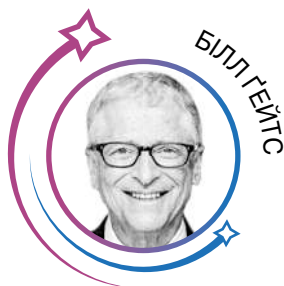
Рис. 10. Поради для раціонального керування своїм часом

ПРАЦЮЄМО З ІНФОРМАЦІЄЮ



Перейди за покликанням <https://qr.orioncentr.com.ua/Z0eTE> або скористайся QR-кодом і дізнайся, як діяти, щоб день минув легше.

ЦІКАВІ ФАКТИ



- ♦ **Білл Ґейтс** (засновник корпорації «Microsoft») щосені проводить «Тиждень мислення». Він усамітнюється з книгами, щоб обдумати важливі ідеї. Такий підхід допомагає не лише працювати, а й знаходити час на стратегічне планування.



- ♦ **Ярослава Гресь** (співзасновниця агенції «Gres Todorchuk») щоранку починає з того, що виписує в блокнот п'ять найважливіших завдань дня. Вважає, що тайм менеджмент — це інструмент проти вигорання.

Щоб допомогти Тобі здобути навички тайм-менеджменту та керувати таким важливим для підприємця ресурсом, як час, існує безліч цифрових інструментів: як-от додатки «Trello», «Google Calendar», «ToDoList». Проте Ти можеш використовувати простий блокнот або бізнес-планер, який допоможе візуалізувати справи дня, Твої цілі та досягнення. Успішним допоміжним інструментом може стати метод «Pomodoro», який передбачає, що на кожні 25 хвилин роботи має припадати 5-хвилинна перерва, яка допоможе Тобі переключитися від основних завдань.

ДОСЛІДЖУЄМО

Виконай у робочому зошиті дослідження «Чи ефективно Ти керуєш своїм часом»? На основі проаналізованих Тобою відповідей створи таблицю.

ПРАЦЮЄМО З ІНФОРМАЦІЄЮ



1. Перейди за покликанням <https://qr.orioncentr.com.ua/AnGfM> або скористайся QR-кодом і ознайомся з методом «Pomodoro». Поміркуй, у яких справах він може допомогти Тобі?



2. Перейди за покликанням <https://qr.orioncentr.com.ua/e9te3> або скористайся QR-кодом і прочитай інформацію про принцип Парето (правило 80/20). Наведи приклад із власного життя, де 20 % дій склали 80 % результату.

**ПЕРЕВІРЯЄМО**

1. Розв'яжи в робочому зошиті ситуаційне завдання «Як правильно застосувати принцип SMART або правило “жаби”, щоб досягти бажаного результату».
2. Перевір рівень власної обізнаності з теми. В електронному додатку виконай:
 - ♦ тест «Тайм менеджмент у дії»;
 - ♦ вправу «Приклади управління часом».

**МОДЕЛЮЄМО**

Змодельуй у робочому зошиті:

1. Завдання «SMART ціль для власного мінібізнесу або проєкту»; результати запиши в таблицю.
2. Порадник для себе «Як навчитися ефективно керувати часом?».

**ДОСПІДЖУЄМО**

Виконай в електронному додатку вправи:

1. «Організований підприємець».
2. «Порада для Даміра».

**РОБОТА В ПАРІ / ГРУПІ**

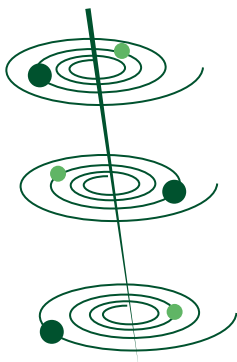
Об'єднавшись у команди, зіграйте в гру «Обмін цінностями». Обговоріть:

- ♦ які цінності виявилися найбільш затребуваними?
- ♦ як учасники команди ухвалювали рішення про обмін?
- ♦ які цінності можуть комбінуватися для досягнення бізнес цілей?

**ПІДСУМОВУЄМО**

1. Час є одним із найважливіших ресурсів, особливо для тих, хто прагне досягти успіху. Тайм-менеджмент допомагає організовувати день так, щоб встигати і працювати, і відпочивати.
2. Щоби правильно керувати своїм часом, варто ставити цілі, планувати день і не відволікатися.
3. Планування допомагає підприємцям краще розвивати власну справу, ухвалювати рішення та діяти вчасно.
4. Для ефективного використання часу можна застосовувати як цифрові додатки, так і звичайні щоденники або планери.

ДОСВІД 3

ЧОМУ БІЗНЕС-ЕТИКЕТ І ДІЛОВА РЕПУТАЦІЯ ВАЖЛИВІ
ДЛЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ?

Добре ім'я дорожче за багатство.

Народна мудрість

Побудова гарної репутації вимагає зусиль, терпіння і часу.

Дебора Дей, засновниця та генеральна директорка студії стратегічного маркетингу й цифрового контенту «Innovate By Day»

Потрібно багато добрих учинків, щоб створити хорошу репутацію, і лише один поганий, щоб її втратити.

Бенджамін Франклін, один із засновників США, політичний діяч, дипломат, науковець, письменник, журналіст

- ♦ Як Ти думаєш, чому дехто стає успішним у бізнесі, а хтось — ні, навіть якщо має однаковий старт?
- ♦ Чи може «перше враження» вплинути на Твою кар'єру або бізнес?

ЩО ТАКЕ БІЗНЕС-ЕТИКЕТ ТА ДІЛОВА РЕПУТАЦІЯ?

ПІЗНАЄМО



У сучасному бізнес-середовищі особливу цінність мають бізнес-етикет і ділова репутація. Від того, наскільки просто, чесно, відкрито Ти вмієш взаємодіяти з іншими людьми, залежать прибутковість бізнесу та Твоє професійне зростання.

Бізнес-етикет — це правила поведінки, спілкування і зовнішнього вигляду в діловому середовищі.

Він допомагає людям поважати одне одного і будувати довіру. Простіше кажучи: це як «гарні манери» у світі бізнесу.

Твій успіх у ділових колах залежить від того, чи дотримуватимешся Ти основних правил бізнес-етикету (рис. 11, с. 36).



Рис. 11. Правила бізнес етикету

Успішне дотримання правил бізнес-етикету в довгостроковому періоді створює Тобі ділову репутацію.

Ділова репутація — це те, що інші думають про Тебе як про підприємця або власника бізнесу.

Це Твоя «оцінка» або візитівка в очах клієнтів, партнерів і суспільства. На діловій репутації формується сучасний підхід до профайлінгу — особистого профілю або профайлу Твоєї компанії.

Створити хорошу ділову репутацію Тобі допоможе систематичне дотримання таких правил:

- ♦ Ти завжди чесний / чесна і виконуєш обіцянки.
- ♦ Пропонуєш хороший товар чи якісну послугу.
- ♦ Поважаєш клієнтів та партнерів.
- ♦ Уникаєш скандалів і конфліктів.
- ♦ Вмієш визнавати помилки та виправляти їх вчасно.

Пам'ятай! Гарна репутація формується роками, а зіпсувати її можна за одну мить.

ДИСКУТУЄМО **1. Розглянь ситуації та дай відповіді на запитання.**

Ситуація 1. Клієнт залишив негативний відгук про товар / послугу, хоча Ти впевнений / впевнена, що все зроблено правильно.

- ♦ Як Ти відреагуєш?
- ♦ Чи публічно відповідатимеш на цей коментар?
- ♦ Яке рішення допоможе зберегти Твою ділову репутацію?

Ситуація 2. Роздратовані клієнти Тебе провокують на неввічливу поведінку.

- ♦ Які є «межі» чемності в бізнесі?
- ♦ Як залишатися професіоналом, коли маєш справу з нетолерантними людьми?

2. Як Ти розумієш твердження «Успішним підприємцем може стати лише той, хто має гарну ділову репутацію».

- ♦ Чи погоджуєшся Ти із цим твердженням? Якщо так, то чому?
- ♦ Чи можуть підприємці без репутації або навіть із негативною репутацією бути успішними? Наведи приклади із життя.

ПРАКТИКУЄМО **У робочому зошиті виконай:**

Завдання 1. Розглянь ситуації та обери відповідь. Поясни свій вибір. Після виконання завдання розкажи, як ці ситуації показують, що Твоя ділова репутація формується не лише в офісі чи під час продажів, а й у соцмережах, спілкуванні з клієнтами та навіть тоді, коли щось стається не за планом.

Завдання 2. «Основи бізнес-етикету та ділової репутації».

ПЕРЕВІРЯЄМО

Перевір рівень власної обізнаності з теми. В електронному додатку виконай:

1. Тест «Бізнес етикет і ділова репутація».
2. Вправу «Правда — неправда».

МОДЕЛЮЄМО **1. Зіграй у рольову гру «Бізнес-зустріч».**

Ти проводиш зустріч із потенційним партнером із Південної Кореї.

Завдання: склади короткий діалог (5–7 реплік), у якому проявляються основи бізнес етикету: ввічливість, пунктуальність, чітке спілкування, охайний вигляд, дотримання домовленостей.

2. Створи етикет-кейс.

Один із працівників компанії постійно запізнюється на онлайн зустрічі, інший перебуває клієнтів під час розмов.

Завдання: склади короткий план внутрішнього етикет кейсу для навчання працівників компанії (5 пунктів), що допоможе покращити ділову культуру.

ЯК ЕНЕРГОЕТИКЕТ ВПЛИВАЄ НА ДІЛОВУ РЕПУТАЦІЮ?

ПІЗНАЄМО

Практика ведення сучасного бізнесу у європейських країнах показує важливість дотримання принципів енергоетикету й ощадливого ставлення до ресурсів — природних, людських, фізичних, психоемоційних, часу, грошей тощо.

Енергоетикет — це правила і звички відповідального використання енергії в бізнесі та повсякденному житті. Це частина екологічної свідомості й сталого розвитку підприємця, громадянина, компанії, держави.

Тобто енергоетикет — це коли компанія або підприємець дбає про природу, не марнує енергію, економить електроенергію, воду і тепло.

Енергоетикет є одним із принципів зеленої економіки.

Зелена економіка — це такий спосіб розвитку економіки, за якого зберігається природа, раціонально використовуються ресурси та кожна діяльність не шкодить довкіллю і майбутнім поколінням.

Розглянь *рис. 12*, де показано основні складові зеленої економіки.



Рис. 12. Складові зеленої економіки

Особливо важливу роль енергоетикет відіграє для бізнесу, оскільки його дотримання в підприємницькій діяльності:

- ♦ зменшує витрати — економія електроенергії зумовлює збільшення прибутку;
- ♦ покращує репутацію — клієнти цінують відповідальний бізнес, який має соціальну значущість;
- ♦ зберігає довкілля — кожна енергія, не витрачена дарма, зменшує шкоду для природи;
- ♦ відповідає світовим трендам — розвиток сталого бізнесу сьогодні в тренді та показує цінності для майбутніх поколінь!

Для молодих підприємців особливо цінним є дотримання простих правил формування енергоетикету в бізнесі, а саме:



Рис. 13. Правила формування енергоетикету

Пам'ятай! Використовуй природне освітлення там, де це можливо.
Бути підприємцем — означає не тільки заробляти, а й відповідально діяти!

Дотримання енергоетикету в бізнесі допомагає досягти енергоефективності та закріпити екозвички.

Енергоефективність — це коли Ти використовуєш менше електроенергії, тепла чи води, але отримуєш той самий результат.

Наприклад: енергоощадна лампа світить так само яскраво, але має меншу потужність споживання. Це допомагає економити ресурси,

менше шкодити природі та знижує витрати. Бізнес, що працює енерго-ефективно, не тільки заощаджує, а й дбає про майбутнє.

Завдяки екозвичкам Ти можеш дбати про довкілля та зберігати чистоту планети.



Екозвички — це прості щоденні дії, які зменшують шкоду для довкілля.

Наприклад: сортувати сміття, не брати зайві пакети, використо-вувати пакування багаторазово. Якщо бізнес також упроваджує такі звички — він допомагає зменшити відходи, забруднення і робить світ чистішим.

Енергоефективність та екозвички формують соціальну відповідаль-ність бізнесу.



Соціальна відповідальність бізнесу — це коли компанія не тільки заробляє гроші, а й допомагає людям і природі, зокрема прово-дить благодійні акції, підтримує лікарні, висаджує дерева, ство-рює безпечні умови праці. Це формує довіру, добру репутацію й надихає інших діяти правильно.

Отже, розумне використання природних, економічних і соціальних ресурсів, щоб зберегти планету, забезпечити добробут людей та розви-ватися гармонійно, свідчить про сталий розвиток суспільства.



ЦІКАВІ ФАКТИ

- ♦ **«ДТЕК» — енергетика майбутнього.** Береже енергію: інвестиції в сонячні та вітрові електростанції, розвиток енергоефективних технологій. Дбає про довкілля: відновлення земель після видобутку, програма захисту лелек (понад 2000 гнізд), екологічна освіта в громадах. Допомагає людям: про-єкти «Енергоефективна школа», підтримка ЗСУ та переселенців, мільйони гривень на медичне забезпечення.

Результат: сталий розвиток громади через енергію, знання та турботу про природу.

- ♦ **«Нова Пошта» — кейс етики та стійкості.** Береже енергію: інвестиції в енергоефективні логістичні хаби, заміна освітлення на LED лампи, розвиток транспорту на газі й електриці. Дбає про довкілля: відмова від одноразового пластику, використання пакетів із перероблених матеріалів, запровадження системи сортування відходів у відділеннях. Допомагає лю-дям: забезпечення гідних умов праці, підтримання інклюзивної ініціативи, участь у гуманітарних, освітніх і медичних проєктах у громадах.

Результат: поєднання швидкості та зручності сервісу з турботою про довкілля та людей, демонстрація того, як відповідальний бізнес формує сталу логістику в масштабах держави.

Сталий розвиток — це розвиток, який задовольняє потреби людей сьогодні, але не шкодить майбутнім поколінням.

Він базується на трьох головних складових:



Рис. 14. Сталий розвиток

Сталий розвиток — це коли ми живемо, працюємо та розвиваємося так, щоб не зіпсувати життя майбутнім поколінням.

Все пов'язано: бережемо енергію, дбаємо про довкілля, допомагаємо людям — отримуємо гармонію, баланс і розвиток.

ДОСЛІДЖУЕМО

Дай відповіді на запитання.

1. Хто, на Твою думку, несе більшу відповідальність за те, як ми виробляємо та використовуємо енергію: окремі люди, компанії, уряди? Чому?
2. Який внесок Ти можеш зробити в більш етичне споживання енергії?
3. Які прості дії Ти вже робиш чи можеш зробити?

**ДИСКУТУЄМО**

Дай відповіді на запитання.

1. Чи має кожен підприємець / кожна підприємниця дотримуватися принципів енергоетикету? Аргументуй свою думку прикладами із життя.
2. Економія енергії — це обов'язок чи вибір бізнесу? Обговори плюси і мінуси добровільного й обов'язкового дотримання енергоефективних стандартів.
3. Чи можуть «зелені» звички справді вплинути на фінансові результати компанії? Чи погоджуєшся Ти з твердженням, що економія енергії дорівнює збільшенню прибутку?
4. Що важливіше для сучасного бізнесу: прибуток чи соціальна відповідальність? Спробуй знайти баланс між ними.
5. Чи достатньо лише вимикати світло, щоби бути «екологічно свідомими»? Які ще кроки є важливими і чому.
6. Чи варто штрафувати компанії, які ігнорують принципи енергоетикету? Якими мають бути наслідки для тих, хто нехтує ощадливим ставленням до ресурсів?
7. Як Ти можеш впливати на формування енергоетикету у своєму середовищі? Які ініціативи можеш запропонувати в школі, родині чи громаді?
8. Онлайн документи проти паперових носіїв: що краще і чому? Як це впливає на довкілля та продуктивність?
9. Як зміниться світ, якщо всі підприємці дотримуватимуться енергоетикету? Опиши своє бачення майбутнього через 10–20 років.

**ПРАКТИКУЄМО**

У робочому зошиті:

1. Виконай завдання «Як Твоя поведінка в соціальних мережах може впливати на Твій майбутній професійний імідж і можливості».
2. Розв'яжи задачу «Як компанія може економити кошти завдяки запровадженню енергоетикету?».

**ПЕРЕВІРЯЄМО**

Перевір рівень власної обізнаності з теми. В електронному додатку виконай завдання:

1. «Перевір себе: екологічний підприємець».
2. «Енергоетикет: правда чи міф».
3. «Енергоетикет у бізнесі: перевір свої знання».
4. «Енергоетикет у дії».

**МОДЕЛЮЄМО**

Виконай у робочому зошиті завдання «Моделюємо енергоефективний, відповідальний і сталий бізнес».

РОБОТА В ПАРІ / ГРУПІ



1. Об'єднайтесь у дві групи. Обговоріть і підготуйте аргументи щодо твердження: «Енергоетикет у бізнесі — це маркетинговий хід, а не реальна потреба».
2. Презентуйте свої аргументи у формі мінідискусії (3–5 хв).
3. Після обговорення сформулюйте спільний висновок, чи є енергоетикет у бізнесі справжньою цінністю, а не лише модою.

ПІДСУМОВУЄМО



1. Особливу цінність для успішного бізнесу сьогодні має дотримання бізнес-етикету та ділової репутації. Бізнес-етикет — це правила ввічливої та професійної поведінки в роботі.
2. Від того, наскільки просто, чесно, відкрито Ти вмієш взаємодіяти з іншими людьми, залежать прибутковість Твого бізнесу й успіх Твого професійного зростання.
3. Ділова репутація — це думка інших людей про підприємця або компанію. Добра репутація допомагає знайти більше клієнтів і партнерів.
4. Допомагає розвивати підприємництво також енергетика бізнесмена, його настрій, впевненість і бажання діяти. Позитивна енергетика підприємця допомагає надихати інших і досягати успіху в бізнесі.
5. Дотримання енергоетикету в підприємницькій діяльності зменшує витрати бізнесу, покращує репутацію через соціальну відповідальність бізнесу, зберігає довкілля та природу і відповідає світовим трендам.

ОЦІНЮЄМО



Продовж у робочому зошиті речення. Проаналізуй надані відповіді та зроби висновок про свої успіхи чи труднощі.

ОПАНОВУЮЧИ ТЕМУ, Я

запам'ятав / запам'ятала

дізнався / дізналася

спробував / спробувала

навчився / навчилася

зрозумів / зрозуміла

мав / мала труднощі з

ТЕМА 2

ШУКАЄМО БІЗНЕС-ІДЕЮ. СТВОРЮЄМО БІЗНЕС-КОМАНДУ

ОЗНАЙОМИВШИСЬ ІЗ МАТЕРІАЛАМИ ТЕМИ, ТИ БУДЕШ:

ЗНАТИ ТА РОЗУМІТИ:

- що таке ринок і бізнес-ідея
- цільову аудиторію для бізнесу та її потреби
- переваги та виклики дослідження ринку
- ролі й обов'язки учасників команди

УМІТИ ЗАСТОСОВУВАТИ:

- основні методи дослідження ринку
- підходи для визначення цільової аудиторії
- SWOT-аналіз для оцінювання бізнес-ідеї
- згенеровані бізнес-ідеї для розвитку власної справи
- навички обрання учасників для бізнес-команди

САМОСТІЙНО УХВАЛЮВАТИ МОТИВОВАНІ РІШЕННЯ:

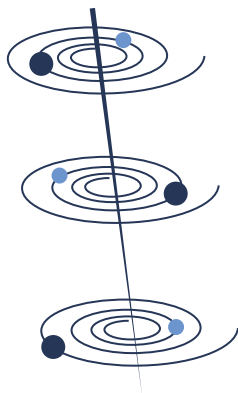
- щодо вибору бізнес-ідеї та створення власного бізнесу
- щодо формування бізнес-команди й визначення ролі її учасників
- щодо формування позитивного іміджу бізнесу

ВИРАЖАТИ СТАВЛЕННЯ:

- до бізнес-ідей конкурентів на ринку
- до особистих і ділових якостей бізнес-партнера
- до ефективності роботи бізнес-команди
- до запобігання виникненню конфліктних ситуацій

ДОСВІД 1

ДЛЯ ЧОГО ДОСЛІДЖУВАТИ РИНОК, ЯК ЗНАЙТИ БІЗНЕС-ІДЕЮ?



Кожна успішна ідея починається з того, що ти слухаєш людей навколо.

Сара Блейклі, американська підприємниця, філантропка, засновниця компанії «Spanx»

Цінність ідеї в тому, як її використовують.

Томас Алва Едісон, американський науковець, винахідник, бізнесмен

Абсолютно неважливо, наскільки геніальний ваш розум або стратегія — якщо ви граєте поодиночі, ви завжди програєте тим, хто грає в команді.

Рід Гоффман, американський підприємець, венчурний капіталіст, співзасновник соціальної мережі «LinkedIn»

- ♦ Уяви, що Ти можеш відкрити будь-який бізнес у своєму місті. Що б Ти створив / створила, аби зробити життя людей кращим?
- ♦ До кого Ти б звернувся / звернулася за допомогою, якби Тобі треба було дослідити ринок?

ЯК ДОСЛІДИТИ РИНОК, ЗНАЙТИ ТА ОПИСАТИ БІЗНЕС-ІДЕЮ?

ПІЗНАЄМО



Усі цікаві та корисні ідеї для бізнесу реалізуються на ринку. Саме ринок і його учасники визначають, наскільки продукти та послуги є потрібними й цінними для суспільства.

Ринок — це простір, де зустрічаються продавці та покупці. Щоб створити успішний бізнес, треба розуміти, чого хочуть люди, хто Твої конкуренти і скільки споживач готовий платити. Для цього доречно дослідити ринок.

Дослідження ринку — це коли Ти дізнаєшся, що потрібно людям, які товари чи послуги вони люблять і скільки готові платити. Це як детективна робота: Ти збираєш інформацію, щоб Твій бізнес сподобався клієнтам.

На практиці основними методами дослідження ринку є:

- ♦ Опитування (онлайн, усні, письмові).
- ♦ Спостереження (у магазинах, соцмережах).
- ♦ Аналіз конкурентів (що, як і за скільки вони продають).
- ♦ Вивчення трендів (через Google Trends, TikTok, Instagram, новини).

Наприклад, пані Евеліна, 65-річна пенсіонерка із Чернівців, хоче продавати саморобні свічки. Вона спитала друзів і сусідів, які аромати їм подобаються, та дізналася, що всі люблять лаванду. Це допомогло їй зробити свічки, які купують! Пані Евеліна використала метод опитування.

Метою дослідження ринку є визначення цільової аудиторії для товарів чи послуг, які Ти пропонуєш реалізувати завдяки організації бізнесу.

 **Цільова аудиторія** — це група людей, яким найбільше підходить Твій товар або послуга.

Наприклад, якщо Ти продаєш пенали з дизайном у стилі аніме, то Твоя цільова аудиторія — школярі та школярки, які цікавляться японською культурою.

Важливо якомога більше дізнатися про цільову аудиторію, а саме:

- ♦ вік, стать, інтереси;
- ♦ де проводить час (онлайн і офлайн);
- ♦ які проблеми хоче вирішити.

Без дослідження Ти можеш відкрити бізнес, який нікому не потрібен. Наприклад, якщо Ти продаєш зимові шапки влітку, їх ніхто не купить.



ЦІКАВІ ФАКТИ

- ♦ **Родина Вовків** перетворила старий львівський дріжджовий завод на «Enzym Group». Сьогодні це глобальний виробник біоінгредієнтів, що експортує продукцію у 23 країни. Компанія самостійно побудувала під час війни перший в Україні завод дріжджових екстрактів «LinkCell» за 26 млн євро і навіть без іноземних консультантів.
- ♦ Студент престижної американської бізнес школи **Філ Найт** прагнув знайти справу свого життя. Захоплення бігом підштовхнуло його до заснування компанії з продажу кросівок, яка згодом стала відомою як «Nike», що нині є символом світового спорту.
- ♦ Два брати — **Адольф і Рудольф Дасслери** — з Німеччини, посварилися — і кожен заснував власний спортивний бренд: «Adidas» і «Puma». Брати конкурували все життя та навіть поховані в різних частинах цвинтаря.
- ♦ **Марк Цукерберг** після відмови керівництва Гарварду створити базу даних студентів зі світлинами запустив студентський сайт, який перетворився на соцмережу «Facebook», що згодом стала глобальною платформою, яка змінила спосіб спілкування у світі.

Отже, дослідження допомагає:

- ♦ зрозуміти, що хочуть клієнти;
- ♦ дізнатися, хто Твої конкуренти (інші бізнеси, які продають те саме);
- ♦ вибрати правильну ціну на Твій продукт чи послугу.

Ось прості кроки, які допоможуть Тобі провести дослідження:



ПОГОВОРИ З ЛЮДЬМИ

Запитай друзів, родину
чи сусідів, що саме їм
подобається і чому
вони віддають перевагу



ПРОВЕДИ ОПИТУВАННЯ

Створи коротку анкету:
«Що ви купуєте?»
«Скільки готові платити?»
«Чому обрали цей бренд?»



УВАЖНО СПОСТЕРІГАЙ



Вивчи асортимент, який
пропонують місцеві
маркети, ярмарки чи
інтернет-магазини

ВИВЧИ КОНКУРЕНТІВ



Знайди бізнеси,
які роблять щось схоже.
Вивчи їхні сильні та
слабкі сторони

Рис. 15. Кроки, які допоможуть провести дослідження

Дуже важливо перед початком власної справи провести дослідження ринку. У майбутньому Ти зможеш опитувати клієнтів через соцмережі, використовуючи різні формати проведення заходів (фестивалі, ярмарки чи шкільні базари). Ти можеш почати бізнес уже зараз, якщо дізнаєшся, що потрібно людям. Досліджуючи ринок, Ти маєш брати до уваги переваги і недоліки такого дослідження (див. рис. 16 на с. 48).

МОДЕЛЮЄМО



1. Назви два приклади, як дослідження ринку може допомогти Твоєму умовному бізнесу.
2. Поясни, як опитування клієнтів може зробити Твій бізнес (наприклад, продаж печива) успішнішим.
3. Напиши три речення, чому дослідження ринку важливе для Твого майбутнього бізнесу.

ПЕРЕВАГИ

**Хто буде це купувати**

Розумієш, хто саме зацікавиться Твоїм продуктом

**Що саме подобається**

Дізнаєшся, які смаки, кольори, функції або стилі людям до вподоби

**Як зробити найкраще**

Оцінюєш, що є на ринку, і можеш запропонувати щось унікальне

**Як не витратити даремно**

Не витратитимеш час і гроші на те, що не спрацює

НЕДОЛІКИ

Це може бути дорого

Професійні опитування, аналітика — все це дуже вартісне

**Не всі кажуть правду**

Люди можуть відповідати «як треба», а не «як є», або не брати участь

**Ринок змінюється швидко**

Те, що було популярним вчора, сьогодні вже може бути нецікавим

**Треба вміти аналізувати**

Якщо неправильно зрозуміти результати — можна зробити хибні висновки



Рис. 16. Переваги і недоліки дослідження ринку

ДИСКУТУЄМО

Дай відповіді на запитання.

1. Чи чесно дізнаватися, що продають конкуренти, щоб зробити краще? Чому?
2. Як дослідження ринку може допомогти людям з інвалідністю відкрити бізнес?
3. Чи варто відкривати бізнес, якщо Ти не впевнений / не впевнена, що він сподобається клієнтам?

SWOT-АНАЛІЗ: ІНСТРУМЕНТ ДЛЯ ОЦІНЮВАННЯ БІЗНЕС-ІДЕЇ

ПІЗНАЄМО

Уяви, що Ти вже провів / провела дослідження ринку та маєш перші результати. Але як дізнатися, чи справді Твоя бізнес-ідея сильна? Чи готова вона до конкуренції? І що робити з ризиками? Відповісти на ці питання допоможе SWOT-аналіз — простий, але дуже корисний інструмент для підприємця.

SWOT — це абревіатура з англійських слів:

- ♦ S — Strengths (сильні сторони);
- ♦ W — Weaknesses (слабкі сторони);
- ♦ O — Opportunities (можливості);
- ♦ T — Threats (загрози).

Розглянь *рис. 17* на с. 49 та ознайомся детальніше з кожною складовою SWOT-аналізу.



Рис. 17. Характеристика складових SWOT аналізу

SWOT-аналіз допомагає критично подивитися на власну ідею та не тільки помріяти, а й розрахувати шанси на успіх. Це особливо корисно на старті: коли Ти лише плануєш створити товар чи послугу.

Розуміння викликів і можливостей ринку, де Ти представляєш продукт, допомагає ефективно використати сильні сторони Твого бізнесу та попрацювати над недоліками. Тому проведення SWOT-аналізу допомагає оцінити вже наявну ідею.

ДОСЛІДЖУЄМО

Виконай у робочому зошиті завдання «SWOT-аналіз для шкільного кафе з корисними перекусами».

ПРАКТИКУЄМО

В електронному додатку виконай завдання «Правда — неправда» та «Як досліджувати ринок».

ФОРМУЄМО БІЗНЕС-ІДЕЮ

ПІЗНАЄМО

Успішність будь-якого бізнесу залежить від оригінальності задуму. Спостережливість, креативність, нестандартне мислення — це якості, що допоможуть сформуванню, а згодом — описати і реалізувати бізнес-ідею, яка стане початком успішної та прибуткової власної справи.



Бізнес-ідея — це основа для заснування нового бізнесу або вдосконалення вже наявного, що визначає, який продукт чи послугу буде створено, для кого (цільової аудиторії) і як на цьому можна отримати прибуток.

Бізнес-ідея виникає на перетині трьох компонентів, представлених на *рис. 18*.



Рис. 18. Компоненти бізнес ідеї

Щоб знайти цікаву ідею, подумай над тим:

- ◆ що Тобі подобається (якщо любиш малювати, можеш продавати листівки);
- ◆ що потрібно людям (може, у Твоєму місті бракує кіоску з лимонадом);
- ◆ що Ти вмієш (якщо печеш печиво, це може стати бізнесом).

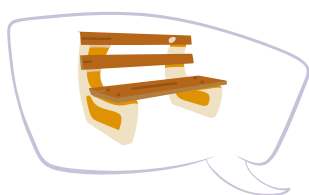
Що може спонукати до вибору ідей? Звідки їх брати — важливе питання. Джерелами ідей можуть бути:

- ◆ власні інтереси;
- ◆ проблеми, з якими стикаються люди;
- ◆ успішні приклади з інших держав;
- ◆ поєднання або покращення вже наявних послуг / товарів.

Коли Тобі спала на думку ідея, потрібно її чітко описати. Треба зазначити:

1. Що Ти продаєш: товар чи послугу?
2. Хто Твої клієнти? Підлітки, дорослі, люди з інвалідністю чи всі?
3. Чому це варте уваги? Що робить Твою ідею особливою?
4. Скільки це коштує? Яка ціна товару чи послуги?
5. Як продавати? На ярмарку, у школі або через друзів?

Розглянь на *с. 51* цікаві приклади бізнес-ідей, які можна використати для старту свого бізнесу.

**ТАРАС**

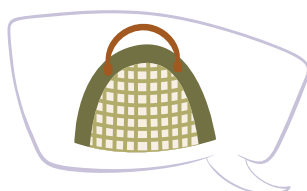
Має досвід життя з протезом. Помітив, що в парку бракує зручних лавок для відпочинку. Це надихнуло його створити бізнес із виготовлення комфортних лавок, зручних для кожної людини — незалежно від фізичних можливостей

**ЯНА**

Провела опитування в школі та дізналася, що однокласниці і однокласники хочуть мати недорогі, яскраві, унікальні чохла для смартфонів. Вона знайшла в інтернеті чохла, самостійно розробила стильні принти і почала їх успішно продавати

**ОСТАП**

Його ідея — залучити кількох однодумців, купити фургон із обладнанням, призначеним для приготування їжі, використовувати екологічне пакування, щоб покупець без шкоди довкіллю і власному здоров'ю міг купувати та вживати страви

**ЛАРИСА**

Придумала продавати плетені стильні сумки для жінок різного віку. Вони будуть практичними, сучасними, та недорого коштувати. За допомогою соціальних мереж рідні та друзі допоможуть прорекламувати новий товар і поширити відгуки про нього

**НАЗАР**

Любить гарно упаковані подарунки. Вирішив розробити оригінальне пакування. Для втілення ідеї потрібно закупити різні види спеціального паперу, клею та декору. Спочатку звертатися будуть знайомі, а згодом можна орендувати місце в торговельному центрі

**ЄВА**

Зауважила, що паперові подарункові пакети завжди викидають. Вона придумала шити яскраві шопери. Якщо підібрати кілька різних варіантів кольорів, матеріалів, це підвищить продажі виробів, адже клієнтам буде із чого вибирати



 ЦІКАВІ ФАКТИ

Найуспішніші бізнес-ідеї часто народжуються тоді, коли підприємець стикається з особистою проблемою чи незручністю та шукає спосіб її вирішити.

- ♦ Підприємець **Тревіс Каланік** зі своїм партнером не зміг швидко знайти таксі під час снігопаду в Парижі й придумав сервіс виклику авто через додаток — «**Uber**».
- ♦ «**Canva**» з'явилася після того, як студентка **Мелані Перкінс** помітила, що багатьом людям важко користуватися складними програмами для графічного дизайну, й вирішила створити простий онлайн інструмент.
- ♦ **Валентин Фречка**, студент із Закарпаття, у 16 років помітив, що багато опалого листя утилізується даремно. Він почав експерименти з вироблення паперу з волокон опалого листя, а згодом заснував стартап «**Re-leaf PAPER**», що виробляє екологічне пакування, яке рятує дерева — кожна тонна листового паперу еквівалентна збереженню 17 дерев.
- ♦ **Вікторія Репа** зіткнулася з проблемою контролю зайвої ваги і стресу. Вона створила додаток «**BetterMe**» для підтримання фізичного та психічного здоров'я. Сьогодні додаток охоплює понад 10 мільйонів користувачів.

 ПРАКТИКУЄМО**1. У робочому зошиті виконай:**

- ♦ вправу «Ребуси»;
- ♦ творче завдання «Моя бізнес ідея та її популярність».

2. Виконай в електронному додатку вправу «Бізнес-ідея починається із задуму». ПРАЦЮЄМО З ІНФОРМАЦІЄЮ

Перейди за покликанням <https://qr.orioncentr.com.ua/CKJMT> або скористайся QR-кодом і ознайомся з дослідженням ринку з продажу безглютенового хліба та виконай практичне завдання.



1. Уяви, що Ти відкриваєш пекарню, як Олена. Напиши три питання для опитування, щоб дізнатися, який хліб потрібен Твоїм клієнтам.
2. Придумай, як зробити Твій хліб доступним для людей з інвалідністю (наприклад, спеціальне пакування).
3. Напиши п'ять речень про Твою бізнес ідею: що продаєш, хто клієнти, яка вартість, як продаєш.

 ПЕРЕВІРЯЄМО

1. Перевір рівень власної обізнаності з теми. Виконай тестові завдання в електронному додатку або робочому зошиті.
2. В електронному додатку виконай завдання «Дослідження ринку», «Методи дослідження ринку», «Міфи та факти про дослідження ринку».
3. У робочому зошиті розгадай загадку та розв'яжи кросворд «Основи бізнесу».

МОДЕЛЮЄМО

Припустімо, Ти хочеш відкрити бізнес із продажу саморобних листівок для людей із порушенням зору.

1. Опиши, як Ти дослідити ринок (опитування, спостереження).
2. Придумай, як зробити листівки інклюзивними (наприклад, шрифт Брайля).
3. Напиши короткий план (п'ять речень) Твоєї бізнес-ідеї: що продаєш, хто клієнти, яка ціна.
4. Створи план на одну сторінку або малюнок Твого бізнесу.

РОБОТА В ПАРІ / ГРУПІ

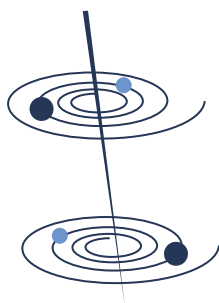
1. У парі придумайте бізнес-ідею (наприклад, продаж лимонаду). Опишіть, як ви дослідите ринок і хто ваші клієнти. Поділіться з однокласниками й однокласницями.
2. У групі створіть анкету з трьома запитаннями для бізнес-ідеї (наприклад, про улюблені напої). Проведіть опитування в класі та поділіться результатами.
3. Подумайте, як власник / власниця місцевого кіоску з квітами може дізнатися, що хочуть клієнти. Придумайте три ідеї, зокрема одну для інклюзії (наприклад, опитування через текстові повідомлення).

ПІДСУМОВУЄМО

1. Запорукою успішної реалізації Твого бізнесу є наявність унікальної бізнес-ідеї. Реалізувати її Ти зможеш завдяки спостережливості, креативності та нестандартному мисленню.
2. Успішність усіх бізнес-ідей визначає ринок — місце, де відбувається обмін товарами та послугами між продавцями й покупцями.
3. Щоб успішно реалізувати власну бізнес-ідею на ринку, потрібно зібрати інформацію про споживачів, конкурентів і потреби клієнтів, яких зацікавлять Твої продукти чи послуги.
4. Метою дослідження ринку є визначення цільової аудиторії для товарів чи послуг, які Ти пропонуєш реалізувати завдяки організації бізнесу. Розуміння викликів і можливостей ринку допомагає оптимально використати сильні сторони бізнесу та попрацювати над слабкими.
5. Дієвим інструментом, який допомагає оцінити сильні та слабкі сторони бізнесу, можливості й загрози для його реалізації, є SWOT-аналіз, який допомагає критично подивитися на бізнес-ідею і не тільки мріяти, а й розраховувати шанси на успіх. Це особливо корисно на старті: коли Ти лише плануєш створити товар чи послугу.

ДОСВІД 2

ЯК СТВОРИТИ УСПІШНУ КОМАНДУ ДЛЯ РЕАЛІЗАЦІЇ БІЗНЕС-ІДЕЇ?



Великі справи ніколи не робляться однією людиною. Їх робить команда.

Стів Джобс, засновник компанії «Apple»

Успішна команда — це коли кожен знає свою роль і бачить спільну мету. Без людей ідея залишиться лише мрією.

Ірина Костюшко, засновниця бренду «Житомирські ласощі»

- ♦ Чому навіть найкраща ідея може не спрацювати без сильної команди?
- ♦ Хто, на Твою думку, важливіший для старту бізнесу: креативний ідейник чи організований виконавець? Чому?

РОЛІ ТА ОБОВ'ЯЗКИ УЧАСНИКІВ БІЗНЕС-КОМАНДИ



ПІЗНАЄМО

Коли Ти створюєш власний бізнес, важливо мати команду людей, які разом працюють над спільною метою. Успіх залежить від того, як кожен виконує свою роль. Формуючи бізнес-команду, важливо розуміти роль кожного її учасника й кожної учасниці.

У команді мають панувати довіра, повага та готовність допомагати одне одному. Перед початком роботи варто обговорити, хто за що відповідає. Тому формуючи власну бізнес-команду, подумай, які завдання важливі для Твого проекту, і запроси друзів, яким цікаво розвиватися разом із тобою. Головне — це бажання працювати, вчитися та підтримувати одне одного.

Якщо команда невелика, одна людина може виконувати кілька ролей. За таких умов потрібно чітко розподілити обов'язки та працювати злагоджено.

Ознайомся з простою схемою розподілу ролей у бізнес-команді для реалізації Твого проекту, представленою на *рис. 19* на с. 55.

КЕРІВНИЦЯ / ЛІДЕРКА

Організовує роботу, ухвалює рішення
та стежить за виконанням завдань,
веде команду до цілі

ФІНАНСИСТ

Планує бюджет
шукає джерела
фінансування,
слідкує
за витратами

ІТ-СПЕЦІАЛІСТ

Займається
розробленням:
програмування,
створення сайту,
е-додатки тощо

МАРКЕТОЛОГИНЯ

Придумує, як
привабити клієнтів,
створює рекламу,
аналізує потреби
ринку

КОМУНІКАТОРКА

Спілкується
з клієнтами,
організовує
публічні виступи,
рекламує бізнес

ПРОДУКТ-МЕНЕДЖЕРКА

Відповідає за створення
продуктів / послуг, слідкує
за їх якістю та відповідністю
потребам клієнта

Рис. 19. Ролі в бізнес команді

ЦІКАВІ ФАКТИ

- ♦ **«Lego»:** данська мрія, що постала з дерев'яних іграшок. В 1932 році данський столяр Оле Кірк Крістіансен відкрив невелику майстерню з виготовлення дерев'яних іграшок. Назва компанії походить від данського вислову «leg godt» — «грайте добре». Спочатку виробляли каченят і машинки з дерева, а згодом перейшли на пластик і створили знамениті конструктори. Саме з малого ремесла «Lego» виросла у відомий світовий бренд.
- ♦ **«Галія Балувана»:** українська «пекарня під склом». У 2018 році в Луцьку підприємці Володимир Матвійчук, Олександр та Алла Теліги придумали концепцію — робити домашні пельмені, вареники, голубці на очах покупців. Невелика справа, яка зреалізувалася вперше в приміщенні колишнього пабу, перетворилася на серйозний бізнес, який сьогодні охоплює понад 950 магазинів. Стартап вийшов за межі України і працює під брендом «MultiCook» у понад 20 країнах.
- ♦ **«Veronika Family»:** ресторанно-кондитерський бізнес родини Іонових. Це не тільки бізнес, а й сімейна гастроімперія Львова. Завдяки увазі до деталей, високій якості та затишному інтер'єру ця мережа закладів, до якої входять кондитерська ресторан «Вероніка», ресторан паб «Чорний Кіт», ресторан «Амадеус» і кондитерська аптека «Під золотою зіркою», стала візитівкою міста — і прикладом справжньої любові до справи.



ДИСКУТУЄМО

Дай відповіді на запитання.

1. Чому важливо чітко розподіляти ролі між учасниками команди? Що може статися, якщо цього не зробити?
2. Яка роль, на Твою думку, є найважливішою в бізнес команді? Чому саме ця?
3. Чи можеш Ти бути лідером / лідеркою команди? Які риси для цього потрібні?
4. Як би Ти визначав / визначала за важливістю ролі в бізнес команді? Чи варто це робити?
5. Чи можуть учасники змінювати свої ролі під час роботи над проектом? Які переваги й недоліки таких змін Ти можеш визначити?



ДОСЛІДЖУЄМО

У робочому зошиті:

1. Проведи моделювальне дослідження «Ролі й обов'язки учасників та учасниць бізнес команди». Проаналізуй, які кроки Тобі потрібно зробити, щоб сформувати команду й успішно реалізувати бізнес проект.
2. Виконай завдання «Моя роль у команді», зрозумій свої сильні сторони та зможеш ситуацію формування бізнес команди через спілкування.



ПРАЦЮЄМО З ІНФОРМАЦІЄЮ

1. Перейди за покликанням <https://qr.orioncentr.com.ua/eXQEv> або скористайся QR-кодом і переглянь відеоурок «Професія та роль підприємця».
2. Ознайомся із «13 секретами для ефективного управління командою проекту», перейшовши за покликанням <https://qr.orioncentr.com.ua/F9Ba0> або скориставшись QR-кодом.



ПЕРЕВІРЯЄМО

Перевір рівень власної обізнаності з теми. Виконай в електронному додатку завдання:

1. «Визначення професії».
2. «Ролі та обов'язки членів бізнес команди».
3. «Правда — неправда».



РОБОТА В ПАРІ / ГРУПІ

1. Проведіть інтерв'ю для створення команди, де кандидат / кандидатка пропонує свою роль і пояснює, чим буде корисний / корисна для бізнесу.
2. Визначте ролі кожного в команді. Дайте відповідь «так» чи «ні» на пропонувані твердження й обговоріть результати.
3. Для розвитку навичок командної взаємодії попрацюйте в парі або команді та виконайте завдання «Знайди роль для кожного», «Склади мінікоманду», «Обговори та виріши».

ЯКІ КРИТЕРІЇ ЕФЕКТИВНОГО ПІДБОРУ УЧАСНИКІВ У БІЗНЕС-КОМАНДІ?

ПІЗНАЄМО

Щоб створити успішну команду, недостатньо лише зібрати друзів — важливо, щоб кожен учасник і кожна учасниця мали свою роль і корисні якості. Спочатку потрібно визначити мету команди — для чого вона створюється (наприклад, для участі в шкільному проєкті). Далі Тобі слід обрати керівника, який вміє організовувати, мотивувати та ухвалювати рішення.

Ефективна команда повинна складатися з людей, які мають різні сильні сторони. Один добре рахує — стане фінансистом. Інший — креативний — відповідатиме за продукт. Хтось уміє гарно спілкуватися — чудово підійде для реклами. А той, хто вміє помічати і виправляти помилки, стане аналітиком.

Бізнес-команда — це не лише група друзів, а й об'єднання людей із різними навичками, які доповнюють одне одного.

Розглянь *рис. 20* та дізнайся, які критерії треба брати до уваги для формування успішної команди.



Рис. 20. Бізнес команда

Ефективний підбір команди — це запорука реалізації ідеї на практиці. Досвід показує, що не обов'язково брати до команди лише «найрозумніших». Важливо, щоб учасники / учасниці вміли слухати одне одного, діяти разом і допомагати. Якщо хтось лише хоче бути «головним», але не слухає інших — така команда не буде ефективною.

Коли Ти формуєш команду, то маєш думати не лише про дружбу, а й про взаємодоповнення. Сильна команда — це як пазл: кожен має своє місце і всі разом утворюють цілісну картину (див. *рис. 21* на с. 58).

1 ВИЗНАЧ МЕТУ КОМАНДИ

Створити бізнес-проект,
виграти конкурс.
Організувати захід

3 ВИЗНАЧ РОЛІ В КОМАНДІ

Продукт-менеджер, аналітик,
фінансист, маркетинголог,
комунікатор, IT-фахівець та ін.

5 ПЕРЕВІР ВЗАЄМОДОПОВНЕННЯ

Кожен член команди має
доповнювати та підсилювати
один одного



2 ОБЕРИ КЕРІВНИКА

Людина, яка очолює команду
і відповідає за її діяльність,
розвиток і досягнення цілей

4 ВІДБЕРИ УЧАСНИКІВ ЗА КРИТЕРІЯМИ

Відповідальність, командна
робота, взаємоповага, вміння
слухати, бажання вчитись

6 КОМАНДНА ГРА

Кожен може висловлювати
власні ідеї. У команді панують
довіра та підтримка

Рис. 21. Як створити ефективну команду



ЦІКАВІ ФАКТИ

Скандальні історії створення команд світових брендів

- ♦ **Facebook: дружба і бізнес — не одне й те саме.** Спочатку Facebook створили Марк Цукерберг та його друзі, але головний конфлікт виник із співзасновником — Едуардо Саверіном. Він вклав перші гроші, але згодом його частку сильно зменшили через юридичні махінації, і він подав до суду. Саверін виграв справу і став мільярдером, але дружбу втрачено назавжди.
- ♦ **«Theranos»: команду можна створити навколо брехні — але ненадовго.** Елізабет Голмс зібрала потужну команду в стартапі «Theranos», обіцяючи революцію в медицині. Технологія виявилася фейковою, але Елізабет приховувала правду навіть від своєї команди та Ради директорів. Як результат, компанія збанкрутувала, а Голмс у 2022 році засудили до тюремного ув'язнення.
- ♦ **«Yakaboo»: взаємоповага та гендерна рівність — запорука міцного бізнесу.** У 2022 році генеральний директор компанії Іван Богдан під час публічного виступу заявив, що «жінки не розпоряджаються власними грошима», чим викликав хвилю обурення в ЗМІ та соцмережах. У результаті — його звільнили, а компанія провела ребрендинг цінностей, зміцнилась і продовжила розвивати онлайн книгарню.

ДИСКУТУЄМО

Дай відповіді на запитання.

1. Чи завжди друзі — це хороші партнери в бізнес команді? Обґрунтуй свою думку. Наскільки Тобі вдається розрізняти особисті стосунки та професійні якості?
2. Які якості, на Твою думку, найважливіші для команди: професійні навички чи вміння співпрацювати? Чому?
3. Що робити, якщо у Твоїй команді виник конфлікт між учасниками? Хто і як має його вирішувати?

ПРАКТИКУЄМО

Виконай у робочому зошиті завдання «Шкільний смаколик» та попрактикуйся для розуміння принципів командної роботи, розподілення ролей за здібностями, розвитку комунікативних і підприємницьких навичок. Спробуй результати виконаного завдання перенести на будь-який інший бізнес-проект.

МОДЕЛЮЄМО

Змодельюй портрет «ідеального учасника / ідеальної учасниці бізнес-команди». Під час виконання завдання керуйся такими питаннями:

1. Які риси та навички мають бути?
2. Якими професійними та людськими якостями має володіти?
3. Чим має бути мотивований / мотивованою для досягнення найкращих результатів?

ДОСЛІДЖУЄМО

Досліди ситуації, які можуть виникати в реальних бізнес-командах.

Критична ситуація 1: конфлікт у команді

Твоя команда працює над шкільним бізнесом — створенням мініпекарні. Але між двома учасниками виник конфлікт: один вважає, що працює більше, а інший — що його ідеї не враховують. Через це команда зупинила роботу, почалося напруження в колективі.

Проаналізуй ситуацію і розроби рішення, як конфлікт можна вирішити з користю для всієї команди.

Критична ситуація 2: невідповідність ролі учасника

Команда створює мобільний застосунок для шкільних новин. Один учасник узяв на себе роль дизайнера, але виявилось, що він не вміє працювати з графічними програмами й не хоче вчитися. Через це гальмується весь процес.

Створи план дій, як розв'язати проблемну ситуацію і покращити роботу команди.

**ПЕРЕВІРЯЄМО**

Виконай тестові завдання в електронному додатку.

**РОБОТА В ПАРІ / ГРУПІ**

Виконайте ситуаційні завдання.

Завдання 1. Визнач свої сильні сторони, відповідаючи на питання:

- ◆ У чому Ти відчуваєш впевненість?
- ◆ Що Тобі цікаво в командній роботі?
- ◆ Які завдання Ти хочеш виконувати в спільному проєкті?

Завдання 2. Створи профіль ідеального учасника / ідеальної учасниці, даючи відповіді на запитання:

- ◆ Які риси характеру притаманні йому / їй?
- ◆ Які навички потрібні?
- ◆ Як допомагає команді досягти мети?

Завдання 3. Сконструуйте команду, розподіляючи ролі:

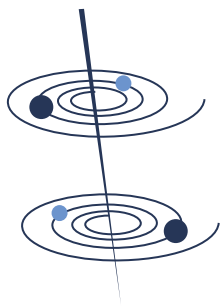
- ◆ виберіть тему (ярмарок, шкільне кафе, екопроєкт тощо);
- ◆ обговоріть і запишіть, які ролі потрібні;
- ◆ визначте, хто з вас виконає певну роль і чому саме так.

**ПІДСУМОВУЄМО**

1. Успішний бізнес потребує злагодженої роботи всієї команди. Команда — це група людей, які разом працюють над спільною метою. Щоб команда була успішною, слід правильно підібрати її учасників. Важливо, щоб люди були відповідальними та мали різні вміння, які доповнюють одне одного.
2. Кожен учасник / кожна учасниця бізнес-команди виконує свою унікальну роль і відповідає за конкретні завдання. Успішна команда має лідера — людину, яка вміє організувати інших. Щоб команда була сильною — працюй на неї, і вона працюватиме на Тебе.
3. Успішна команда — це не тільки знання, а й уміння працювати разом. Усі члени повинні мати спільну мету і розуміти, що вони роблять. Важливо, щоб учасники допомагали одне одному. У команді — всі важливі. Учасники повинні вміти слухати, а не лише говорити. Не обов'язково дружити, але варто мати хороші стосунки. Часом краще мати менш досвідчену, але дружню команду, ніж конфліктну зіркову.

ДОСВІД 3

ЯК ЗНАЙТИ ХОРОШИХ ПАРТНЕРІВ?



Спільні цінності з партнером — це міцний фундамент для довгострокового впливу.

Мелінда Ґейтс, підприємниця, філантропка, меценатка, співзасновниця «Bill & Melinda Gates Foundation»

Справжнє партнерство — це чітка визначеність ролей, відповідальність і чесні домовленості ще до старту.

Ростислав Вовк, український підприємець, співвласник компанії «Кормотех»

- ♦ *Поміркуй, які якості Ти б шукав / шукала в партнері / партнерці для заснування власного бізнесу?*
- ♦ *Як перевірити надійність і чесність людини, з якою запланована співпраця?*
- ♦ *Чи готовий / готова Ти бути надійним і відповідальним партнером / відповідальною партнеркою?*

ХТО ТВІЙ ІДЕАЛЬНИЙ БІЗНЕС-ПАРТНЕР І ЯК ЙОГО ОБИРАТИ?

ПІЗНАЄМО



Уяви, що Ти хочеш створити свій перший бізнес — наприклад, кав'ярню або онлайн-магазин. Одному / одній працювати складно, адже доведеться одночасно вирішувати велику кількість завдань, може виникнути потреба в додаткових ресурсах, з'являтимуться нові завдання, які потребуватимуть умінь і навичок, яких у Тебе немає. Тому найкраще розпочинати свій бізнес разом із партнером / партнеркою, і не обов'язково це має бути друг чи подруга.



Бізнес-партнер — це людина, з якою Ти разом створюєш або ведеш справу. Він бере на себе частину обов'язків, відповідальності й допомагає досягати спільної мети в бізнесі. Бізнес-партнер — це не лише колега, а й Твій союзник у всіх важливих рішеннях.

Партнерство — це форма співпраці між двома або більше людьми, які об'єднують свої ідеї, ресурси, зусилля та відповідальність для досягнення спільної підприємницької мети. У партнерстві важливі довіра, взаємна повага й чіткий розподіл ролей.

Розглянь *рис. 22* для кращого розуміння переваг партнерства у створенні та веденні бізнесу.



Рис. 22. Переваги партнерства

Мрія і велика знахідка для кожного підприємця — наявність ідеального партнера.

Ідеальний бізнес-партнер — це не тільки той, хто Тобі подобається, а й той, хто вміє працювати відповідально, має корисні навички та поділяє з Тобою спільні цілі.

Перед тим як обрати партнера, варто поспостерігати за ним у спільній роботі — наприклад, під час шкільного проєкту чи гуртка. Запиши якості, які для Тебе найважливіші в бізнес-партнері. Це допоможе краще зрозуміти, кого саме Ти шукаєш.

Пам'ятай! Ідеальний партнер — це не обов'язково Твій найкращий друг, а той, з ким Ти зможеш разом розвивати успішну справу!

Як знайти ідеального бізнес-партнера — досить складне питання, яке часто стає вирішальним для успіху бізнесу та його довготривалості. Допомогти в цьому може дотримання таких основних правил:



Рис. 23. Основні правила для обрання партнера для бізнесу

ДОСЛІДЖУЄМО

Розглянь ситуації та сформулай приклади партнерства по кожному з кейсів. Що, на Твою думку, є партнерством, та як люди можуть об'єднати свої зусилля для спільного проєкту?

Кейс 1. Шкільне кафе «Смачна перерва»

Двоє учнів із сусідньої школи вирішили продавати корисні снеки під час перерв. Один готує страви удома (відповідає за якість продуктів). Інший займається рекламою та підраховує доходи і витрати (відповідає за фінанси і продаж).

Кейс 2. Блог про шкільне життя

Учениця Вікторія — творча, пише тексти та фотографує, інша учениця — Людмила — гарно створює сайти і вміє монтувати відео.

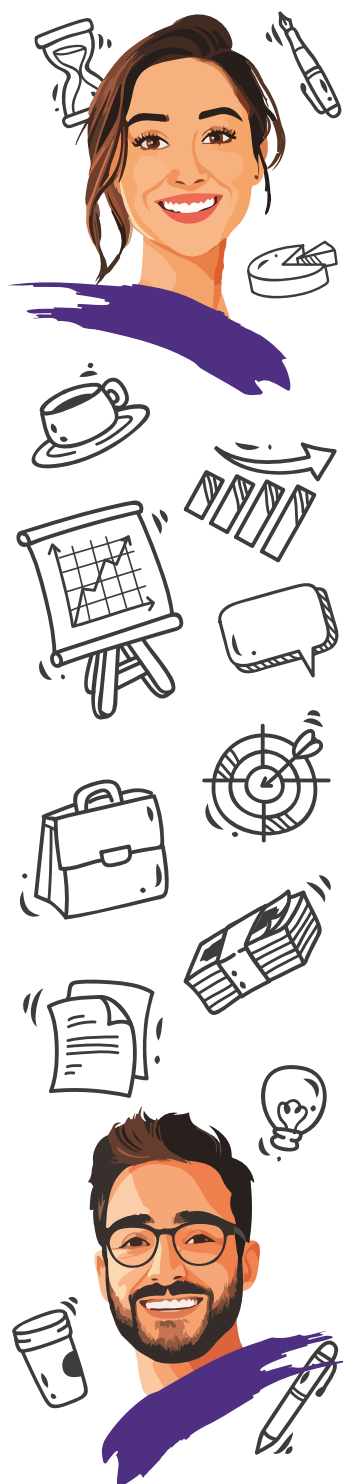
Кейс 3. Мінібізнес із виготовлення браслетів

Команда з трьох однокласників: перший виготовляє прикраси, другий веде instagram магазин, третій домовляється з учителями про ярмарки.

РОБОТА В ПАРІ / ГРУПІ

Виконайте завдання «Створи портрет свого бізнес-партнера» та «Хто з класу мій бізнес-партнер».

На с. 64 дізнайся, яким має бути ідеальний бізнес-партнер.

**НАДІЙНІСТЬ**

людина має бути відповідальною, дотримуватися домовленостей і не зникати в складні моменти

СПІЛЬНІ ЦІННОСТІ

ви маєте однаково проявляти чесність, порядність, з повагою ставитися до клієнтів і грошей

ПРАКТИЧНІ НАВИЧКИ

у людини мають бути навички, яких Тобі не вистачає: маркетинг, фінанси, дизайн, продаж

КОМАНДНА РОБОТА

людина повинна вміти працювати разом, слухати, домовлятися, поступатися

ПОЗИТИВНА РЕПУТАЦІЯ

чи має ця людина добру репутацію серед однокласників, вчителів, друзів? Це важливо

ВИСОКИЙ РІВЕНЬ МОТИВАЦІЇ

наскільки сильно людина хоче досягнути успіху? Чи готова вона вкладати час і сили?

ВИРІШЕННЯ КОНФЛІКТІВ

важливо, щоб людина не ображалася через дрібниці, а вміла конструктивно розв'язувати суперечки

ДОВІРА

якщо Ти не довіряєш людині, жоден бізнес довго не протримається

ПІДПРИЄМНИЦЬКЕ МИСЛЕННЯ

людина має бути ініціативною, мати ідеї, бачити можливості

ЕМОЦІЙНА СТАБІЛЬНІСТЬ

важливо, щоб людина вміла контролювати емоції та не піддавалася паніці

Рис. 24. Риси ідеального бізнес партнера

Успіх партнерства у бізнес-проектах залежить від ефективної комунікації між партнерами, а також від здатності кожного враховувати думки та ідеї інших людей.

Комунікація — процес передавання інформації, ідей і думок між партнерами, що дозволяє досягати злагодженості в роботі й ефективно вирішувати проблеми.

Роль комунікації під час обрання бізнес-партнера є надзвичайно важливою, оскільки вона сприяє створенню довіри та забезпечує ефективну співпрацю між партнерами (див. рис. 25).



Рис. 25. Основні аспекти комунікації

ПЕРЕВІРЯЄМО

Перевір рівень власної обізнаності з теми.

1. В електронному додатку виконай тест «Критерії вибору бізнес партнера».
2. Виконай у робочому зошиті завдання «Характеристики хорошого бізнес партнера».

**ДИСКУТУЄМО**

Дай відповіді на запитання.

1. Чи Ти б хотів / хотіла мати партнера, схожого на Тебе, чи зовсім іншого? Чому?
2. Які риси характеру Ти цінуєш найбільше у своїх друзях і чому саме вони важливі у бізнесі?
3. Як Ти поводишся в конфліктній ситуації? Чи зможеш вирішити суперечку з партнером конструктивно?
4. Які свої навички Ти можеш запропонувати команді? А які навички мають бути у Твого партнера?

**ПРАКТИКУЄМО****Розгляд партнерства для стартапу**

Уяви, що Ти плануєш започаткувати бізнес у галузі продажу екологічних товарів. Ти вже маєш ідею, бізнес план і бажаєш знайти партнера для цього проекту. У Тебе є три кандидати, кожен з яких має свої сильні та слабкі сторони:

Ірина — має досвід у маркетингу та продажах, але в неї мало досвіду у веденні бізнесу й управлінні фінансами.

Максим — успішний підприємець, має досвід у запуску стартапів, але йому бракує креативного підходу для роботи з командою.

Тетяна — досвідчений фінансист, має гарну репутацію в бізнес середовищі, але не має досвіду в маркетингу чи управлінні.

Дай відповіді на запитання.

1. Визнач, кого Ти б обрав / обрала для партнерства і чому?
2. На основі яких характеристик кожного з кандидатів / кожної з кандидаток Ти б робив / робила свій вибір?
3. Хто з кандидатів / кандидаток найбільше відповідає вимогам для ефективного партнерства, на Твою думку?

**МОДЕЛЮЄМО****Змодельуй практичну ситуацію «Відкриваємо кав'ярню мрії».**

Учениця Марія мріє відкрити кав'ярню біля школи. Вона добре готує каву, має ідеї щодо меню, але не вміє вести облік коштів і не дуже впевнено почуваєть ся в спілкуванні з постачальниками. Вона запрошує своїх однокласників стати бізнес партнерами. У неї є три претенденти: Іван — добре рахує, любить скла дати таблиці, мріє стати бухгалтером, Злата — дуже креативна, придумала назву та логотип, веде сторінки в соцмережах, Олег — має зв'язки: його батьки займа ються доставленням кави та печива.

Проаналізуй сильні сторони кожного претендента і дай відповіді на запитання.

1. Хто з них найкраще доповнює Марію як бізнес партнер? Обґрунтуй свій вибір.
2. Чи можна запросити двох партнерів? Які ризики чи переваги можуть виникнути?

ДЕ І ЯК ЗНАЙТИ ХОРОШОГО ПАРТНЕРА ДЛЯ БІЗНЕСУ?

ПІЗНАЄМО



Дуже важко розпочинати бізнес наодинці, бо на ринку є багато викликів, які доведеться долати самотійно. Це досить важко і часом небезпечно, адже можна не врахувати певні важливі аспекти, що призведе до втрат чи навіть до неуспішності бізнесу ще на старті. Тому на етапі створення бізнесу варто подбати про пошук надійного партнера.

Бізнес-партнер — це людина, з якою Ти разом створюєш і ведеш справу.

Хороший бізнес-партнер має доповнювати Тебе: якщо Ти — креативний / креативна, то він може бути організованим і точним.

Хороший партнер — це не обов'язково найкращий друг. У бізнесі головне — спільна мета, працьовитість і взаємоповага. Пам'ятай, що поспішні рішення можуть призвести до сварок та згубно вплинути на справу. Тому важливо обговорити все наперед: хто за що відповідає, як розподілятимете прибуток і як розв'язуватимете конфлікти.

Корисно провести «тест-драйв» — попрацювати над спільним проектом до початку справжнього бізнесу.

Тому хороший бізнес-партнер — це не лише помічник, а той, хто надихає, підтримує та допомагає досягти успіху разом!

Зверни увагу на *рис. 26* та запам'ятай чотири кроки, які допоможуть Тобі обрати бізнес-партнера.



Рис. 26. Як обрати бізнес партнера

Шукати партнера варто серед людей, яких Ти добре знаєш: однокласники, друзі, родичі, знайомі зі шкільних проєктів або гуртків, під час проведення волонтерських заходів чи реалізації соціальних ініціатив.

Перш ніж обрати партнера, подумай:

1. Чи можна йому довіряти?
2. Чи відповідальна ця людина?
3. Чи є в неї навички, яких Тобі бракує?



ПРАЦЮЄМО З ІНФОРМАЦІЄЮ

Перейди за покликанням <https://qr.orioncentr.com.ua/gNkxj> або скористайся QR-кодом і подивися відео «Як знайти та обрати партнера по бізнесу». Склади розповідь на 10 речень про те, як би Ти персонально обирав / обирала партнера для свого бізнесу.



ПРАКТИКУЄМО

1. Виконай командний проєкт «Креативна їдальня».

Учні Твоєї школи виграли шкільний грант на створення «креативної їдальні» — місця з кавою, бутербродами та настільними іграми. Але їм потрібно обрати партнера з іншого класу, який допоможе з дизайном простору.

Проаналізуй ситуацію та дай відповіді на запитання.

- ♦ Яких людей краще запросити в партнери?
- ♦ Як перевірити, чи вони справді зацікавлені в проєкті?
- ♦ Як уникнути конфліктів у великій команді?

2. Виконай практикум «Бізнес із браслетами».

Софія любить робити браслети своїми руками. Вона хоче продавати їх через Instagram, але не вміє гарно фотографувати та писати тексти. Її подруга Катерина цікавиться дизайном і SMM (просуванням у соцмережах).

Проаналізуй ситуацію та дай відповіді на запитання.

- ♦ Чи може Катерина стати хорошим бізнес партнером для Софії?
- ♦ Які ролі кожна з дівчат може виконувати?
- ♦ Що важливо обговорити перед початком спільної справи?



МОДЕЛЮЄМО

Виконай проєкт «Лимонадний бізнес». Марко вирішив заробити влітку грошей і відкрив точку продажу лимонаду біля школи. Йому важко все робити самостійно: готувати лимонад, продавати, купувати продукти. Він думає знайти партнера серед однокласників і однокласниць.

Дай відповіді на запитання.

1. Якими якостями має володіти хороший партнер для Марка?
2. Як Марко може перевірити надійність потенційного партнера?
3. Як можна змоделювати приклад «домовленості» між ними?

ПЕРЕВІРЯЄМО

Перевір рівень власної обізнаності з теми. В електронному додатку виконай тести:

1. «Як обрати бізнес партнера».
2. «Твій ідеальний бізнес партнер».

ПІДСУМОВУЄМО

1. Партнерство в бізнесі — це співпраця двох або більше осіб, спрямована на досягнення спільної мети, де кожен партнер робить свій внесок у розвиток бізнесу.
2. Хороший бізнес-партнер — це людина, яка поділяє Твої цінності, бачення та цілі. Він має доповнювати Твої навички: якщо Ти креативний — партнер може бути організатором. Партнер має бути надійним, чесним і відповідальним, а також здатним працювати в команді.
3. Розподіл обов'язків у команді важливий для забезпечення ефективної роботи. Партнери мають чітко розуміти свої ролі, щоб уникати конфліктів і забезпечити успіх бізнесу.
4. Успіх партнерства у бізнес-проектах залежить від ефективної комунікації між партнерами, а також від здатності кожного враховувати думки та ідеї інших. Обираючи партнера — Ти обираєш майбутнє свого бізнесу.
5. Довіра та чесність — основа довготривалого партнерства. Не варто обирати просто «друга», якщо він не має відповідних якостей.

ОЦІНЮЄМО

У робочому зошиті зроби висновок про свої успіхи чи труднощі.

ОПАНОВУЮЧИ ТЕМУ, Я

запам'ятав / запам'ятала
дізнався / дізналася
спробував / спробувала
навчився / навчилася
зрозумів / зрозуміла
мав / мала труднощі з

ТЕМА 3

ДЕ ВЗЯТИ ГРОШІ ДЛЯ РЕАЛІЗАЦІЇ БІЗНЕС-ПРОЕКТУ

ОЗНАЙОМИВШИСЬ ІЗ МАТЕРІАЛАМИ ТЕМИ, ТИ БУДЕШ:

ЗНАТИ ТА РОЗУМІТИ:

- що таке власні кошти та як їх можна використовувати для створення бізнесу
- які види запозичень найчастіше використовуються для старту власного бізнесу
- що таке альтернативне фінансування та які його переваги
- що таке енергоефективність і як її забезпечити

УМІТИ ЗАСТОСОВУВАТИ:

- переваги використання власних коштів, запозичень та альтернативного фінансування
- знання про форми державної підтримки бізнесу
- практичні навички розв'язування задач, пов'язаних зі способами фінансування розвитку бізнесу

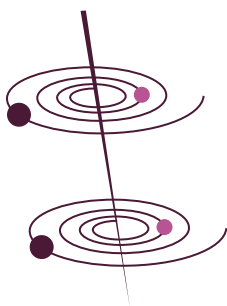
САМОСТІЙНО УХВАЛЮВАТИ МОТИВОВАНІ РІШЕННЯ:

- щодо планування фінансів для досягнення успіху
- про доцільність отримання кредитних коштів чи використання лізингу для розвитку власної справи
- щодо переваг форм державної підтримки бізнесу
- про участь у грантах на розвиток власної справи

ВИРАЖАТИ СТАВЛЕННЯ:

- до застережень і обмежень, пов'язаних із використанням різних видів запозичень та альтернативного фінансування
- щодо доцільності відкриття краудфандингових платформ для збирання коштів на відкриття бізнесу
- до мікрофінансування стартапів чи «ангельського інвестування» власної справи

ДОСВІД 1

ЯКІ ПЕРЕВАГИ І НЕДОЛІКИ ВИКОРИСТАННЯ
ВЛАСНИХ КОШТІВ ДЛЯ СТВОРЕННЯ БІЗНЕСУ?

Не шукайте чужого капіталу, коли можна разом створити своє — чесне, надійне і рідне.

Андрей Шептицький, предстоятель Української греко-католицької церкви, український меценат, громадський діяч

Я відкрила школу й утримувала її власним коштом, бо вірила в силу освіти.

Христина Алчевська, українська письменниця, драматургиня, учителька, меценатка

- ♦ *Якби в Тебе була певна сума коштів, чи ризикнув / ризикнула Ти б і вклав / вклала всю суму в розвиток власної справи?*
- ♦ *Чи має держава допомагати розвиватися бізнесу та як саме?*

ЯКІ ПЕРЕВАГИ І НЕДОЛІКИ ВИКОРИСТАННЯ ВЛАСНИХ КОШТІВ
ДЛЯ СТВОРЕННЯ БІЗНЕСУ?

ПІЗНАЄМО



Створення власного бізнесу — це захопливий і водночас відповідальний крок. Одне з головних питань, яке постає перед майбутнім підприємцем, — яке джерело фінансування варто обрати для того, щоб розпочати власну справу. Одним із найпоширеніших способів фінансування власної справи, особливо для тих, хто тільки починає свій шлях у підприємництві, є власні кошти.

Власні кошти — це гроші, які належать підприємцю та які він може використати для створення і розвитку бізнесу.

Використання власних коштів не передбачає залучення кредитів чи інвестицій від сторонніх осіб, що робить цей спосіб доступним і зрозумілим навіть для молодих людей.

Розглянь на *рис. 27* на *с. 72*, із чого формуються власні кошти підприємця.



Рис. 27. Власні кошти підприємця



ЦІКАВІ ФАКТИ

У 2005 році канадський блогер Кайл Макдональд, натхненний дитячою грою «Bigger, Better», розпочав експеримент. Він вирішив обміняти одну червону скріпку на щось цінніше та продовжувати обміни, поки не отримає будинок.

Ось як це відбувалося (див. рис. 28 на с. 73):

- ◆ 14 липня 2005 року Кайл обміняв червону скріпку на ручку у формі риби у Ванкувері.
- ◆ Того самого дня ручку обміняв на керамічну дверну ручку в Сієтлі.
- ◆ Далі ручка стала кемпінговою плиткою в Массачусетсі, плитка — генератором у Каліфорнії, генератор — набором для «миттєвої вечірки» (кег для пива, нео нова вивіска) у Нью Йорку.
- ◆ Цей набір він обміняв на снігохід у Квебеку, снігохід — на поїздку до Яхка (Британська Колумбія), поїздку — на вантажівку.
- ◆ Вантажівку обміняв на контракт на запис музики, контракт — на рік оренди у Феніксі, оренду — на пів дня з рок зіркою Елісом Купером.
- ◆ Час із Купером Кайл обміняв на снігову кулю «KISS», яку віддав акторові Корбіну Бернсону за роль у фільмі.
- ◆ Нарешті, 5 липня 2006 року, через 14 обмінів і майже рік, Кайл обміняв роль у фільмі на двоповерховий будинок у містечку Кіплінг (Саскачеван), вартістю близько 50 тис. дол. США.

Історія показує, як із маленького початкового ресурсу (скріпки!) можна досягти великої мети завдяки креативності та наполегливості.



Рис. 28. Стратегія обмінів

ПРАКТИКУЄМО

Надихнувшись історією Кайла Макдональда, який обміняв скріпку на будинок, придумай короткий ланцюжок обмінів, щоб із простої речі отримати щось цінне для старту маленького бізнесу.

Припустимо, Ти маєш одну дрібничку вартістю до 10 грн (наприклад, ручку, браслет, закладку). Твоя мета — за допомогою трьох обмінів отримати річ, яка допоможе запустити бізнес (наприклад, матеріали для творчості чи аксесуар для зйомок контенту). Обміни мають бути реалістичними та не потребувати додаткових витрат. Підказка:

1. Вибери стартову річ (наприклад, кольоровий маркер, стікер). Напиши, чому її можна обміняти.
2. Придумай ланцюжок із трьох обмінів, який допоможе отримати цінну річ для бізнесу. Для кожного обміну вкажи:
 - ◆ Що пропонуєш до обміну і на що міняєш.
 - ◆ Хто може погодитися на обмін (друг, однокласник, сусід).
3. Поясни (3–4 речення), як отримана в результаті кількох обмінів річ допоможе Тобі розпочати бізнес.

Наприклад: «З набором ниток я робитиму браслети для продажу».



ПІЗНАЄМО

Для учнів використання власних коштів є ідеальним способом спробувати себе в підприємництві, адже зазвичай це невеликі суми, які не потребують складного управління.

Незважаючи на переваги, використання власних коштів має і певні обмеження, про які варто знати. Зверни увагу на основні застереження щодо використання власних коштів як джерела фінансування бізнесу (див. рис. 29).

Знаючи про ці обмеження, важливо ретельно планувати бізнес, щоб уникнути помилок.

ПЕРЕВАГИ

**НЕЗАЛЕЖНІСТЬ**

Ти використовуєш лише свої гроші, отже, не залежиш від банків, інвесторів чи партнерів. Тільки Ти вирішуєш, як вести бізнес і витратити кошти

**ВІДСУТНІСТЬ БОРГІВ**

Ти не береш кредити, а тому не мусиш турбуватися про повернення грошей із відсотками. Це зменшує стрес і фінансові ризики

**ПРОСТОТА**

Тобі не потрібно оформлювати документи для отримання кредиту чи залучення інвестицій для реалізації ідеї. Ти користуєшся тим, що маєш

**ГНУЧКІСТЬ**

Ти можеш розпочати бізнес, не чекаючи схвалення від інших. Якщо Ти хочеш продавати власноруч створені вироби — купи матеріали і працюй

НЕДОЛІКИ

**ОБМЕЖЕНА СУМА**

Власні заощадження, особливо у молоді, зазвичай невеликі. Це може обмежити масштаб бізнесу чи можливості для розвитку

**ФІНАНСОВІ РИЗИКИ**

Якщо бізнес не вдається, можна втратити всі свої заощадження. Для молоді це може бути важким ударом, адже накопичувати кошти знову непросто

**ВІДСУТНІСТЬ ІНВЕСТИЦІЙ**

Інвестори чи партнери не лише дають гроші, а й поради чи корисні зв'язки. Використовуючи власні кошти, Ти покладаєшся тільки на себе

**ЕМОЦІЙНИЙ ТИСК**

Втрачати власні кошти може бути психологічно складно, адже їх можна було б використати на щось інше (навчання, подорожі тощо)

Рис. 29. Переваги та недоліки використання власних коштів



ПЕРЕВІРЯЄМО

В електронному додатку виконай вправи «Що таке власні кошти?», «Правда — неправда».

ДИСКУТУЄМО

**Поміркуй, чи варто ризикувати всіма заощадженнями. Розглянь ситуацію.**

Анастасія накопичила 1200 грн і хоче відкрити бізнес з організації дитячих майстер класів із малювання. На обладнання (фарби, пензлі, папір тощо) і рекламу потрібно 1000 грн. Анастасія вагається: витратити майже всі гроші, сподіваючись на швидкий прибуток (до 2000 грн за місяць), чи вкласти лише 600 грн, організувавши менший майстер клас із меншим доходом (до 800 грн). Вона боїться втратити заощадження, але хоче спробувати себе в бізнесі.

Завдання:

1. Вибери один варіант: вкласти 1000 чи 600 грн.
2. Дай аргументовану відповідь (6–8 речень), пояснивши:
 - ♦ чому обрано цей варіант?
 - ♦ які переваги та ризики такого вибору?
 - ♦ як Анастасія може захиститися від можливих невдач?
3. Запропонуй один альтернативний спосіб, як Анастасія може розпочати бізнес із меншими витратами чи ризиками.

Можливі підходи до розв'язання:

- ♦ Вкласти 1000 грн для швидшого старту, але з ризиком втрати всіх коштів.
- ♦ Вкласти 600 грн для безпеки, але з меншим масштабом.
- ♦ Тестувати ідею безкоштовними заняттями, щоб перевірити попит.

МОДЕЛЮЄМО

**Виконай у робочому зошиті завдання.**

1. Запропонуй бізнес ідею, яка б не потребувала залучення коштів з інших джерел.
2. Змодельюй правильні відповіді, розв'язавши кросворд у робочому зошиті.

**ЕФЕКТИВНЕ ВИКОРИСТАННЯ ВЛАСНИХ КОШТІВ
ДЛЯ СТАРТУ БІЗНЕСУ**

ПІЗНАЄМО



Початок власної справи — це завжди виклик, особливо коли йдеться про фінанси. Часто саме нестача коштів стає головною перешкодою для реалізації бізнес-ідеї. Проте багато успішних підприємців починали саме з власних заощаджень і завдяки правильному підходу до їх використання досягали успіху.

Ознайомся з прикладами, які показують, що навіть невеликі суми можна використати для старту бізнесу, якщо підійти до справи з розумом (див. рис. 30 на с. 76).



Рис. 30. Корисні приклади вкладання власних коштів у бізнес

Для успішного ведення підприємницької діяльності важливо розуміти, що таке ефективність і як правильно й результативно використовувати власні кошти для старту бізнесу.

Ефективність — це здатність досягати бажаного результату з найменшими витратами часу, зусиль чи ресурсів.

Простіше кажучи, ефективність — це коли робиш щось добре, швидко і без зайвих втрат. Наприклад, якщо Ти вклав / вклала невелику суму грошей у справу, а отримав / отримала гарний прибуток — це ефективно.

Ефективне використання власних коштів для старту бізнесу — це розумне та продумане вкладення своїх заощаджень у розвиток справи, яке дозволяє досягти максимальної віддачі з мінімальними витратами, зберігаючи контроль над бізнесом і знижуючи фінансові ризики.

Щоб використання власних коштів було ефективним, потрібно дотримуватися простих правил-порад (див. рис. 31 на с. 77).



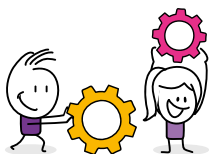
Знайди бізнес-ідею

Перш ніж витратити гроші, визнач, який бізнес Ти хочеш відкрити. Ідея має бути простою та посильною для реалізації



Розрахуй бюджет

Визнач, скільки грошей у Тебе є і на що їх потрібно витратити: на матеріали, рекламу, пакування чи доставку, інші витрати. Склади таблицю витрат



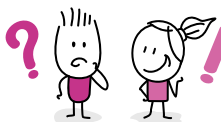
Починай із малого

Не витрачай всі гроші одразу. Спочатку купи сировину для створення невеликої партії продукту, щоб перевірити попит



Відстежуй фінанси

Записуй усі доходи та витрати. Це допоможе зрозуміти, чи приносить бізнес прибуток. Для цього використовуй прості додатки на смартфоні або звичайний зошит



Вчися на помилках

Якщо щось пішло не так, не здавайся. Ретельно проаналізуй помилки, подумай, що можна покращити, і спробуй ще раз. Сприймай помилки як підказку



Сформуй резерв

Щоб Твій бізнес міг вижити в складні часи, відкладай гроші на випадок непередбачених ситуацій. Формуй «фінансову подушку безпеки»

Рис. 31. Ефективне використання власних коштів

ПРАКТИКУЄМО

1. У робочому зошиті:

- ♦ розв'яжи задачу і виконай певні кроки, щоб порахувати, як використати свої 400 грн для бізнесу. Запиши відповіді та поясни своє рішення;
- ♦ виконай вправу «Ребуси».

2. В електронному додатку виконай завдання «Ланцюжок предметів».

ПЕРЕВІРЯЄМО

Перевір рівень власної обізнаності з теми. Виконай тестові завдання в електронному додатку або робочому зошиті.

РОБОТА В ПАРІ / ГРУПІ

Створіть групи (по 3–4 особи) та розгляньте ситуацію.

Анна, учениця 9 класу, мріє відкрити маленький бізнес із продажу власноруч виготовлених екосумок. Вона порахувала, що для старту потрібно 800 грн: 500 грн на тканину й нитки, 200 грн на інструменти (ножиці, швейні аксесуари) та 100 грн на рекламу в Instagram. Але в дівчини є лише 300 грн заощаджень, і вона не хоче брати гроші в батьків чи позичати. Анна розмірковує, як зібрати решту 500 грн самостійно за один місяць.

Обговоріть, як Анна може зібрати 500 грн за місяць. Придумайте щонайменше чотири ідеї, які базуються на її можливостях як учениці.

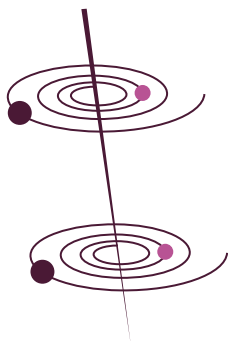


ПІДСУМОВУЄМО

1. Використання власних коштів для створення бізнесу дозволяє бути незалежним / незалежною, уникати боргів і швидко розпочати справу.
2. Ретельне планування, проста ідея та відповідальний підхід до витрат допоможуть досягти успіху навіть із невеликими заощадженнями.
3. Перевагами використання власних коштів для бізнесу є незалежність від банків, інвесторів чи партнерів, відсутність боргів, простота в оформленні документів, гнучкість в ухваленні рішення про ведення бізнесу.
4. Основними обмеженнями використання власних коштів є: невелика сума, якої часом може бути недостатньо для власної справи, фінансові ризики, відсутність зовнішньої підтримки, емоційний тиск.

ДОСВІД 2

ЯК ЗАПОЗИЧЕННЯ ВПЛИВАЮТЬ НА СТВОРЕННЯ БІЗНЕСУ?



Якщо ви розвиваєте бізнес, іноді правильний кредит — це найрозумніша інвестиція, яку ви можете зробити.

Мелінда Емерсон, американська підприємниця, бізнес консультантка

Кредит — це інструмент. І як будь який інструмент, якщо ним правильно користуватися, він може допомогти побудувати щось велике.

Карен Фінерман, американська інвесторка, фінансистка

- ♦ Поміркуй, у яких випадках молодій людині або родині може знадобитися кредит для бізнесу?
- ♦ З досвіду, здобутого у 8 класі, пригадай, з ким варто проконсультуватися для ухвалення рішення про отримання кредиту?

КОЛИ І ЯК БРАТИ БАНКІВСЬКІ КРЕДИТИ ДЛЯ БІЗНЕСУ?

ПІЗНАЄМО



Багато успішних підприємців і підприємниць починали з ідеї, ентузіазму... і кредиту. Початкові витрати на обладнання, ремонт, сировину чи рекламу — це ті речі, на які часто не вистачає власних грошей.

Ти вже знаєш багато про кредит, відсоткові ставки, умови його надання та те, хто може надавати кредити. Тож пригадаймо.



Банківський кредит для бізнесу — це кошти, які банк надає підприємцю на певний термін і під відсотки, щоб він міг розпочати або розвинути власну справу.

Банки дають кредити не тільки людям, а й компаніям, щоб ті могли розвиватися. Це дуже важливо для держави, бо допомагає створювати нові робочі місця, будувати щось нове та робити життя кращим.

Розглянь *рис. 32* на *с. 80*, який ілюструє ситуації, коли потрібні банківські кредити.

КОЛИ БІЗНЕС ХОЧЕ СТАТИ БІЛЬШИМ

У Твоєму населеному пункті є магазин настільних ігор. Власник хоче відкрити ще один магазин у сусідньому районі. Щоб це зробити, йому потрібні гроші — на оренду, нові ігри, заробітну плату продавцям. Якщо він візьме кредит, то зможе реалізувати задумане, а потім поверне гроші з прибутку

ЩОБИ ПОЧАТИ СВОЮ СПРАВУ З НУЛЯ

Твоя подруга пече дуже смачні капкейки та хоче відкрити маленьку пекарню. У неї є ідея, але немає грошей. Кредит допоможе їй купити обладнання, орендувати місце і почати пекти для клієнтів. Завдяки цьому з'явиться нове затишне місце із солодошами

ЩОБ РОЗВИВАТИ ВЛАСНУ СПРАВУ

Фермерка хоче купити новий трактор, щоб швидше обробляти поле. Завдяки кредиту вона зможе це зробити, зібрати більше врожаю та продати його на ринку. Так більше людей матимуть їжу, а фермерка зможе заробити більше

ЩОБ З'ЯВЛЯЛОСЯ БІЛЬШЕ РОБОТИ

Коли підприємства отримують кредити та ростуть, вони наймають більше людей. Наприклад, новий кінотеатр бере кредит на відкриття — і там з'являються вакансії: касир, прибиральник, оператор. Це означає, що більше людей мають роботу та можуть заробляти

ПРОДАВАТИ УКРАЇНСЬКЕ ЗА КОРДОН

Компанія з України виробляє круті наплічники. Вона бере кредит, щоб зробити більше товарів і відправити їх до Німеччини чи Польщі. Так компанія заробляє більше, а в державу надходить іноземна валюта

ЩОБИ БУДУВАТИ ІНФРАСТРУКТУРУ

Кредити потрібні й для будівництва шкіл, доріг, лікарень. Наприклад, у Твоєму населеному пункті можуть побудувати нову спортивну залу — завдяки кредиту від банку. Це покращує життя всіх людей навколо

Рис. 32. Потреба в банківських кредитах

ЦІКАВІ ФАКТИ



- ♦ У XVIII ст. до н. е. вавилонський цар **Хаммурапі** успішно реалізував систему державного кредитування приватних осіб через уповноважених агентів храмів і царського палацу, тверді ставки на кредит, часткове звільнення рабів і повернення раніше проданих за борги об'єктів нерухомості їхньому первинному власнику.
- ♦ Першим банком можна назвати **Орден Тамплієрів**. Ця організація лише на фінансових операціях заробила шалені гроші. Серед прийнятих тамплієрами «на зберігання» цінностей траплялися королівські корони, печатки й інші атрибути держав.
- ♦ В 1949 році **Френк Макнамара**, директор кредитної компанії «Hamilton Credit Corporation», не зміг розрахуватися за обід у ресторані, тому що залишив піджак удома разом із грошима в кишені. Ця незручна ситуація підштовхнула його до створення в 1950 році кредитної компанії «Diners Club», яка видавала своїм членам картонні картки для розрахування в ресторанах. Перші універсальні кредитні картки використовували для оплати розваг, харчування та подорожей членів клубу. Спочатку вони були картонними з номерами й іменами власників, пізніше їх почали виготовляти з пластику.
- ♦ У Глухові (Сумська область) у власному будинку **Микола Терещенко**, підприємець, землевласник і доброчинець, відкрив банк, який розмістився на другому поверсі споруди, яку він перепланував і надбудував. Цей банк був важливою частиною фінансової мережі династії: родина забезпечувала не лише виробництво (цукрові заводи), а й кредитування, встановлювала товарні кредити для постачальників, що дозволяло їм розширювати бізнес і не залежати від сторонніх фінансових установ.

ДИСКУТУЄМО



Дай відповіді на запитання.

1. Чи завжди бізнес кредит — це хороша ідея?
2. У яких випадках краще не брати кредит?
3. Чи потрібно в школі вчити, як правильно розраховувати кредитні умови?

РОБОТА В ПАРІ / ГРУПІ



Об'єднайтеся в групи і виконайте завдання.

Уявіть, що ви відкриваєте кав'ярню. У вас є 20 тис. грн, а потрібно 80 тис. грн. Ви плануєте взяти кредит на один рік під 10 % річних.

1. Скільки грошей вам треба позичити?
2. Скільки відсотків доведеться заплатити банку?
3. Чи вигідно це, якщо ваша прибутковість — 10 тис. грн на місяць?

ПІЗНАЄМО

Для мешканців невеликих населених пунктів, які хочуть відкрити власну справу, дуже корисним інструментом є мікрофінансування.

 **Мікрофінансування** — це фінансова допомога у вигляді невеликих позик людям, які не можуть отримати кредити в банках. Зазвичай воно супроводжується високими відсотковими ставками, тому є одним із найдорожчих джерел коштів на фінансовому ринку.

Мікрофінансування в повсякденні часто називають мікропозикою, мікрокредитом, чи «швидкими грошима».

Мікропозики можуть стати тимчасовим виходом у складній ситуації — наприклад, щоб купити обладнання, товари чи орендувати приміщення. Водночас користуватися ними потрібно дуже обережно, адже надмірна заборгованість може погіршити фінансове становище.

У світі мікрофінансування допомогло багатьом людям вирватися з бідності та почати заробляти самостійно. В Україні теж працюють програми мікрофінансування, які підтримують малий бізнес, проте, як правило, ними користуються найбільш уразливі верстви населення в скрутних обставинах, для яких — це шанс зробити перший крок до власної справи.

Мікрофінансування має як переваги, так і недоліки, тому його потрібно використовувати дуже зважено, враховувати всі ризики та мати чіткий план якнайшвидшого повернення коштів (рис. 33).



Рис. 33. Переваги і недоліки мікрофінансування

 **Пам'ятай!** Якщо Ти вирішуєш скористатися мікропозикою — подбай про якнайшвидше повернення коштів, щоб не потрапити в боргову пастку.

ЦІКАВІ ФАКТИ



- ◆ Найдавнішим прототипом мікрофінансування можна вважати **лихварство** — надання позик під дуже високий відсоток. Перші лихварі діяли ще до виникнення грошей, приблизно за 100–200 років до зародження перших монетних систем в Елладі, і про них писав грецький поет Гесіод (VIII–VII ст. до н. е.). У Стародавній Греції в IV ст. до н. е. відомі випадки лихварських позик зі сплатою більше ніж 40 % щомісяця (понад 480 % річних). Згодом звичайні позики передбачали сплату від 62 до 900 % річних.
- ◆ Українське лихварство зародилося за час правління **князя Володимира Мономаха**, в 1113 році. На початку XII ст. в Київській державі з розвитком торгівлі та виробництва зросла потреба в кредитних ресурсах для повноцінної організації праці. У цей період головним засобом розрахування була гривня. У деяких випадках відсотки були значними та називалися «лихва» (звідси і походження назви діяльності з надання грошових коштів під відсотки — лихварства).
- ◆ Першу програму мікрофінансування створив економіст із Бангладешу — **Мухаммад Юнус**. Він позичив власні 27 дол. США 42 людям, щоб допомогти їм повернути позики лихварям і стати вільними. Після багатьох зусиль йому нарешті вдалося отримати кредитну лінію від «Janata Bank», запропонувавши себе як гаранта для свого проекту з кредитування бідних. За підтримки держави ця програма оформилася в «Grameen Bank» — перший у світі банк, що видавав мікрокредити без застав. Юнус разом із «Grameen Bank» отримали Нобелівську премію миру за внесок у боротьбу з бідністю через мікрофінанси.
- ◆ 15 квітня — **Міжнародний день мікрокредитування**, який хоча і не є офіційно визнаним святом, все таки має велике значення для численних організацій та спільнот. Цей день присвячений популяризації мікрофінансування як потужного інструменту боротьби з бідністю.

МОДЕЛЮЄМО



Виконай у робочому зошиті завдання «Ухвалення рішення про необхідність отримання кредиту». Змоделью перспективу розвитку власного бізнесу за рахунок запозичених коштів.

ПРАКТИКУЄМО



Розв’яжи задачу в робочому зошиті.

ПЕРЕВІРЯЄМО



Перевір рівень власної обізнаності з теми. В електронному додатку або робочому зошиті виконай тест «Що Ти знаєш про банківський кредит?».

ЯК КРЕДИТНІ СПІЛКИ ДОПОМАГАЮТЬ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА?



ПІЗНАЄМО

Хорошою альтернативою банкам для отримання коштів на заснування та розвиток бізнесу є кредитні спілки.



Кредитні спілки — це фінансові установи, які надають фінансові послуги тільки своїм членам. Зазвичай кредитні спілки пропонують дуже вигідні кредитні та депозитні умови для своїх учасників.

Це зумовлюється специфікою створення та функціонування кредитних спілок, яку можна наочно представити (див. рис. 34).



Рис. 34. Особливості функціонування кредитних спілок



ЦІКАВІ ФАКТИ

- ♦ Батьківщиною кредитних спілок вважається Німеччина, де в містечку Флямесдорф у 1849 році **Фрідріх Вільгельм Райффайзен** розпочав свою кредитово-кооперативну діяльність. Він надавав фінансову допомогу незаможним селянам фермерам. Так постав кооперативно-кредитовий рух, який перемістився до Австрії в 1851 році, а згодом поширився Європою.
- ♦ Перше споживче товариство в Україні з'явилося в Харкові 1864 року, а перше ощадно-позичкове товариство — 1869 го в місті Гадяч Полтавської області. На Буковині першу кредитну спілку створено 1889 року в селі Раранча, а 1903 го в Чернівцях відкрито «**Селянську касу**», головою якої став один із перших теоретиків українського віршування, мовознавець, професор Чернівецького університету **Степан Смаль-Стоцький**.

ПІЗНАЄМО



Розгляньмо детальніше послідовність кроків, які ілюструють процес отримання кредиту в кредитній спілці (рис. 35).



Рис. 35. Процес отримання кредиту в кредитній спілці

Діяльність кредитних спілок в Україні регулює Національний банк.

Кредитні спілки є ефективним джерелом фінансування для стартапів та невеликих бізнес-проектів, зокрема якщо банки відмовляють у кредитах через високі ризики або недостатню кредитну історію компанії тощо.

Розглянь *рис. 36*, щоб краще зрозуміти, як кредитні спілки допомагають стартапам.



Рис. 36. Як кредитні спілки допомагають стартапам

ПРАЦЮЄМО З ІНФОРМАЦІЄЮ

Перейди за покликанням <https://qr.orioncentr.com.ua/xREqJ> або скористайся QR-кодом і дізнайся історію кредитних спілок, переваги й недоліки їх функціонування.



ПРАКТИКУЄМО

Виконай у робочому зошиті завдання «Шлях до кредиту: допоможи Олександру».

ПЕРЕВІРЯЄМО

У робочому зошиті:

1. Виконай вправу «Ребуси».
2. Перевір свої знання про діяльність кредитних спілок та умови кредитування, виконавши вправу «Правда — неправда».

ЛІЗИНГ ДЛЯ БІЗНЕСУ — ЯК ПОЧАТИ СПРАВУ БЕЗ КУПИ ГРОШЕЙ

ПІЗНАЄМО

Купувати різні машини, обладнання, офіси, виробничі приміщення чи транспорт — звична справа для сучасного бізнесу. Але це завжди потребує великих грошей. Тому, зрештою, кожен підприємець замислюється, як краще та вигідніше оплатити такі великі покупки.

Ще 50 років тому головними варіантами були або власні заощадження, або кредит у банку. Але зараз з'явилася ще одна можливість — лізинг. Він стає дедалі популярнішим, бо дає багато вигод саме покупцям.

Уяви, що Ти хочеш відкрити власну справу — наприклад, кав'ярню. Але купити кавомашину одразу не можеш — це дорого. Що робити? Один із варіантів — лізинг.

Лізинг — довгострокова оренда техніки, машини чи обладнання для бізнесу, з можливістю викупити річ пізніше. Це не кредит, але допомагає бізнесу працювати, навіть якщо грошей поки що небагато.

Розглянь *рис. 37*, щоб краще зрозуміти, як працює лізинг та які кроки потрібно зробити для того, щоб можна було використати лізингове фінансування для розвитку бізнесу.



Рис. 37. Як працює лізинг

Іншими словами, лізинг — це коли компанія купує потрібну річ для клієнта, а потім здає її йому в оренду. Клієнт користується цим майном і платить щомісяця. А коли закінчується термін оренди — може викупити річ і стати її власником.

Тобто лізинг — це щось середнє між орендою та кредитом: майно ще не належить Тобі, але Ти вже ним користуєшся. Це вигідно і зрозуміло, бо кожен знає свою роль: один купує, інший користується, а потім може викупити.

Звісно, лізинг має як переваги, так і недоліки, які варто враховувати під час ухвалення рішення про використання цієї форми залучення ресурсів для бізнесу (див. рис. 38).



Рис. 38. Переваги і недоліки лізингу



РОБОТА В ПАРІ / ГРУПІ

Об'єднайтеся в групи й обговоріть ситуацію.

Андрій хоче відкрити сервіс для очищення води в школах. Йому потрібно обладнання на 80 тис. грн. Він вирішив скористатися лізингом. Допоможіть Андрію визначити, що йому треба зробити.

Виберіть три правильні кроки і поясніть, чому ви обрали саме їх.

1. Подати заявку на грант.
2. Обрати обладнання.
3. Частково оплатити обладнання.
4. Звернутися до лізингової компанії.
5. Укласти кредитний договір.
6. Підготувати короткий бізнес план.
7. Знайти інвестора серед підприємців або однокласників.

ПРАЦЮЄМО З ІНФОРМАЦІЄЮ



Перейди за покликанням <https://qr.orioncentr.com.ua/gG0zW> або скористайся QR-кодом і довідайся, чим лізинг відрізняється від кредиту.

ПЕРЕВІРЯЄМО

Перевір рівень власної обізнаності з теми. В електронному додатку виконай завдання:

1. «Як лізинг допоможе Катерині?».
2. «Кредит чи лізинг?».
3. «Лізинг: перевір свої знання».

ДЕРЖАВНІ ПРОГРАМИ СТИМУЛЮВАННЯ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА

ПІЗНАЄМО

Підприємці створюють робочі місця, сплачують податки, виробляють товари та надають послуги. Чим більше підприємств — тим сильніша економіка держави. Тому їй вигідно, щоб підприємці розвивалися — особливо ті, хто тільки починає свій бізнес. А отже, держава повинна різними способами підтримувати підприємців. Таку підтримку часто називають стимулюванням розвитку бізнесу. Стимулювати підприємництво можна, використовуючи юридичні, економічні та соціальні способи.

До юридичних належать закони й інші нормативні документи, якими підприємці керуються під час здійснення бізнес-діяльності.

Соціальними способами стимулювання бізнесу є запровадження різних соціальних проєктів регіонального та державного значення, спрямованих на покращення умов життя, медичного забезпечення, проведення дозвілля для підприємців.

Важливим способом державної підтримки є економічне стимулювання, зокрема фінансова підтримка розвитку бізнесу.

ЦІКАВІ ФАКТИ

Найвідоміша програма пільгового державного кредитування, спрямована на підтримання малого та середнього бізнесу в Україні, — **«Доступні кредити 5–7–9 %»**. Її головна ідея — зробити гроші для розвитку бізнесу максимально доступними. Підприємці можуть отримати фінансування під значно знижені відсоткові ставки — 5, 7 або 9 %, а в окремих випадках навіть під 1 % річних. Кредити можна використати для купівлі обладнання, транспорту, реконструкції приміщень, відбудови зруйнованого бізнесу.

Найпоширеніші форми економічної державної підтримки представлені на *рис. 39*.

ПІЛЬГОВІ КРЕДИТИ

Позики, які потрібно повернути, але на особливих, вигідніших умовах, ніж звичайні банківські кредити. Видаються під знижену відсоткову ставку або навіть надається можливість тимчасово не сплачувати відсотки, і можуть мати довший термін погашення



ПОДАТКОВІ ПІЛЬГИ

Це офіційні знижки або послаблення, які дозволяють платити менше податків або взагалі тимчасово їх не платити. Надаються на певний період або за певних умов. Дають можливість зекономити гроші, які зазвичай сплачуються державі у вигляді податків



КОНСУЛЬТАЦІЇ ТА НАВЧАННЯ

Це безкоштовна допомога фахівців, яка допомагає людям навчитися відкривати, розвивати та керувати власною справою. Можуть проводитися у формі лекцій, вебінарів, тренінгів або особистих консультацій



ДЕРЖАВНІ ГРАНТИ

Це кошти, які надаються державою особі або організації на конкретну мету, наприклад: навчання, розвиток бізнесу, проведення дослідження, купівля обладнання та меблів, ремонт приміщення тощо



Рис. 39. Форми економічної державної підтримки бізнесу

МОДЕЛЮЄМО

Змоделюй у робочому зошиті ситуацію «Як держава допомагає бізнесу: моя ідея з податковою пільгою».

ПРАЦЮЄМО З ІНФОРМАЦІЄЮ

Знайди в інтернеті інформацію про 3–4 безкоштовні державні консультаційні сервіси для молоді: зокрема вебсайти центрів зайнятості, молодіжні центри чи такі платформи, як «Дія». Збери дані про те: хто надає, про що саме консультують (бізнес-план, реєстрація ФОП тощо), як зв'язатися, чи потрібен попередній запис.

ДИСКУТУЄМО

Поміркуй і дай відповіді на питання, які допоможуть Тобі замислитися над соціальними пріоритетами й справедливістю розподілу фінансової допомоги, фінансовою відповідальністю та наслідками недотримання умов договору:

1. Як Ти вважаєш, кому передусім варто надавати пільгові кредити — молодим підприємцям, родинам чи ветеранам? Чому?
2. Які ризики можуть бути, якщо людина бере пільговий кредит, але не встигає повернути його вчасно?
3. Як би Ти використав / використала пільговий кредит для відкриття власної справи в школі чи своєму населеному пункті?

ПРАКТИКУЄМО

1. Розв'яжи задачі в робочому зошиті або електронному додатку.
2. Виконай в електронному додатку вправу «Знайди відповідність».

ЯК БІЗНЕС МОЖЕ ЕКОНОМИТИ ЕЛЕКТРОЕНЕРГІЮ ЗАВДЯКИ ДЕРЖАВНІЙ ПІДТРИМЦІ?

ПІЗНАЄМО

Важливим питанням бізнесу в царині збереження природних ресурсів, зменшення негативного впливу на навколишнє середовище й економії коштів є енергоощадність. Сьогодні економити електроенергію — це не лише корисно для бюджету, а й важливо для довкілля.

 **Енергоощадність, або енергозбереження**, означає зменшення споживання енергії для досягнення конкретної мети або отримання певних послуг. Це може бути досягнуто як через зміну поведінки, так і через впровадження енергоефективних технологій.

Важливо розрізняти енергоощадність та енергоефективність.

 **Енергоефективність** — це раціональне використання енергетичних ресурсів для досягнення того самого рівня комфорту або продуктивності.

Енергоефективність стосується використання меншої кількості енергії для отримання того самого рівня послуг або результату, тоді як енергоощадність означає як зменшення споживання, так і зміну звичок.

Наприклад, якщо замінити лампи розжарювання на LED-лампи, то вони світитимуть так само яскраво, але споживатимуть значно менше електроенергії.

Бути енергоефективним бізнесу дуже вигідно, адже держава підтримує підприємців, які впроваджують енергозбереження. Для цього існують спеціальні державні програми підтримки. Підприємець може отримати державний грант на купівлю енергоощадного обладнання, наприклад, LED-освітлення або сонячних панелей. Також деякі підприємства отримують знижки на оплату електроенергії, якщо скорочують її споживання.

Розгляньмо, які вигоди можуть отримувати підприємці за умови впровадження енергоефективних технологій та якими можуть бути форми державної підтримки енергоефективного бізнесу (рис. 40).



Рис. 40. Бізнес вигоди та державна підтримка для енергоефективного бізнесу

Крім того, підприємці можуть звернутися за безкоштовною консультацією: фахівці підкажуть, як саме зменшити витрати на електроенергію чи опалення.

Держава підтримує також використання «зеленої енергії» — від сонця або вітру. Установивши сонячні панелі, підприємство може не лише зекономити, а й заробити, продаючи надлишкову енергію.

 **Пам'ятай!** Бути енергоефективним — це не лише екологічно, а й економічно. Такий бізнес — це бізнес майбутнього.

Розгляньмо приклад. Тарас із батьками відкрив пекарню. За місяць на електроенергію витрачали понад 12 тис. грн. Родина вирішила встановити енергоефективні печі та LED-освітлення. Через програму Фонду енергоефективності для бізнесу вони отримали грант на 40 % вартості обладнання. Результат: економія на комунальних послугах — до 5000 грн щомісяця; менше викидів вуглекислого газу; більше клієнтів, які цінують «зелений бізнес».

ЦІКАВІ ФАКТИ



- ♦ Згідно з рейтингами, на кожні 1000 дол. США валового внутрішнього продукту в Україні витрачається втричі більше енергії, ніж у багатьох європейських країнах — через застарілу інфраструктуру та низьку освіченість у питаннях енергоощадності.
- ♦ Енергозберезувальні, або світлодіодні, лампочки споживають утричі менше енергії і водночас працюють у 10 разів довше. Світлодіодна лампа — найекологічніше чисте джерело світла, не містить ртуть, фосфор і ультрафіолет.
- ♦ Вимкнений на ніч комп'ютер за тиждень дасть змогу заощадити енергію, якої вистачить, щоб зарядити смартфон понад 100 разів.
- ♦ Українська компанія «**Solar Garden**» — один із лідерів у галузі відновлюваної енергетики в Україні — встановила понад 1130 сонячних електростанцій (СЕС) по всій державі, зокрема в приватних господарствах, підприємствах, школах, лікарнях й інших соціальних об'єктах. Крім генерації електроенергії із сонця, компанія активно впроваджує системи зберігання енергії BESS, що дозволяють створювати потужний резерв у разі перебоїв з енергопостачанням.

ПРАЦЮЄМО З ІНФОРМАЦІЄЮ



Перейди за покликанням <https://qr.orioncentr.com.ua/bglxf> або скористайся QR-кодом і дізнайся більше про критерії, які використовуються для оцінювання екологічної, соціальної та управлінської відповідальності компаній.

Сьогодні в Україні є багато енергопрограм для бізнесу, основні з яких представлені в *таблиці 2*.

Таблиця 2

НАЗВА ПРОГРАМИ	ПРОПОЗИЦІЯ	ДЛЯ КОГО
ЕНЕРГОДІЯ-БІЗНЕС	Грант до 50 % на модернізацію	Малий і середній бізнес
Кредит на енергоефективність	Пільговий кредит на 3–5 років	Підприємці, які ставлять нове обладнання
Фонд енергоефективності	Компенсація витрат	Бізнес, що утеплює приміщення або оновлює техніку



Енергоефективний та енергоощадний бізнес — це відповідальний, усвідомлений спосіб діяльності задля здоров'я та збереження ресурсів.

Такий бізнес належить до ековідповідального підприємництва та орієнтований на створення екосередовища.

Екобізнес:

- ♦ Розумно споживає ресурси (електроенергію, воду тощо).
- ♦ Відмовляється від пластику й одноразових речей / товарів / пакування.
- ♦ Пересувається екотранспортом — електромобілями чи велосипедами.
- ♦ Використовує джерела відновної сонячної енергії.
- ♦ Висаджує дерева.
- ♦ Зменшує кількість використання паперу у своїй діяльності.
- ♦ Відповідально ставиться до сортування відходів.



ДИСКУТУЄМО

Поміркуй і дай обґрунтовані відповіді на питання.

1. Чому деякі підприємці не користуються державними програмами підтримки бізнесу, хоча вони доступні?
2. Чи є ризики для бізнесу, який отримує пільги від держави?
3. Як зробити державні програми підтримки бізнесу більш зрозумілими для молоді?



ПЕРЕВІРЯЄМО

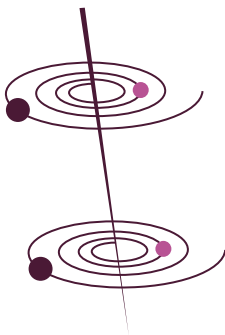
В електронному додатку виконай тест «Що знаєш Ти про пільгові кредити та гранти?».



ПІДСУМОВУЄМО

1. Для створення або розвитку бізнесу підприємець може використати запозичені кошти — зокрема банківські кредити, кошти кредитних спілок, гранти або державні пільгові програми. Уміння обирати відповідну форму запозичення та відповідально користуватися нею — важливий крок до фінансової стійкості й ефективності бізнесу.
2. Банківські кредити для бізнесу передбачають отримання грошей під відсотки з обов'язковим поверненням у встановлений строк. Щоб отримати такий кредит, підприємець має скласти реалістичний бізнес-план.
3. Державна підтримка бізнесу містить пільгове кредитування, гранти та податкові пільги, які роблять відкриття справи доступнішим.
4. У галузі енергозбереження підприємці можуть скористатися програмами енергоефективності, які частково компенсують витрати на модернізацію, обладнання чи утеплення.

ДОСВІД 3

ЩО ТАКЕ АЛЬТЕРНАТИВНЕ ФІНАНСУВАННЯ
І ЯК ВОНО СПРИЯЄ РОЗВИТКОВІ БІЗНЕСУ?

Краудфандинг не просто допомагає якійсь конкретній людині реалізувати свій проєкт, а й налагоджує загальний добробут кожного з нас.

Ірина Соловей, президентка громадської організації «Garage Gang», співзасновниця платформи соціальних інновацій «Велика Ідея»

У кожного бізнесу є свій бізнес ангел. Якщо ти бізнесмен — не забувай дякувати своєму бізнес ангелу так само, як ти дякуєш своєму ангелу охоронцю.

Вікторія Тігіпко (Лопатецька), українська інвесторка, бізнес ангел, засновниця «TA Ventures» та «ICLUB»

- ♦ Чи відомий Тобі вислів «альтернативне фінансування»?
- ♦ Які асоціації в Тебе виникають, коли чуєш цей вислів?

ЩО ТАКЕ АЛЬТЕРНАТИВНЕ ФІНАНСУВАННЯ?

ПІЗНАЄМО



На сьогодні для реалізації стартапів і бізнес-проєктів, крім традиційних способів отримання фінансування, існує достатньо широкий спектр альтернативних джерел фінансування.



Бізнес-проєкт — це конкретна ініціатива в межах наявного бізнесу або підприємства. Він має визначені цілі, ресурси, терміни та бюджет. Бізнес-проєкти можуть бути тимчасовими або довгостроковими, наприклад, запуск нового продукту чи вихід на новий ринок.



Стартап — це нова компанія, створена для реалізації інноваційної ідеї з потенціалом до розвитку.

Стартапи часто починають із мінімального фінансування, активно тестують бізнес-модель і шукають інвестиції для розвитку. Головна особливість стартапу — високий рівень ризику та можливість швидкого зростання.

❗ **Альтернативне фінансування** — це сучасний підхід до залучення фінансів, який виходить за межі традиційних банківських кредитів та інвестицій.

Воно відкриває нові можливості для стартапів, бізнес-проектів малого бізнесу, інноваційних проектів, дозволяючи отримати кошти через краудфандинг, венчурний капітал, «ангельських» інвесторів, гранти й інші нестандартні фінансові інструменти.

З розвитком цифрових технологій альтернативне фінансування стало доступнішим. Його популярність зростає у світі, оскільки воно допомагає підприємцям реалізовувати власні ідеї, сприяє розвитку інновацій.

Існують такі види альтернативних джерел фінансування:



Рис. 41. Види альтернативних джерел фінансування

З попереднього досвіду Тобі відомо про різновиди кредитних коштів, які надаються невеликими сумами для підтримання розвитку бізнесу. Пропонуємо детальніше розглянути новітні способи альтернативного фінансування, які з'явилися порівняно недавно, а саме:

- ♦ краудфандинг;
- ♦ венчурний капітал;
- ♦ «ангельські інвестори»;
- ♦ гранти.

Перед тим як ухвалювати рішення про обрання певного способу фінансування, важливо знати переваги та недоліки кожного (див. рис. 42 на с. 97).

ПЕРЕВАГИ

**ГНУЧКІСТЬ**

доступ до різних джерел фінансування (краудфандинг, венчурний капітал, гранти тощо)

**НЕЗАЛЕЖНІСТЬ ВІД БАНКІВ**

можливість отримати кошти без традиційних банківських кредитів та високих відсотків

**ШВИДКІСТЬ**

альтернативне фінансування дозволяє швидко залучити кошти

**ДОСТУПНІСТЬ**

готовність інвестувати кошти в перспективні стартапи

**ЗАЛУЧЕННЯ СПІЛЬНОТИ**

краудфандинг допомагає створити базу прихильників ще до запуску стартапу

НЕДОЛІКИ

**ВИСОКИЙ РИЗИК**

шанси на успіх низькі без чіткої стратегії, якісної заявки та відповідності умовам

**НЕВИЗНАЧЕНІСТЬ**

немає гарантії успіху, особливо в разі використання краудфандингу чи венчурного капіталу

**ВИСОКА КОНКУРЕНЦІЯ**

багато стартапів змагаються за увагу інвесторів і донорів для отримання фінансування

**КОМІСІЇ ТА ВИТРАТИ**

онлайн-платформи для краудфандингу можуть утримувати значні комісії

**ВИМОГИ ДО ПРОЗОРОСТІ**

необхідність детального звітування перед інвесторами або спільнотою

Рис. 42. Переваги та недоліки альтернативного фінансування

ДИСКУТУЄМО



Розглянь зображення зі стартапами. Який, на Твою думку, вид альтернативного фінансування найбільше підходить під запропоновані стартапи?



ЗНАЧЕННЯ КРАУДФАНДИНГУ ДЛЯ БІЗНЕСУ



ПІЗНАЄМО

Уяви, що в Тебе є цікава ідея, — наприклад, створити гру, пошити футболки за власним дизайном чи зняти відеоблог. Але для цього потрібні гроші. Де їх знайти, якщо своїх заощаджень немає, а щоб узяти кредит у банку, треба звернутися за допомогою до дорослих. У цьому разі допомогти може краудфандинг.



Краудфандинг — це ефективний спосіб залучення коштів для реалізації стартапів і бізнес-проектів, за якого фінансування здійснюється за рахунок невеликих внесків від значної кількості людей (донорів), зазвичай через спеціальні онлайн-платформи.

Особливу увагу треба звернути на те, хто є донором у краудфандингу.



Донор у краудфандингу — це людина або організація, яка надає фінансову підтримку стартапу, бізнес-проекту, компанії чи ініціативі.

Завдяки спеціалізованим онлайн-платформам краудфандингу кожен може представити свій стартап широкій аудиторії та залучити фінансову підтримку від небайдужих людей. Це джерело фінансування не лише допомагає зібрати кошти, а й гуртує спільноту довкола проекту.



ЦІКАВІ ФАКТИ

- ♦ Найвідомішими та найбільшими спеціалізованими онлайн платформами краудфандингу світу є: «**Kickstarter**», «**Indiegogo**» та «**GoFundMe**».
- ♦ В Україні діє кілька успішних краудфандингових платформ. Найвідоміша — «**Спільнокошт**», що з 2012 року допомогла зібрати понад 100 млн грн на сотні культурних, соціальних та освітніх проектів. Також працюють «**Na Starte**» — для стартапів та бізнес ідей, пов'язаних із запуском технологічних продуктів, «**GoFundEd**» — для освітніх проектів і шкільних ініціатив.
- ♦ Одним із відомих прикладів краудфандингу став збір коштів на п'єдестал для встановлення Статуї Свободи в Нью Йорку наприкінці XIX ст. Знайти фінансування допоміг видавець **Джозеф Пулітцер**, який започаткував кампанію у своїй газеті «**The New York World**». Завдяки більш як 160 тисячам помертв вдалося знайти потрібні 100 тис. дол. США.
- ♦ У 2014 році американський кухар **Зак Браун** запустив жартівливу кампанію на «**Kickstarter**», щоб приготувати картопляний салат. Він зібрав понад 55 тис. дол. США.

Розглянь види краудфандингу та галузі, в яких він застосовується (див. с. 99).



КРАУДФАНДИНГ



технології
та стартапи



культура
й мистецтво



наука
й дослідження



журналістика
та медіа



бізнес
і підприємництво



ігрова
індустрія



соціальні ініціативи
й благодійність

ВИДИ ... ГАЛУЗІ

Для успішного залучення коштів за рахунок краудфандингу потрібно зробити декілька кроків, як це відображено в таблиці 3.

Таблиця 3

КРОКИ	ПОЯСНЕННЯ
1 Обрання спеціалізованої платформи	Обери краудфандингову онлайн-платформу, яка найкраще відповідає реалізації стартапу
2 Підготування кампанії	Створи привабливу сторінку стартапу з детальним описом, метою, цінністю
3 Встановлення цілі фінансування	Визнач суму та термін збирання коштів. Деякі платформи працюють за принципом «все або нічого», коли гроші дістаються тільки в разі досягнення мети
4 Визначення типу краудфандингу та збір коштів	Обери вид краудфандингу, який найкраще відповідає стартапу. Постійно оновлюй інформацію про стартап та підтримуй цікавість аудиторії
5 Просування кампанії	Використовуй соціальні мережі, розсилання, рекламні матеріали й особисті контакти, щоб залучити максимальну кількість людей
6 Виконання зобов'язань перед донорами	Реалізуй стартап. Відповідно до виду краудфандингу потрібно буде надати донорам винагороди чи звіт про використання коштів



ДИСКУТУЄМО

Виконай в електронному додатку завдання «Краудфандинг чи ні?».



РОБОТА В ПАРІ / ГРУПІ

Проведіть навчальну гру «Запусти свій стартап!» і навчіться залучати кошти через краудфандинг, розробляючи власні стартапи та презентуючи їх потенційним «інвесторам».

1. Кожна команда має створити власний стартап для залучення коштів через краудфандинг (новий гаджет, соціальна ініціатива, комп'ютерна гра тощо).
2. Команди отримують «віртуальний бюджет», який можна використати для розроблення презентації, реклами або створення прототипу товару чи послуги.
3. Решта учнів класу виконують роль «інвесторів».

Краудфандинг має і переваги, і потенційні ризики для стартапу (див. рис. 43 на с. 101).

ПЕРЕВАГИ

- ✓ **ДОСТУПНІСТЬ**
можливість отримати кошти без залучення традиційних інвесторів чи кредитів
- ✓ **ПЕРЕВІРКА ІДЕЇ**
допомагає протестувати ринок: що більше зацікавлених — то стартап перспективніший
- ✓ **ЗАЛУЧЕННЯ СПІЛЬНОТИ**
створює активну базу підтримки ще до запуску стартапу
- ✓ **МАРКЕТИНГ**
привертає увагу потенційних клієнтів, партнерів і медіа, що може стати хорошою рекламою
- ✓ **ГНУЧКІСТЬ**
можна залучити кошти на різні види стартапів: соціальні, творчі, бізнесові тощо

НЕДОЛІКИ

- ✗ **НЕВИЗНАЧЕНІСТЬ**
не гарантується успіх: багатьом стартапам не вдається зібрати потрібну суму
- ✗ **ЧАС І ЗУСИЛЛЯ**
створення та просування бізнесу потребує багато роботи (маркетинг, комунікація тощо)
- ✗ **ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ**
після успішного збору коштів потрібно виконати обіцянки перед донорами
- ✗ **КОМІСІЇ ПЛАТФОРМ**
багато краудфандингових онлайн-платформ утримують відсоток від зібраних коштів
- ✗ **РИЗИК ПЛАГІАТУ**
представлений на онлайн-платформах стартап може бути скопійований конкурентами

Рис. 43. Переваги та недоліки краудфандингу

ПРАКТИКУЄМО

Виконай у робочому зошиті завдання «Краудфандинг: обираю, аналізую, інвестую».

ЩО ТАКЕ ВЕНЧУРНИЙ КАПІТАЛ ТА ЯК ВІН ВИКОРИСТОВУЄТЬСЯ У БІЗНЕСІ?

ПІЗНАЄМО

Важливу роль у розвитку технологій, науки та підприємництва відіграє венчурний капітал. Саме це джерело фінансування допомагає молодим компаніям отримати ресурси для масштабування (розширення бізнесу чи збільшення обсягів продукції) та виходу на ринок.

 **Венчурний капітал** — це інвестиції в молоді компанії, які мають високий потенціал зростання, але також значний ризик. Основна

мета венчурного капіталу — підтримання інноваційних проєктів, які можуть змінити ринок або створити нові технології.

Венчурний капітал нагромаджується у **венчурних фондах**.

На відміну від традиційного кредитування, венчурні фонди вкладають кошти в обмін на частку в компанії, а їхній прибуток залежить від успіху бізнесу. Це допомагає поєднати фінансування з експертизою, стратегічною підтримкою та доступом до мережі контактів.

Представником венчурного капіталу є інвестор — особа або організація, яка вкладає кошти в молоді компанії або їхні бізнес-проекти з метою отримання інвестиційного прибутку.



ЦІКАВІ ФАКТИ

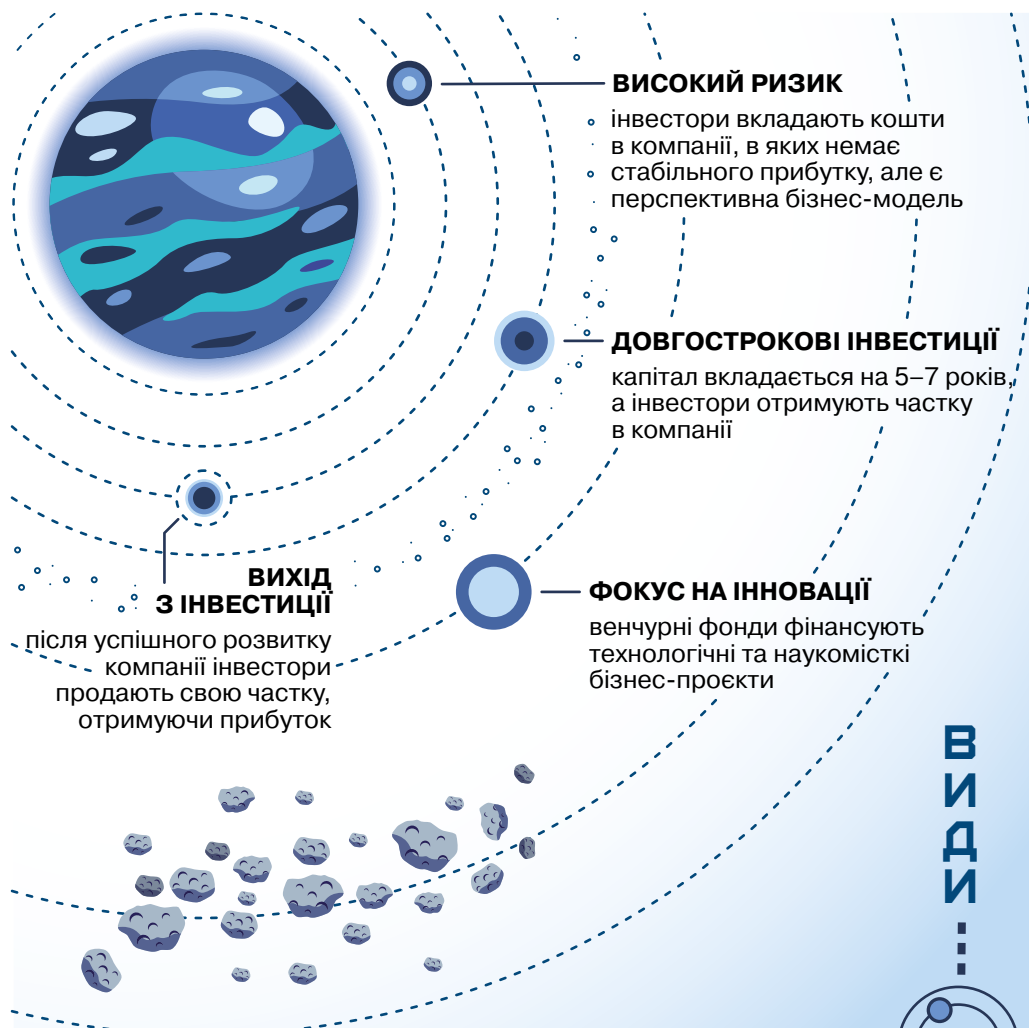
- ♦ За допомогою венчурного капіталу створені такі технологічні гіганти, як Google та Facebook. Наприклад, Facebook у 2005 році залучив 13 млн дол. США від **«Accel Partners»**, і вже через сім років ця частка оцінювалася приблизно у 8 млрд дол. США.
- ♦ Лише близько 10 % стартапів, що отримують венчурне фінансування, стають успішними. Проте якщо стартап вдалий, то прибуток інвесторів може перевищувати 1000 %. За американськими даними, з 10 стартапів, що залучили кошти, 3–4 повернуть інвестиції, ще стільки ж проваляться, а «зірки» — 1–2 компанії — принесуть виграш у тисячі відсотків.
- ♦ Українські ІТ стартапи містяться в переліку найперспективніших у Європі. Їх підтримують не лише українські, а й американські та європейські венчурні фонди. Наприклад, стартап **«Reface»** (додаток для заміни обличчя у відео) за короткий час став світовим хітом і привернув інвесторів із США! **«Grammarly»**, який допомагає писати англійською без помилок, використовує понад 30 мільйонів людей щодня!
- ♦ **Пітер Тіль** — один із найуспішніших венчурних інвесторів — вклав 500 тис. дол. США у Facebook у 2004 році, отримавши 10,2 % компанії. Згодом він продав свою частку за 1 млрд дол. США. Такий приклад показує, що навіть невелике вкладення — якщо воно потрапило в потрібний момент у правильне місце — може принести фантастичні результати.



ПІЗНАЄМО

Зверни увагу: венчурний капітал має свої особливості. Йдеться насамперед про високий рівень ризику для тих компаній, які інвестують кошти, а також про умови виходу з процесу інвестування. «Родзинками» венчурного фінансування є те, що воно виправдане саме для довгострокового вкладення капіталу переважно в інноваційні високотехнологічні та наукомісткі бізнес-проекти.

На с. 103 розглянь особливості венчурного фінансування.



ВЕНЧУРНИЙ КАПІТАЛ



технології
та ІТ



ФІНТЕХ



космічні
технології



енергетика
та екологія



біотехнології
й медицина



агротехнології



роботехніка й
автоматизація

ВИДИ ІНВЕСТИЦІЙ

Венчурний капітал також має свої переваги і недоліки, які слід враховувати, перш ніж ухвалювати рішення про венчурне фінансування бізнес-проєкту (див. рис. 44).



Рис. 44. Переваги та недоліки венчурного капіталу



ДОСЛІДЖУЄМО

Виконай у робочому зошиті завдання. Проаналізуй бізнес-проєкт і дай відповіді на запитання.

ХТО ТАКІ «АНГЕЛЬСЬКІ ІНВЕСТОРИ» ТА ЯКА ЇХ РОЛЬ У СТИМУЛЮВАННІ БІЗНЕСУ?



ПІЗНАЄМО

Безперечно, Ти чув / чула від дорослих або ж із засобів масової інформації про багатих людей, які вкладають великі кошти в старт молодих бізнес-компаній або ж дають гроші окремим підприємцям для розвитку їхньої справи. Таких людей називають «бізнес-ангелами», або «ангельськими інвесторами».

Здебільшого «ангельські інвестори» мають успішний досвід ведення бізнесу, тому можуть не лише інвестувати, а й допомагати порадами

та зв'язками на початкових стадіях розвитку бізнесу, сприяють молодим компаніям розробляти продукти, виходити на ринок і досягати успіху.

«Ангельські інвестори» здебільшого орієнтуються на молоді компанії, які пропонують нові інноваційні високотехнологічні бізнес-проекти та мають великий потенціал до зростання. Вони часто підтримують саме ті ідеї, які ще не мають підтвердженого успіху, але мають креативне і сміливе бачення майбутнього — від новітніх мобільних застосунків до проривних рішень у галузі екології та біотехнологій. Для стартапів така підтримка може стати вирішальною, оскільки дозволяє конкурувати із серйозними і знаними бізнес-гігантами.

Для багатьох «ангельських інвесторів» це спосіб залишити свій слід в історії технологій або підприємництва. Вони мислять масштабно, підтримують амбітні ідеї та вірять у силу молодого підприємницького духу.

ЦІКАВІ ФАКТИ



- ◆ Поняття «ангельський інвестор» спочатку використовувалося в театральному світі. Багаті меценати в США вкладали кошти в нові вистави на Бродвеї. Якщо вистава ставала популярною — «ангели» отримували прибуток, а якщо ні — вкладали кошти на власний ризик.
- ◆ В 1978 році американський професор університету Нью Гемпшира **Вільям Ветцель** уперше використав вищезазначене поняття для опису інвесторів, які вкладали гроші в молоді компанії на ранніх етапах. Так з'явився сучасний образ «бізнес ангелів», або, як їх назвали згодом, «ангельських інвесторів». Згодом «ангельські інвестори» стали важливою ланкою в розвитку технологій: вони фінансували перші проекти «Apple», «Microsoft», «Google», коли ті були ще тільки ідеями або прототипами.
- ◆ Близько 90 % початкового фінансування бізнес проектів надходить саме від «ангельських інвесторів», а не від банків чи венчурних фондів. У середньому «бізнес ангел» вкладає в бізнес проєкт від 25 до 100 тис. дол. США. Проте деякі угоди можуть досягати і мільйонів доларів.
- ◆ Для узгодження та взаємної підтримки «ангельських інвесторів» в 1999 році створено **Європейську мережу бізнес-ангелів (EBAN)**, яка сьогодні об'єднує понад 150 організацій членів із понад 50 держав. На сьогодні EBAN інвестує 7,5 млрд євро на рік і об'єднує на правах членства не тільки «ангельських інвесторів», їхні асоціації та мережі, а й бізнес акселератори, електронні фінансові платформи, венчурні фонди, що надають допомогу стартапам, малим і середнім підприємствам.

Щоб зрозуміти, як працюють «ангельські інвестори», в які галузі вони найчастіше інвестують кошти та які їхні потенційні переваги, порівняно з іншими способами альтернативного фінансування, розглянь детальніше інфографіку на с. 106.



ПРАКТИКУЄМО



Виконай в електронному додатку завдання:

1. «Альтернативне фінансування».
2. «Вибір інвестора ангела».

ГРАНТИ ЯК ДЖЕРЕЛО ФІНАНСУВАННЯ БІЗНЕСУ

ПІЗНАЄМО



Важливим джерелом фінансування бізнесу на початкових стадіях його створення є гранти. Поняття «грант» походить від англійського слова «grant», що означає «дарувати», «надавати», «довіряти».

 **Грант** — це фінансова допомога, яка надається особі або організації на конкретну мету, наприклад: навчання, розвиток бізнесу, проведення дослідження. Умовою отримання гранту є звітність про його цільове виконання і використання коштів, але не повернення коштів.

Розрізняють такі типи грантів: державні, приватні, міжнародні.

Державні гранти фінансуються з бюджету держави або регіону, часто спрямовані на суспільно важливі проекти.

Приватні гранти надаються компаніями, благодійними фондами або окремими особами.

Міжнародні гранти фінансуються міжнародними організаціями.

Державні гранти надаються на створення або розвиток бізнесу, щоб допомогти підприємцям розпочати власну справу і тим самим покращити економіку держави. Це особливо важливо для тих регіонів, де важко знайти роботу, а бізнес майже не розвивається. Коли відкриваються нові підприємства, з'являються і нові робочі місця — люди мають змогу працювати й заробляти.

Гранти можуть отримати люди, які мають бізнес-ідеї, але їм бракує грошей для їх утілення та старту бізнесу. У такий спосіб держава дає шанс усім, хто потребує підтримки, змінити власне життя, працювати на себе та розвиватися.

Гранти сприяють розширенню асортименту товарів і послуг, підвищенню якості обслуговування та здоровій конкуренції. Деякі гранти спеціально спрямовані на розвиток нових, корисних для суспільства напрямів — екологічних чи соціально-орієнтованих бізнесів.

Детальніше про види грантів та галузі, які найчастіше отримують грантове фінансування, можна дізнатися, розглянувши інфографіку на с. 108.



Отримання грантів як альтернативного джерела також має переваги та недоліки (див. рис. 45).

ПЕРЕВАГИ

✓ БЕЗПОВОРТНІСТЬ КОШТІВ

гранти не потрібно повертати, на відміну від кредитів чи інвестицій

✓ ДОСТУП ДО РЕСУРСІВ

можна отримати фінансування для запуску проекту навіть без власного капіталу

✓ ГНУЧКІСТЬ У РЕАЛІЗАЦІЇ

зазвичай грантодавці не втручаються в управління проектом

✓ СОЦІАЛЬНИЙ ВПЛИВ

часто підтримують проекти з користю для громади, екології, освіти, культури

✓ ПІДВИЩЕННЯ РЕПУТАЦІЇ

отримання гранту — це знак довіри, що може залучити нових інвесторів

НЕДОЛІКИ

✗ ВИСОКА КОНКУРЕНЦІЯ

шанси на успіх низькі без чіткої стратегії, якісної заявки та відповідності умовам

✗ БЮРОКРАТІЯ ТА ЗВІТНІСТЬ

потрібно вести детальний облік витрат, подавати звіти, дотримуватися дедлайнів

✗ ОБМЕЖЕННЯ ВИКОРИСТАННЯ

гроші можна витратити лише на затверджені цілі, чітко визначені в документації

✗ РИЗИК ВТРАТИ ГРАНТУ

порушення умов гранту може призвести до анулювання фінансування

✗ ЧАСОВІ ВИТРАТИ

підготування заявки, узгодження документів — це тривалий процес

Рис. 45. Переваги та недоліки грантів

ЦІКАВІ ФАКТИ

- ◆ Бренд **«MustHave»** є яскравим прикладом успішного підприємства, яке скоро сталося грантовою програмою «Власна справа» для розвитку свого бізнесу та досягнення нових висот. «MustHave» заснований у 2010 році Анною Бец й Анастасією Дзюбою. Натхненні ідеєю створення якісного локального шопінгу, вони стали першими, хто запровадив в Україні масмаркет одягу місцевого виробництва. Бренд швидко завоював популярність. Наразі мережа крамниць налічує 16 точок в Україні, є представництва у 10 країнах світу й інтернет магазин.
- ◆ Стартап фонд **«USF»** є прикладом того, як державна грантова підтримка сприяє розвитку інноваційного підприємництва в Україні. Фонд започатковано у 2019 році з метою стимулювання розвитку технологічних стартапів. Завдяки відкритому конкурсу та прозорим умовам відбору понад 380 стартапів отримали гранти на загальну суму понад 8,7 млн дол. США на реалізацію своїх ідей. Серед переможців — інноваційні рішення в галузі охорони здоров'я, енергетики, аграрних і фінансових технологій, багато з яких вже експортуються за кордон або залучили додаткові інвестиції.

 ПРАЦЮЄМО З ІНФОРМАЦІЄЮ

Ознайомся з відеоінструкцією про те, як правильно подати заявку на отримання гранту на розвиток власної справи. Для цього перейди за покликанням <https://qr.orioncentr.com.ua/xYcA8> або скористайся QR-кодом.

 МОДЕЛЮЄМО**Змоделюй ситуацію.**

Олександр хоче відкрити маленьку кав'ярню у своєму місті й дізнався про державну програму «Власна справа». Він планує орендувати приміщення, купити кавомашину та меблі, а ще найняти двох працівників: баристу та продавця. Хлопець хоче подати заявку на грант і розраховує отримати максимальну суму — 250 тис. грн.

Дай відповіді на запитання.

- ◆ Чи має Олександр право претендувати на 250 тис. грн? Чому?
- ◆ На що він може витратити ці гроші згідно з умовами програми?
- ◆ У яких випадках йому доведеться повертати ці кошти державі?

 ДОСПІДЖУЄМО**Виконай у робочому зошиті завдання.**

1. Досліди, які організації або програми надають гранти для молоді в Україні, та створи мапу можливостей.
2. Напиши грантову заявку на власну бізнес ідею.
3. Опиши власну ідею для участі в реальних конкурсах грантів.

 ДИСКУТУЄМО**Дай відповіді на запитання.**

1. Чи справедливо, що гранти отримують не всі, а тільки ті, хто готовий створити робочі місця? Чому так?
2. Чи має підприємець повертати грант, якщо його бізнес не вдався, але він старався?

 ПРАКТИКУЄМО

Виконай у робочому зошиті завдання «Бізнес-план для Катерини».

 ПЕРЕВІРЯЄМО

Перевір рівень власної обізнаності з теми. Виконай тестові завдання в електронному додатку.

ПІДСУМОВУЄМО



1. Альтернативне фінансування — це сучасний підхід до залучення фінансів, який виходить за межі традиційних банківських кредитів та інвестиційних механізмів.
2. Найважливішими перевагами альтернативного фінансування, порівняно з традиційним, є гнучкість, доступність і швидкість залучення коштів. До недоліків можна віднести високу конкуренцію стартапів, невизначеність в успіху бізнес-ідеї, високі комісійні витрати.
3. Найпоширенішими видами альтернативних джерел фінансування в сучасному світі є: краудфандинг, венчурний капітал, «ангельські інвестори» та грантові кошти.
4. Ефективним способом залучення коштів для реалізації стартапів і бізнес-проектів, за якого фінансування здійснюється за рахунок невеликих внесків від значної кількості людей (донорів), зазвичай через спеціальні онлайн-платформи, є краудфандинг.
5. Альтернативою традиційному кредитуванню є венчурний капітал — інвестиції в молоді компанії та проекти, які мають високий потенціал зростання, можуть змінити ринок або створити нові технології, проте є високоризиковими.

ОЦІНЮЄМО



Продовж у робочому зошиті речення. Проаналізуй надані відповіді та зроби висновок про свої успіхи чи труднощі.

ОПАНОВУЮЧИ ТЕМУ, Я

запам'ятав / запам'ятала

дізнався / дізналася

спробував / спробувала

навчився / навчилася

зрозумів / зрозуміла

мав / мала труднощі з

ТЕМА 4

УПРАВЛЯЕМО ФІНАНСАМИ В БІЗНЕСІ. ФОРМУЕМО БІЗНЕС-ПЛАН

ОЗНАЙОМИВШИСЬ ІЗ МАТЕРІАЛАМИ ТЕМИ, ТИ БУДЕШ:

ЗНАТИ ТА РОЗУМІТИ:

- терміни «управління фінансами», «бізнес-план», «енергоаудит»
- структуру та логіку розроблення бізнес-плану
- поняття «доходи і витрати підприємця»
- основні показники ефективності бізнесу

УМІТИ ЗАСТОСОВУВАТИ:

- алгоритм створення шкільного підприємства
- сформований бізнес-план
- розраховані показники ефективності бізнесу в практичній роботі
- моніторинг енергоаудиту й енергоспоживання

САМОСТІЙНО УХВАЛЮВАТИ МОТИВОВАНІ РІШЕННЯ:

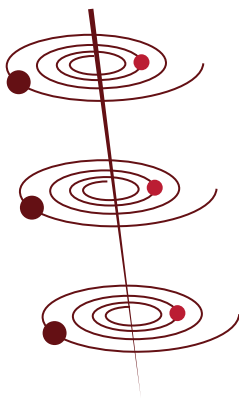
- щодо впровадження кращого міжнародного досвіду шкільних підприємницьких ініціатив
- щодо участі в організації шкільних соціальних ініціатив
- щодо участі в програмах енергозбереження

ВИРАЖАТИ СТАВЛЕННЯ:

- до логіки структури формування бізнес-плану
- до джерел формування доходів і витрат підприємця
- до ефективності ведення бізнесу
- до впровадження системи енергоаудиту та моніторингу енергоспоживання в компанії

ДОСВІД 1

ЯК СФОРМУВАТИ БІЗНЕС-ПЛАН?



Бізнес без плану — це як корабель без керма.

Джон Максвелл, американський письменник, тренер та експерт із лідерства

Стратегія — це витончений спосіб створити довго строчковий бізнес план і втілити його в життя.

Еллі Підот, американська фахівчиня в галузі корпоративної стратегії, віцепрезидентка компанії «Medtronic»

Якщо ви працюєте над своїми цілями, вони також працюватимуть над вами. Якщо ви працюєте за своїм планом, він спрацює і на вас.

Джим Рон, американський підприємець, бізнес тренер, автор книг із досягнення успіху в бізнесі

- ♦ *Які переваги має бізнес, у якого є чіткий план?*
- ♦ *Чи плануєш Ти свої справи?*
- ♦ *Які ризики пов'язані з веденням бізнесу без плану?*

ЩО ТАКЕ БІЗНЕС-ПЛАН І ДЛЯ ЧОГО ВІН ПОТРІБЕН?

ПІЗНАЕМО



Уяви, що Ти вирішив / вирішила вирушити в далеку та невідому мандрівку. У Тебе є ентузіазм, приблизне уявлення про кінцеву мету, але немає чіткого маршруту, інформації про можливі перешкоди, спорядження та фінансування. Бізнес-план у цьому порівнянні — це Твоя карта подорожі.

Бізнес-план — це детальний, продуманий документ, який описує реалізацію Твого майбутнього бізнесу в житті.

Він відображає, як Ти плануєш розпочати власну справу і керувати своїм підприємством. Іншими словами, це своєрідна дорожня карта, яка допомагає Тобі та потенційним інвесторам зрозуміти власний бізнес. Без бізнес-плану Твоя подорож у світ підприємництва стає ризикованою імпровізацією, де можна легко заблукати, витратити зайві

ресурси або зіткнутися з непереборними труднощами. Бізнес-план вказує чіткий напрям, допомагає підготуватися до викликів і збільшує шанси на успішне досягнення «бізнес-мети». Так само, як досвідчений мандрівник не вирушить у далеку путь без карти та підготовки, так і успішний підприємець / успішна підприємниця не розпочне серйозний бізнес без детального бізнес-плану.

Проте бізнес-план потрібен не тільки Тобі як підприємцю / підприємниці. Цей документ вимагатимуть інвестори чи банки для того, щоб ухвалити рішення про вкладання інвестицій у бізнес чи надання кредитів (див. рис. 46).

ПІДПРИЄМЦЮ

допомагає чітко бачити, як реалізувати ідею, заробити і не втратити гроші. Це як інструкція, щоб діяти розумно, а не навамання

ІНВЕТОРУ

допомагає зрозуміти, чи варто вкладати гроші, як працює ідея, скільки вона може принести прибутку і які є ризики

ГРАНТОДАВЦЮ

допомагає побачити, яку користь принесе проект — для людей, економіки чи довкілля, та вирішити, чи варто підтримати ідею фінансово

БАНКУ

допомагає оцінити, як працює бізнес, які має доходи та витрати, щоб ухвалити рішення про надання кредиту

ПАРТНЕРАМ

допомагає зрозуміти, наскільки серйозний і стабільний бізнес. Показує, яка співпраця можлива, чи можна довіряти і планувати роботу з підприємцем

Рис. 46. Для чого потрібен бізнес план

Створити бізнес-план непросто. Це кропітка робота, яка потребує знань, умінь і навичок. Насамперед потрібно знати, з яких розділів складається бізнес-план, як правильно оформляється, і пам'ятати, що він пишеться від третьої особи.

Презентація бізнес-плану може здійснюватися в письмовій та усній формах. У першому випадку бізнес-план розсилається потенційним інвесторам із коротким зверненням-проханням ознайомитися з матеріалом, викладеним у цьому документі, та в разі позитивного рішення про його інвестування повідомити про це фірму.

Зверни увагу на рис. 47 на с. 115, який показує, із чого складається бізнес-план.

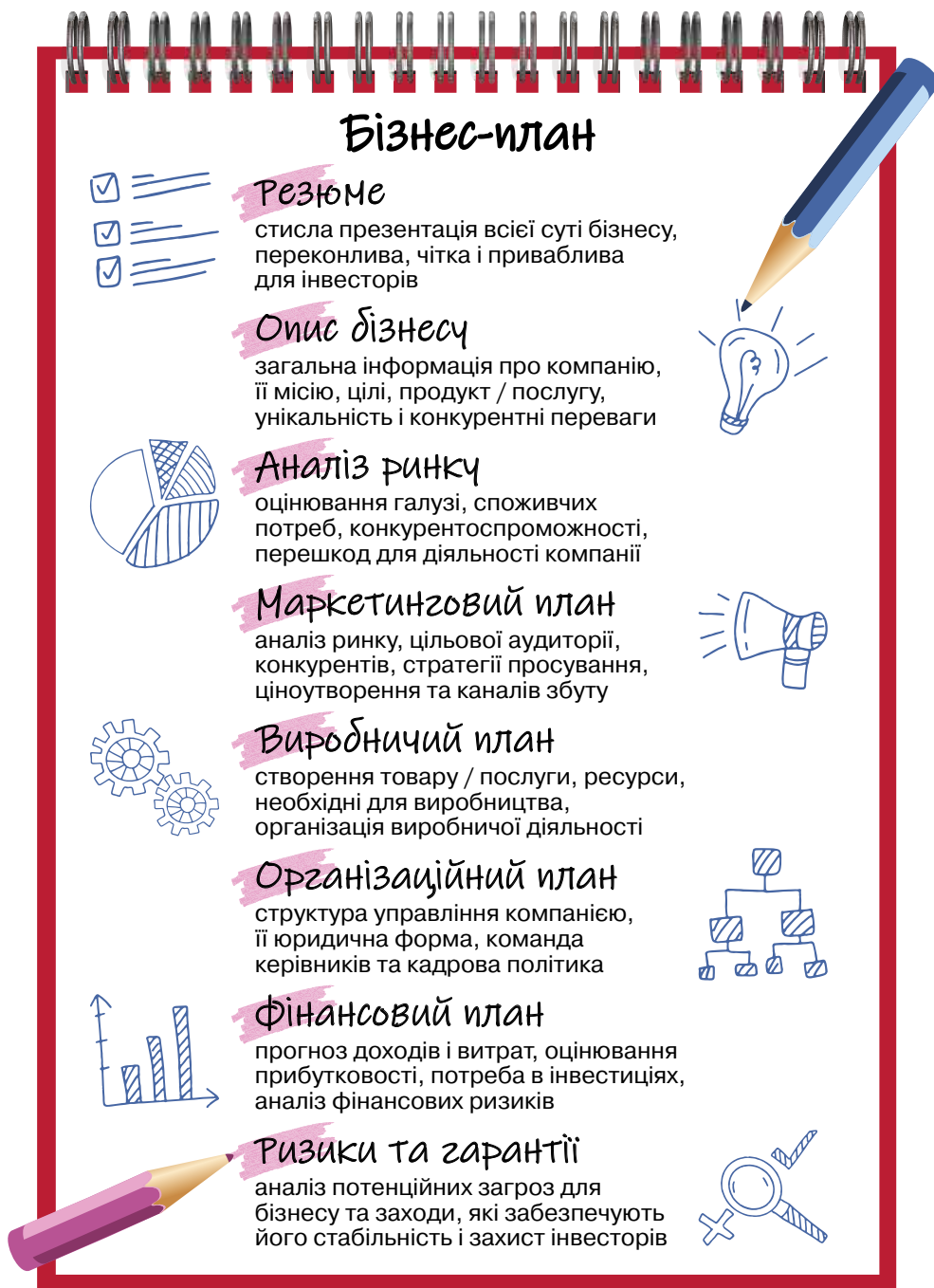


Рис. 47. Бізнес план

Варто пригадати, що **інвестор** — це людина чи компанія, Твій фінансовий партнер, який має вільні гроші та готовий їх укласти у Твій бізнес, сподіваючись, що ці вкладення забезпечать йому отримання прибутку.

Для написання бізнес-плану потрібно використовувати низку інструментів та певну інформацію, щоб зробити його максимально ефективним і реалістичним. Одним із таких інструментів є SWOT-аналіз, про який Ти вже знаєш із попередніх досвідів. Саме за допомогою SWOT-аналізу Ти зможеш реально оцінити сильні сторони (Strengths), слабкі сторони (Weaknesses), можливості (Opportunities) та загрози (Threats), що впливають на бізнес.



ЦІКАВІ ФАКТИ

- ♦ Історії багатьох успішних компаній починалися з ідеї, записаної на серветці або в блокноті. Один із найвідоміших прикладів — це американська авіакомпанія **«Southwest Airlines»**. В 1967 році бізнесмен Герб Келлегер і його друг Роллін Кінг обговорювали ідею створення авіакомпанії, яка б пропонувала дешеві рейси між трьома великими містами Техасу: Далласом, Г'юстоном і Сан Антоніо. Герб Келлегер взяв серветку та намалював на ній трикутник, який з'єднував ці три міста. Це був їхній початковий «бізнес план». Цей «план на серветці» пізніше перетворився на повноцінний бізнес, а заснована друзями компанія стала однією з найуспішніших, найдешевших та найприбутковіших авіакомпаній світу.
- ♦ На початку 2000 х років, коли в Україні інтернет тільки починав входити в повсякденне життя, Владислав Чечоткін, молодий підприємець із Києва, разом з дружиною Валерією заснували **«Rozetka»** — невеликий сайт із продажу електроніки. Перший офіс розміщався у квартирі, а склад — у підвалі. Усе будувалося на довірі, швидкості та турботі про покупця. Сьогодні «Rozetka» перетворилася у величезну платформу, де можна купити майже все: від смартфонів до їжі та книжок.



ПРАЦЮЄМО З ІНФОРМАЦІЄЮ

1. Перейди за покликанням <https://qr.orioncentr.com.ua/uDTu1> або скористайся QR-кодом і ознайомся з кейсом «Історія найвідомішого стартапу України».
2. Перейди за покликанням <https://qr.orioncentr.com.ua/YMVs4> або скористайся QR-кодом та ознайомся із цікавими історіями започаткування успішних стартапів.



ДИСКУТУЄМО

1. Ознайомившись з інформацією «Історія найвідомішого стартапу України», поміркуй:
 - ♦ Чи були враховані в бізнес плані компанії етичні та соціальні аспекти бізнесу?
 - ♦ Чи відповідає діяльність компанії принципам сталого розвитку?
2. За допомогою SWOT-аналізу проведи дослідження стартапу розглянутої вище компанії та дай відповіді на запитання.
 - ♦ Завдяки чому компанія змогла узгодити власні підприємницькі амбіції з потребами споживачів?

- ♦ Які риси членів команди дозволили стати успішними підприємцями?
- ♦ З яких причин компанії не вдалося знайти нішу на ринку України?
- ♦ Які чинники зовнішнього середовища сприяли та протидіяли розвитку компанії (наприклад, попит, державна підтримка, конкуренція, поведінка постачальників тощо)?

3. Ознайомся із цікавими історіями започаткування успішних бізнесів відомими підприємцями, перейшовши за покликанням або скориставшись QR-кодом на с. 116, та поміркуй над такими питаннями:

- ♦ Які історії для Тебе були найбільш цікавими?
- ♦ Які особисті якості проявляли в кожній ситуації підприємці?
- ♦ Як Ти вважаєш, чому незвичайні обставини та нестандартні рішення в започаткуванні бізнесу привели підприємців до успіху?
- ♦ На які ідеї Тебе надихнули ці розповіді?
- ♦ Чи в подальшій діяльності підприємці та підприємниці користувалися бізнес плануванням? Якщо так, то на яких етапах розвитку бізнесу їм воно було потрібне?

РОБОТА В ПАРІ / ГРУПІ



Виконай у робочому зошиті завдання:

1. «Від ідеї до інвестора».
2. «Власна справа: кроки до успіху кав'ярні».
3. «Ребуси».
4. «Бізнес план реалізації ідеї» та презентуй свої бізнес проекти на заході конкурсі «Бізнес моєї мрії».

ДОСЛІДЖУЕМО



В електронному додатку виконай завдання «Економічна лабораторія».

МОДЕЛЮЕМО



Перейди за покликанням <https://qr.orioncentr.com.ua/afjIN> або скористайся QR-кодом і ознайомся з прикладом зі шкільної практики про прогнозування результатів виготовлення листівок.

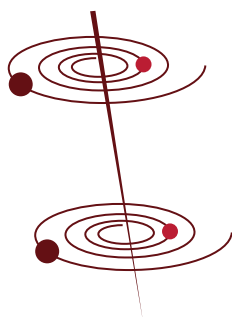
На основі прикладу розрахуй точку беззбитковості та спрогнозуй обсяг доходу за визначеною ціною на продукт, який Ти обрав / обрала як основу своєї бізнес-ідеї.

ПЕРЕВІРЯЕМО



Перевір рівень власної обізнаності з теми. Виконай тестові завдання в електронному додатку.

ДОСВІД 2

ЯК КАПІТАЛ, ДОХОДИ І ВИТРАТИ ВПЛИВАЮТЬ
НА ЕФЕКТИВНІСТЬ БІЗНЕСУ?

Будьте наполегливими у своєму баченні, але гнучкими у своїх деталях. Ефективність часто полягає в здатності швидко адаптуватися й оптимізувати свої витрати.

Індіра Нуйі, американська підприємниця, колишня генеральна директорка «PepsiCo»

Ефективність — це робити правильні речі.

Пітер Друкер, американський учений, економіст, один із найвпливовіших теоретиків менеджменту

- ♦ Як ефективне управління витратами може сприяти зростанню доходів і загальній прибутковості бізнесу?
- ♦ Чому аналіз доходів і витрат важливий для оцінювання ефективності бізнесу?

ЩО НЕОБХІДНО ЗНАТИ, ЩОБ УПРАВЛЯТИ ФІНАНСАМИ
КОМПАНІЇ?

ПІЗНАЄМО

Сьогодні Тобі може здаватися, що управляти фінансами компанії надто складно. Насправді це дуже цікаво, оскільки Ти можеш побачити та зрозуміти, як підприємство заробляє гроші, куди їх витрачає та як планує своє майбутнє. Спробуймо розібратися в цьому.

Уяви, що Ти є співвласником чи співвласницею родинного підприємства. Ти розумієш, для того щоб родинний бізнес був успішним та міг розвиватися, потрібно добре керувати його фінансами. Зупинимось на основних позиціях, які важливо досягнути для успішного розвитку власного бізнесу: капітал, доходи, витрати, прибутки та збитки, управління фінансами.

!!! **Капітал** — це всі ресурси, які можуть бути використані для виробництва товарів, надання послуг і отримання доходу в майбутньому.

Розглянь *рис. 48* та ознайомся з основними видами капіталу.



Рис. 48. Види капіталу

Капітал є життєвою силою бізнесу на всіх етапах його функціонування. На початку, на етапі створення нового проєкту, особливого значення набувають поняття стартового та статутного капіталів, які виконують різні функції.

Стартовий капітал (початковий капітал) — це грошові кошти, матеріальні цінності, інтелектуальна власність та інші ресурси, які підприємець або підприємниця (чи засновники) вкладають у бізнес на початковому етапі його створення та запуску. Правильне планування й розрахування стартового капіталу є одними з найважливіших завдань на етапі бізнес-планування.



ПРАЦЮЕМО З ІНФОРМАЦІЄЮ

Перейди за покликанням <https://qr.orioncentr.com.ua/Vwf2J> або скористайся QR-кодом і дізнайся детальніше про стартовий капітал.

Крім поняття «стартовий (початковий) капітал», потрібно розуміти важливість статутного капіталу для започаткування власного бізнесу.

Статутний капітал — це зафіксована в статуті підприємства початкова сума внесків засновників (учасників, акціонерів).

Якщо стартовий капітал — це реальні потреби та витрати бізнесу на старті, то статутний капітал — це юридичне оформлення власності та відповідальності.

Частина стартового капіталу може бути внесена як статутний капітал. Наприклад, якщо для запуску бізнесу (стартовий капітал) потрібно 200 тис. грн, а Ти створиєш підприємство зі статутним капіталом 20 тис. грн, то ця сума із цих 200 тис. грн буде офіційно зарахована як статутний капітал, а решта 180 тис. грн можуть бути іншими коштами (позиками, грантами, надходженнями), потрібними для функціонування, але вони не будуть частиною статутного фонду.

Ти вже знаєш із досвіду опанування фінансової грамотності, який сформувався у 8 класі, що доходи — це грошові кошти або матеріальні цінності, отримані внаслідок будь-якої діяльності. Пригадаймо основні джерела доходів компанії, подані на *рис. 49*.



Рис. 49. Основні джерела доходів

ЦІКАВІ ФАКТИ

- ♦ Високі доходи не завжди означають високі прибутки. Одна з найбільших помилок — вважати, що великий обсяг продажів автоматично гарантує успіх. Компанія може мати мільйонні доходи, але якщо її витрати ще вищі, вона все одно буде збитковою.
- ♦ Вартість утримання наявного клієнта в 5–25 разів нижча, ніж залучення нового: це фундаментальний принцип маркетингу й управління доходами. Орієнтація на постійних клієнтів і повторні продажі є набагато ефективнішою стратегією збільшення доходу, ніж гонитва за новими клієнтами.
- ♦ Досвідчені компанії встановлюють вартість продукту чи послуги з огляду на цінності для клієнта. Це дозволяє максимізувати дохід.

Як Ти знаєш, для успішної роботи підприємство має здійснювати певні витрати. Основні напрями витрачання коштів підприємством подані на *рис. 50*.



Рис. 50. Основні напрями витрат підприємства

Усі витрати фінансисти поділяють на операційні та капітальні.

Операційні витрати — це регулярні, поточні витрати, потрібні для щоденного функціонування бізнесу. До них належать: заробітна плата працівникам, витрати на рекламу, комунальні послуги, закупівля сировини або товарів, оренда тощо. Ці витрати здійснює підприємство щомісяця.

Капітальні витрати — це витрати на придбання чи вкладення на перспективу, які будуть використовуватися бізнесом багато років. До них належать витрати на купівлю обладнання або техніки, будівництво або ремонт приміщення, придбання транспортних засобів, розроблення програмного забезпечення, вкладення в нову фабрику чи виробничу лінію. Ці витрати нерегулярні, великі за сумою та розраховані на довгострокову користь.

Планування доходів і витрат під час ведення власного бізнесу допоможе правильно розрахувати майбутній прибуток.

Тобі вже відомо, якщо доходи підприємства перевищують його витрати, то воно отримує прибуток.

 **Прибуток** — це головна мета підприємницької діяльності.

 **Збиток** — це перевищення витрат над доходами. Таке явище є небезпечним для підприємців, оскільки означає, що підприємство витрачає більше, ніж заробляє.

Збільшити прибуток підприємство може двома способами: підвищенням рівня доходів від основної діяльності та скороченням витрат. А мінімізувати збитки підприємці мають змогу через якісний моніторинг ринку, врахування зовнішніх і внутрішніх чинників, які можуть призвести до скорочення доходів чи, навпаки, зумовлять зростання витрат, а також завдяки формуванню достатньої кількості фінансових резервів для мінімізації ризиків і використанню цих резервів за настання несприятливих ситуацій.



ЦІКАВІ ФАКТИ

- ◆ Не завжди скорочення витрат корисні. Наприклад, зменшення витрат на навчання персоналу може знизити продуктивність, а економія на якості матеріалів — призвести до втрати репутації.
- ◆ Часто найбільша стаття витрат — це люди: для багатьох компаній витрати на персонал (заробітна плата, податки, навчання, соціальні пакети) становлять найвищу частку всіх витрат.
- ◆ Існують «витрати втрачених можливостей». Це не гроші, які витратили, а прибуток, який не отримали через те, що не зробили чогось (наприклад, не інвестували в нову технологію, не вийшли на новий ринок).



МОДЕЛЮЄМО

Кейс «Утримай прибуток»

Уяви, що Ти — власник / власниця малого бізнесу (кав'ярні, студії дизайну, інтернет магазину тощо). Твої доходи зростають щомісяця, але збільшуються і витрати: оренда, закупівлі, заробітна плата, реклама.

Обери одну з трьох стратегій управління витратами:

Стратегія А. Скоротити витрати на рекламу та зосередитися на лояльності постійних клієнтів.

Стратегія Б. Провести аудит витрат і оптимізувати постачання — знайти вигідніших партнерів.

Стратегія В. Інвестувати у власне виробництво або автоматизацію, щоб зменшити залежність від зовнішніх підрядників.

Дай відповідь на запитання.

- ♦ Чому Ти обрав / обрала саме цю стратегію?
- ♦ Як вона допоможе досягти високих доходів без шкоди для ефективності?

ПРАЦУЄМО З ІНФОРМАЦІЄЮ



Перейди за покликанням <https://qr.orioncentr.com.ua/tnYF5> або скористайся QR-кодом і ознайомся з показниками витрат, які використовуються в українських компаніях.

ПРАКТИКУЄМО



1. Виконай у робочому зошиті завдання «Визначаємо показники капітальних та операційних витрат».
2. Виконай в електронному додатку:
 - ♦ завдання «Що впливає на успіх бізнесу?»;
 - ♦ задачу.

ЩО ОЗНАЧАЄ ЕФЕКТИВНО УПРАВЛЯТИ ФІНАНСАМИ?

ПІЗНАЄМО



Планування, організування, мотивування, контроль і моніторинг фінансових ресурсів є складовими елементами дуже важливого процесу, який обов'язково має вестися кожним підприємцем для досягнення фінансових цілей, — **управління фінансами**.

Щоби бізнес працював успішно, потрібно управляти ним ефективно.



Ефективність — це найкращий результат функціонування компанії, отриманий за найменший час і за найменшої кількості витрачених ресурсів.

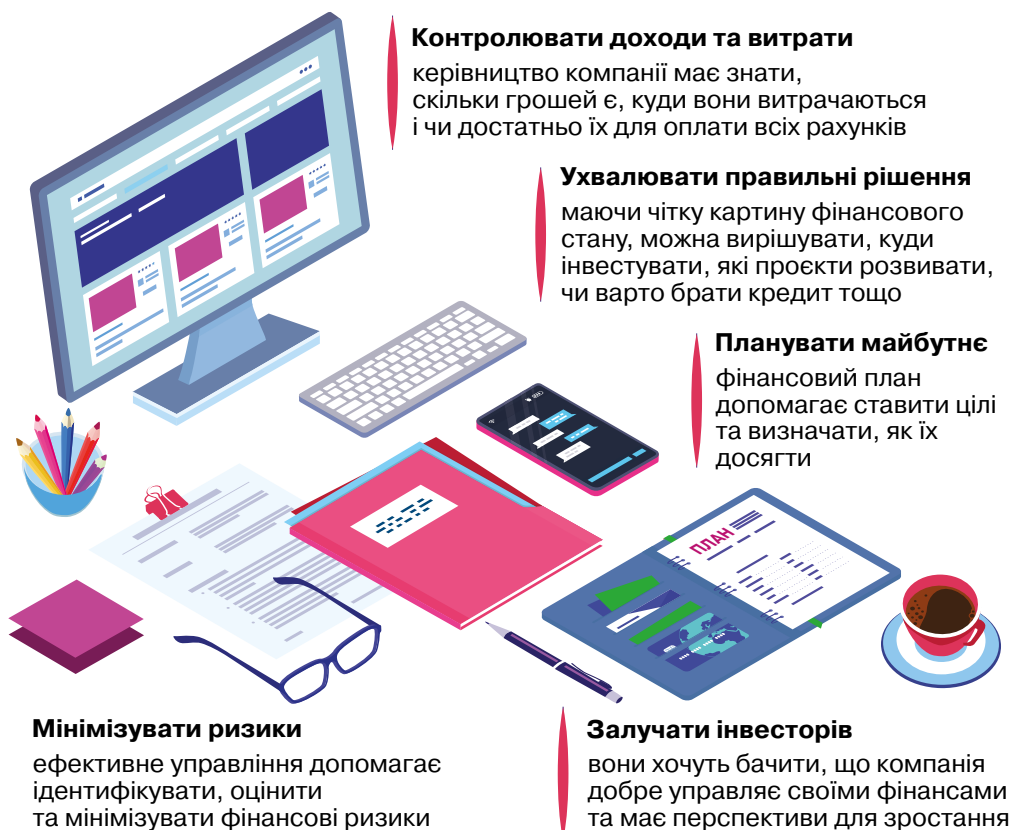
Наприклад, автоматизація процесу може коштувати грошей, але дозволить виконати ту саму роботу швидше та з меншою кількістю помилок, заощаджуючи ресурси в довгостроковій перспективі.



Ефективне управління фінансами — це мистецтво та наука ухвалення розумних рішень щодо того, як залучати, розподіляти та використовувати гроші, щоби бізнес був стабільним, прибутковим і мав потенціал для зростання.

Управління фінансами — хоч складне, але дуже цікаве завдання. Бути хорошим фінансовим директором чи фінансовим аналітиком — це завжди максимальна гарантія отримання хороших високооплачуваних пропозицій і успішного кар'єрного зростання.

Управляти фінансами потрібно для того, щоб:



Контролювати доходи та витрати

керівництво компанії має знати, скільки грошей є, куди вони витрачаються і чи достатньо їх для оплати всіх рахунків

Ухвалювати правильні рішення

маючи чітку картину фінансового стану, можна вирішувати, куди інвестувати, які проекти розвивати, чи варто брати кредит тощо

Планувати майбутнє

фінансовий план допомагає ставити цілі та визначати, як їх досягти

Мінімізувати ризики

ефективне управління допомагає ідентифікувати, оцінити та мінімізувати фінансові ризики

Залучати інвесторів

вони хочуть бачити, що компанія добре управляє своїми фінансами та має перспективи для зростання

Рис. 51. Ефективне управління фінансами

Зазвичай у бізнес-компаніях управління фінансами здійснюють:

- ♦ фінансовий директор, який відповідає за всі фінансові питання в компанії;
- ♦ бухгалтери, які ведуть облік усіх доходів та витрат і складають фінансові звіти;
- ♦ економісти й аналітики, які аналізують фінансові дані, прогнозують майбутні доходи та витрати і допомагають ухвалювати стратегічні рішення.



Запам'ятай! Хто б не управляв фінансами в бізнес-компанії — вся відповідальність за ухвалені рішення завжди покладається на директора.



ПЕРЕВІРЯЄМО

Перевір рівень власної обізнаності з теми. Виконай тестові завдання в електронному додатку.

ЦІКАВІ ФАКТИ



- ♦ В 1913 році **Генрі Форд** придумав, як пришвидшити випуск автомобілів — він запустив конвеєр, де кожен працівник виконував лише одне завдання. Це був прорив: замість 12 годин автомобіль почали збирати за дві години! Впровадження інструментів автоматизації дозволяє скоротити рутинні операції, мінімізувати людські помилки та значно прискорити виконання завдань.
- ♦ «**Google**» стала знаменитою не лише через інтернет. Політика компанії спрямована на створення комфортних умов для працівників. Тож в офісах є кафе з безкоштовною їжею, спортивні зали, ігрові кімнати, бібліотеки, різні зони відпочинку, комфортні робочі місця тощо. Завдяки цьому працівники стали більш творчими — і компанія заробила мільярди.

ПРАКТИКУЕМО



Виконай у робочому зошиті завдання:

1. Використовуючи «Довідник діяльнісних аспектів підприємства», розподіли ідеї для підвищення ефективності бізнесу за основними розділами.
2. Розв'яжи економічні задачі.
3. Створи групи і виконайте завдання «Мій перший бізнес: підрахунок витрат».

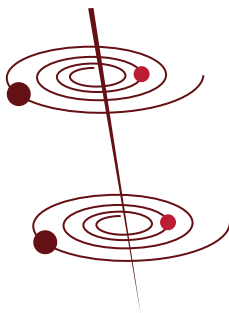
ПІДСУМОВУЕМО



1. Для успішного ведення бізнесу підприємець має чітко знати, як формуються доходи, на що спрямовуються витрати, як правильно прогнозувати прибуток компанії.
2. Дохід залежить від кількості продажів і цін. Це всі гроші, які бізнес отримує від продажу товарів чи послуг. Витрати — це кошти, які підприємець витрачає на сировину, оплату праці, оренду, рекламу й інше. Витрати впливають на розмір прибутку. Якщо доходи перевищують витрати, то компанія отримує прибуток. Якщо ж навпаки — компанія витрачає більше коштів, ніж заробляє, то її фінансовий результат — збиток.
3. Сукупність грошових коштів, матеріальних цінностей, інтелектуальної власності й інших ресурсів, які підприємці (або засновники) вкладають у бізнес на початковому етапі його створення, є стартовим (початковим) капіталом. Статутний капітал — це офіційно зафіксована в статуті компанії початкова сума внесків засновників.
4. Ефективність бізнесу — це вміння отримувати максимальний результат із мінімальними витратами. Щоб підвищити ефективність, підприємцю / підприємниці потрібно регулярно аналізувати фінансовий стан: зменшувати зайві витрати та шукати нові джерела доходу.

ДОСВІД 3

ЩО ТАКЕ ЕНЕРГОАУДИТ І ПРОГРАМИ ЕНЕРГОЗБЕРЕЖЕННЯ?



Ми не успадкували Землю від наших предків, ми позичили її в наших дітей.

Лестер Браун, американський аналітик з екології, засновник Інституту всесвітнього спостереження

Якісний енергетичний аудит має передувати будь-яким проектам. Він допомагає не витратити дарма кошти, а використовувати їх ефективно.

Кеті Менерт, американська підприємниця, засновниця платформи для пошуку роботи, навчання, особистісного розвитку «ALLY Energy»

- ♦ Чи погоджуєшся Ти з твердженням, що заощадження енергії сьогодні — це турбота про власне майбутнє та майбутнє наступних поколінь.
- ♦ Як Ти гадаєш, які конкретні дії ми можемо здійснити, щоб повернути «позичену» Землю?

ЩО ТАКЕ ЕНЕРГОАУДИТ ТА ДЛЯ ЧОГО ВІН ПОТРІБЕН?



ПІЗНАЄМО

Розумно управляти бізнесом можна за допомогою різних інструментів, одним з яких є енергоаудит. Він допомагає економити кошти, берегти довкілля та підвищувати ефективність використання енергоресурсів.



Розумне й економне використання енергії (світла, тепла, газу тощо), яке дозволяє зменшити витрати, зберегти ресурси та подбати про довкілля, називається **енергозбереженням**.

Першим кроком до розумного енергозбереження є проведення енергоаудиту. Адже спочатку Тобі треба дізнатися, де саме втрачається енергія, а потім — як її зекономити. І як результат — менші рахунки, більше комфорту й турбота про планету.



Енергоаудит — це ретельна перевірка будь-якого приміщення для визначення ефективності використання енергетичних ресурсів.

Таку перевірку здійснюють спеціально навчені люди — енергоаудитори, які за допомогою різних приладів визначають:

- ♦ в якому місці є погано утеплені стіни, дах, вікна, двері, через щілини яких тепло взимку виходить назовні;
- ♦ як працює опалення, чи ефективно гріють батареї, чи не надто сильно працює вентиляція, витягуючи тепле повітря;
- ♦ які лампочки використовуються, адже лампи розжарювання споживають багато енергії та швидко перегорають, на відміну від LED-ламп;
- ♦ чи якісь старі пристрої й обладнання споживають більше енергії, ніж нові.

Енергоаудиторів можна порівняти з детективами, які проводять розслідування втрати енергії. Після такої ретельної перевірки енергоаудитори складають звіт, в якому чітко зазначають усі проблеми та пропонують конкретні рішення: як виправити і почати заощаджувати енергію.

Розглянь детально основні складові енергоаудиту приміщення / будинку / квартири (див. рис. 52).



Рис. 52. Основні складові енергоаудиту

Корисність енергоаудиту для громадян очевидна. Виявляючи джерела втрати енергії й усуваючи проблеми, громадяни менше платитимуть за комунальні послуги, оскільки енергоефективний будинок потребує менше опалення, а економні лампочки та прилади використовують менше електроенергії.

Крім цього, у правильно утепленій будівлі взимку — тепло, а влітку — прохолодно, без використання кондиціонера. Менше споживання енергії також означає менше викидів шкідливих речовин в атмосферу. Саме так громадяни мають піклуватися про довкілля та майбутнє нашої планети.

Для підприємців і бізнесу енергоаудит є дуже важливим. Розглянь *рис. 53* і дізнайся чому.



Рис. 53. Корисність енергоаудиту

ЦІКАВІ ФАКТИ

- ◆ До 70 % тепла може втрачатися через вікна й дах.
- ◆ Нове холодильне обладнання може споживати вдвічі менше електроенергії.
- ◆ Бізнес, який інвестує в енергоефективність, часто повертає витрати впродовж 1–2 років.
- ◆ За півтори години Сонце надає Землі стільки енергії, скільки людство споживає за рік. Під час виробництва електроенергії сонячні панелі не викидають шкідливих газів, що робить їх екологічно чистим джерелом енергії. Сонячні панелі можуть працювати до 40 років. Найбільша сонячна електростанція у світі — «Bhadla Solar Park» в Індії — забезпечує електроенергією понад мільйон людей.

ДИСКУТУЕМО



Дай відповіді на запитання.

1. Навіщо бізнесу проводити енергоаудит, якщо все і так працює?
2. Хто має більше вкладати в енергозбереження — держава, бізнес чи споживач?
3. Чи достатньо лише поставити енергозберезувальні лампочки, щоби бути енергоефективними?
4. Чому деякі компанії нехтують програмами енергозбереження, хоча вони економлять гроші?

ДОСЛІДЖУЕМО



Виконай у робочому зошиті завдання: розглянь рисунки «Основні складові енергоаудиту» та «Корисність енергоаудиту». Поміркуй і зроби порівняння, відповідаючи на запитання.

ЩО ТАКЕ ПРОГРАМИ ЕНЕРГОЗБЕРЕЖЕННЯ ТА ЯКІ ПРОГРАМИ ЕНЕРГОЗБЕРЕЖЕННЯ Є В УКРАЇНІ?

ПІЗНАЕМО



В Україні та світі діють різні програми, що допомагають людям і компаніям впроваджувати прогресивні рішення з енергозбереження, рекомендовані енергоаудиторами.

 **Програми енергозбереження** — це державні або міжнародні ініціативи, які допомагають підприємцям модернізувати свої об'єкти та менше витратити енергії.

Відповідно до всіх цих програм підприємці можуть отримувати різні форми підтримки на енергозбереження, зокрема:

- ♦ гранти (гроші, які не потрібно повертати);
- ♦ пільгові кредити (з меншими відсотками);
- ♦ компенсацію частини витрат на нове обладнання або утеплення.

Щоб краще зрозуміти принцип їхньої дії, уяви енергозбереження як квест. Це як у комп'ютерній грі: виконуєш завдання — утеплюєш приміщення, модернізуєш обладнання, встановлюєш сонячні панелі — й отримуєш «бонуси» у вигляді економії, комфорту та підтримки від держави.

Фактично, це знижка на енергоефективні оновлення для Твого житла чи офісу, що допомагає не лише зменшити витрати, а й зробити простір більш сучасним і стійким.

Отже, програми енергозбереження — це знижка від держави на корисні енергозберігаючі оновлення для Твого житла чи офісу.

Програми підтримки енергоефективності можуть бути різних типів (див. рис. 54).



ДЕРЖАВНІ

Програми державного значення, які здебільшого використовуються державними організаціями (лікарнями, університетами) або бізнесом, який має стратегічне значення для держави. Фінансуються за рахунок державного бюджету

МІСЦЕВІ

Програми підтримання енергозбереження для мешканців і комунальних установ у різних містах та областях. Фінансуються за рахунок місцевих бюджетів



МІЖНАРОДНІ

Програми, які підтримують проекти з енергоефективності за рахунок коштів міжнародних фондів та організацій. Вони охоплюють гранти, технічну допомогу, навчання та пілотні проекти



ІНІЦІАТИВНІ

Програми, які впроваджуються громадськими організаціями у формі інформаційних кампаній, навчальних заходів, які допомагають людям розібратися в питаннях енергозбереження



Рис. 54. Типи програм підтримки енергоефективності

Дуже важливо знати про існування таких програм і поширювати ці знання. А ще важливіше — вміти цими програмами користуватися. Адже участь у таких програмах чи навіть обговорення їх важливості в родині допоможе не тільки заощадити енергію та кошти, а й подбати про наше здоров'я та екологічну безпеку.

Ти вже зараз можеш зробити дуже багато для енергозбереження навіть без участі в таких програмах.

Для цього Тобі потрібно:

- ♦ вимикати світло, коли виходиш із кімнати;
- ♦ не залишати електроприлади в режимі очікування (standby);
- ♦ користуватися енергоефективними лампочками;
- ♦ обирати енергоощадну побутову техніку;
- ♦ ощадливо користуватись електрочайником;
- ♦ правильно користуватися бойлером;
- ♦ слідкувати за тим, щоб не випускати намарно тепло взимку з приміщень;
- ♦ менше використовувати гарячу воду.

Дотримуючись вищезначених порад, Ти виробиш корисні звички, які в подальшому зможеш масштабувати на свій підприємницький бізнес.



Пам'ятай! Кожен Твій маленький крок до енергозбереження — це великий внесок у наше спільне майбутнє.

ЦІКАВІ ФАКТИ



- ♦ Для того щоб 12 годин щодня протягом року горіла одна лампа потужністю 100 Вт, потрібно спалити 180 кг вугілля, внаслідок чого в атмосферу буде викинуто 425 кг вуглекислого газу.
- ♦ Зашторюванням вікон на ніч можна зменшити втрати тепла через них.
- ♦ Якісна теплоізоляція в будівлі — це запорука економії енергоресурсів. Втрати енергії через холодні стіни становлять 40–70 % від загальної потреби в теплі.
- ♦ Економити електроенергію можна завдяки кольору стін. Біла стіна відбиває 80 % спрямованого на неї світла, темно зелена — лише 15 %, чорна — лише 9 %.
- ♦ Кран, що протікає, призводить до витрат 7000 літрів води на рік. Якщо ж вода біжить тоненькою цівкою, то її втрати становитимуть до 30 тис. літрів на рік.

ПРАЦУЕМО З ІНФОРМАЦІЄЮ



Знайдіть у відкритих інтернет-джерелах і обговоріть у парах програму енергоефективності «Додай енергії Твоєму бізнесу». Для цього перейдіть за покликанням <https://qr.orioncentr.com.ua/4Ka0y> або скористайтесь QR-кодом.

ПРАКТИКУЕМО



Виконай у робочому зошиті:

1. Вправу «Ребуси».
2. Завдання «Енергоаудит власного простору».
3. Економічну задачу та філворд.
4. Вправу «Оціни та заощадь».

ДОСЛІДЖУЄМО

Виконай у робочому зошиті дослідження про те, яку суму коштів мешканці багатоквартирного будинку можуть заощадити, ліквідувавши втрати тепла. Поміркуй, як запропоновані в результаті проведення енергоаудиту заходи впливають на енерговитрати.

ПЕРЕВІРЯЄМО

Перевір рівень власної обізнаності з теми. Виконай тестові завдання в електронному додатку.

ПІДСУМОВУЄМО

1. Енергоаудит — це перевірка, яка допомагає виявити, скільки енергії споживає підприємство та де вона втрачається. Після проведення енергоаудиту підприємець отримує конкретні рекомендації: що модернізувати, замінити чи утеплити. Це допомагає планувати витрати розумно й отримати більшу вигоду.
2. Держава підтримує бізнес, який впроваджує енергозбереження, через програми грантів, пільгових кредитів та компенсацій частини витрат. Це дозволяє зробити модернізацію доступнішою для бізнесу.
3. Енергозбереження — це не тільки економія, а й турбота про сталий розвиток, безпеку підприємства в майбутньому та позитивний імідж відповідального бізнесу.

ОЦІНЮЄМО

Продовж у робочому зошиті речення. Проаналізуй надані відповіді та зроби висновок про свої успіхи чи труднощі.

ОПАНОВУЮЧИ ТЕМУ, Я

запам'ятав / запам'ятала

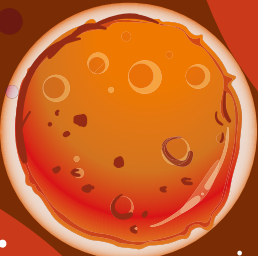
дізнався / дізналася

спробував / спробувала

навчився / навчилася

зрозумів / зрозуміла

мав / мала труднощі з



ТЕМА 5

РИЗИКИ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

ОЗНАЙОМИВШИСЬ ІЗ МАТЕРІАЛАМИ ТЕМИ, ТИ БУДЕШ:

ЗНАТИ ТА РОЗУМІТИ:

- поняття «ризик» і «підприємницький ризик»
- основні види ризиків у підприємницькій діяльності (фінансові, виробничі, ринкові, юридичні, екологічні)
- джерела виникнення ризиків
- принципи управління ризиками
- значення страхування ризиків у бізнесі

УМІТИ:

- розпізнавати різні види ризиків
- аналізувати рівень ризику конкретної бізнес-ідеї
- використовувати методи зниження дії ризиків
- розраховувати розмір страхового відшкодування

САМОСТІЙНО УХВАЛЮВАТИ МОТИВОВАНІ РІШЕННЯ:

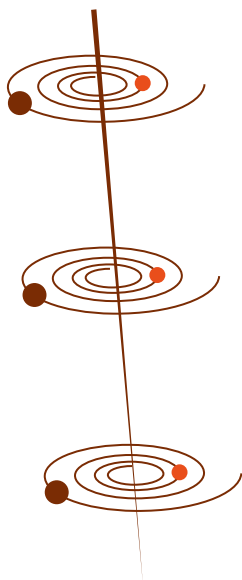
- щодо обрання ефективних способів уникнення або зменшення ризиків у конкретних умовах
- щодо укладання договорів страхування під час провадження підприємницької діяльності
- щодо доцільності страхування життя та здоров'я, майна і відповідальності в бізнесі

ВИРАЖАТИ СТАВЛЕННЯ:

- до вибору конкретних методів ідентифікації та оцінювання рівня ризиків бізнес-проектів
- до потреби страхування ризиків у бізнесі

ДОСВІД 1

ЯК РИЗИКИ ВПЛИВАЮТЬ НА БІЗНЕС?



Найбільший ризик — це не ризикувати взагалі. У світі, який змінюється дуже швидко, єдиною стратегією, яка гарантовано провалиться, є не ризикувати.

Марк Цукерберг, американський програміст, підприємець, співзасновник компанії «Meta Platforms»

Ми не можемо уникнути всіх ризиків, але ми можемо бути готові до наслідків. Важливо діяти не лише сміливо, а й відповідально.

Крістін Лагард, французька фінансистка, перша жінка очільниці Міжнародного валютного фонду, перша жінка-президентка Європейського центрального банку

Підприємництво — це ризик, і дуже великий. Не потрібно йти в підприємництво, якщо в тебе не вистачає нервів і досвіду...

Олег Гороховський, український бізнесмен, банкір, співзасновник компанії «Fintech Band» та проектів «Monobank»

- ♦ Пригадай, що Ти знаєш про ризики з курсу «Підприємництво і фінансова грамотність. 8 клас»?
- ♦ Як знайти баланс між ризиком і безпекою?
- ♦ Чи маєш досвід, коли Ти не ризикнув / не ризикнула, і це призвело до негативних наслідків (втрати вигоди)?

ЩО ТАКЕ РИЗИК, ЯКІ ПРИЧИНИ ЙОГО ВИНИКНЕННЯ І НАСЛІДКИ?



ПІЗНАЄМО

Будь-яка діяльність компаній завжди пов'язана з ризиками. Ризик — це постійний чинник, який впливає на розвиток підприємництва й економіки загалом. Ризик — це поняття, яке вивчається багатьма науками: логікою, психологією, медициною, біологією, військовою справою та іншими.

Пригадаймо, як трактується ризик у сучасній науці та якими можуть бути причини його виникнення (див. рис. 55 на с. 135).



Рис. 55. Що таке ризик та які причини його виникнення

❗ Отже, **ризик** — це можливість настання непередбачуваних ситуацій, які можуть спричиняти відхилення між запланованими та фактично досягнутими результатами.

❗ **Ризик у бізнесі** — це інструмент для створення можливостей, а не лише чинник загрози. Усе залежить від аналізу, готовності адаптуватися та бачення майбутнього.

Класифікація ризиків за різними ознаками представлена в *таблиці 4*.

Таблиця 4

ОЗНАКА КЛАСИФІКАЦІЇ	ВИДИ РИЗИКІВ
За характером походження	природні, техногенні, соціальні, економічні, політичні, інформаційні
За видом діяльності підприємства	виробничі, фінансові, комерційні, юридичні, інноваційні, цифрові
За сферою походження	економічні, політичні, соціальні, екологічні, технічні, правові
За причинами виникнення	об'єктивні та суб'єктивні
За джерелом виникнення	внутрішні та зовнішні
За часом виникнення	попередні, поточні та перспективні
За ступенем обґрунтованості рішення	обґрунтовані, частково обґрунтовані та необґрунтовані
За можливістю прогнозування	прогнозовані, частково прогнозовані та непередбачувані

Коли ризики призводять до небажаних результатів, то це насамперед пов'язано з:

- ♦ втратою ресурсів у процесі підприємницької діяльності;
- ♦ недоотриманням очікуваного прибутку;
- ♦ виникненням додаткових незапланованих витрат;
- ♦ призупиненням чи повним припиненням бізнесу.

Однак ризик може мати не тільки негативні наслідки, а й позитивні. У такому разі відкриваються нові можливості для зростання: вихід на нові ринки, зміна бізнес-моделі, запуск нового продукту чи послуги, нове партнерство та диджиталізація бізнесу.

ПРАЦЮЄМО З ІНФОРМАЦІЄЮ

Перейди за покликанням <https://qr.orioncentr.com.ua/yR5C0> або скористайся QR-кодом і дізнайся більше про п'ять найбільших подій в Україні, що спричинили ризики для бізнесу.



ДОСЛІДЖУЄМО

Виконай у робочому зошиті чи електронному додатку завдання «Ризики та їхні наслідки для українських підприємств».

ПРАКТИКУЄМО

У робочому зошиті розв'яжи філворд і знайди 10 слів, пов'язаних із ризиками.

ЩО ТАКЕ РИЗИКИ ПІДПРИЄМНИЦТВА ТА ЯК ЇХ КОНТРОЛЮВАТИ?

ПІЗНАЄМО



Досить часто бізнесу доводиться працювати в умовах невизначеності, яка стає причиною виникнення ризиків (війна, стихійні лиха, соціальні кризи). За масштабом ці ризики можуть бути незначними (які потребуватимуть змін у внутрішньому менеджменті, корегування маркетингової стратегії чи фінансової діяльності) та досить суттєвими (територіальне переміщення [релокація] бізнесу, зміна стратегії розвитку, зміна споживчого ринку).

Незважаючи на масштабність ризиків, вони можуть мати позитивний і негативний вплив на діяльність компанії. Позитивний вплив ризиків полягає в створенні нових можливостей для розвитку бізнесу, а негативний — навпаки, призводить до загроз і можливих втрат. Ефективне управління ризиками дозволяє зберігати стабільність, уникати втрат і знаходити нові можливості для зростання.

 **Ризик у підприємницькому середовищі** — це ймовірність виникнення несприятливих подій, які можуть призвести до відхилень від запланованих результатів діяльності.

Для ефективного управління ризиками їх систематизують так, як це показано на *рис. 56*.

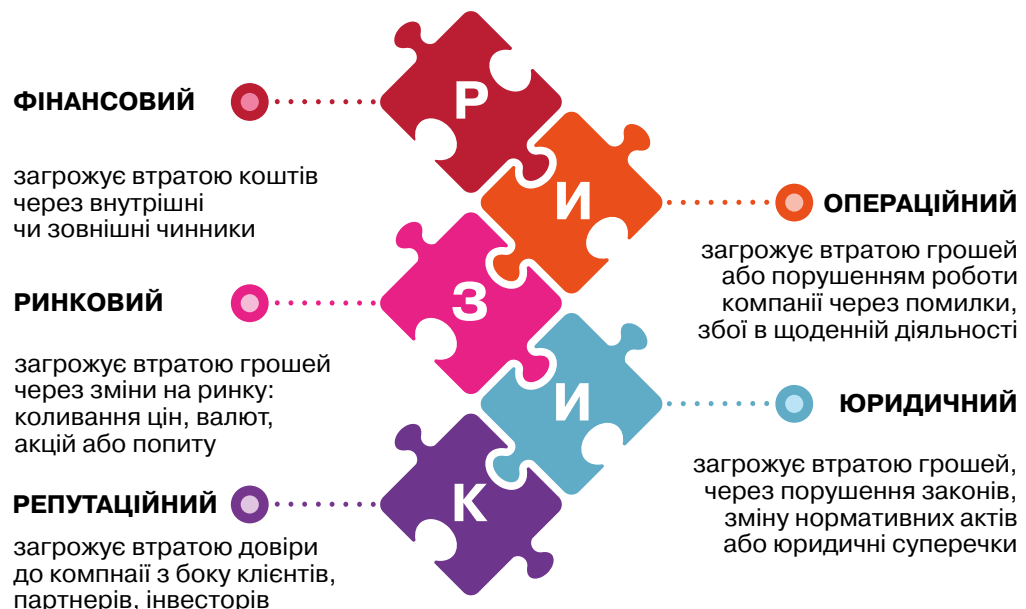


Рис. 56. Ризики підприємницької діяльності

Серйозним випробуванням для українського бізнесу стали воєнні ризики, спричинені повномасштабними воєнними діями російської федерації в Україні. Обстріли та руйнування інфраструктури, перебої з електроенергією, кадровий «голод», психологічне навантаження та інвестиційні ризики змусили велику кількість українських бізнесів релокуватися на інші, більш захищені від обстрілів території для мінімізації ризиків і створення умов для збереження та розвитку.



ПРАЦЮЄМО З ІНФОРМАЦІЄЮ

Перейди за покликаннями нижче або скористайся QR-кодами і дізнайся більше:

- ♦ про реальні кейси українських компаній, які втратили все та переїхали (релокувалися) зі сходу в західні регіони України:

<http://qr.orioncentr.com.ua/90XxB>

<http://qr.orioncentr.com.ua/HlKHm>



<http://qr.orioncentr.com.ua/8zvYV>



- ♦ про компанії, які переїхали з України за кордон:
<http://qr.orioncentr.com.ua/FXFKT>
- ♦ про п'ятьох українських підприємців, що йшли до успіху через великі проблеми
<https://qr.orioncentr.com.ua/ef7D7>



ПРАКТИКУЄМО

Виконай у робочому зошиті:

1. Завдання «Ризики та наслідки для компанії».
2. Завдання «Як діяти бізнесу в непередбачуваних умовах».
3. Розв'яжи кросворд.

ЯКІ НАСЛІДКИ РЕАЛІЗАЦІЇ РИЗИКІВ ТА ЯК ЗМЕНШИТИ ЇХ НЕГАТИВНИЙ ВПЛИВ?



ПІЗНАЄМО

Основне завдання підприємців — намагатися зменшити негативні наслідки реалізації ризиків. Для цього вони повинні вміти ефективно управляти ризиками.



Реалізація ризику означає, що певна небажана подія таки відбулася. Її наслідки можуть бути різноманітними, залежно від характеру та масштабу ризику (див. рис. 57 на с. 139).



Рис. 57. Підходи до управління бізнесу та наслідки реалізації ризиків

Успішність бізнесу залежить від того, наскільки добре підприємці вміють застосовувати всі підходи управління ризиками, подані на рис. 57.

РОБОТА В ПАРІ / ГРУПІ

Поміркуйте, які види ризиків можуть виникати на підприємствах, що працюють у різних галузях економіки. Оберіть підприємство певної галузі (наприклад, виробниче, торговельне, фінансове, будівельне, транспортне).

- Відповідно до типу підприємства ідентифікуйте основні види ризиків, з якими це підприємство може стикнутися: економічні, технічні, операційні, ринкові, юридичні, фінансові, соціальні, екологічні тощо.
- Оцініть наслідки для підприємства, якщо цей ризик реалізується (високий, середній або низький вплив).



ЦІКАВІ ФАКТИ

Ризик блискавки: загроза з глибини неба

- ♦ У середні віки вірили, що церковні дзвони виганяють злих духів. Грім і блискавка вважалися диявольськими підступами, і тому під час грози намагалися без перерви бити в дзвони. У результаті жертвами блискавки дуже часто ставали дзвонарі. У середині XVIII ст. деякі європейські дами носили на своїх капелюшках громовідводи, а заземлювальний дріт волочився вслід.
- ♦ У літаки блискавка потрапляє в середньому один раз на кожні 5–10 тисяч льотних годин. Тому авіакомпанії страхують повітряні судна в міжнародних страхових компаніях — поліс часто оброховується в мільйонах доларів.
- ♦ В американський Емпайр Стейт Білдинг блискавка влучає в середньому 23 рази на рік. Але хмарочос обладнаний потужними громовідводами, які приймають удари без шкоди конструкції. У багатьох державах страхові компанії пропонують окремі пакети для захисту від блискавок. А деякі навіть ураховують статистику ударів у конкретному регіоні під час розрахування премії.



МОДЕЛЮЄМО

Виконай у робочому зошиті завдання «Моделюємо бізнес-ризик».



ПРАКТИКУЄМО

Відгадай у робочому зошиті чи електронному додатку анаграми.



ПЕРЕВІРЯЄМО

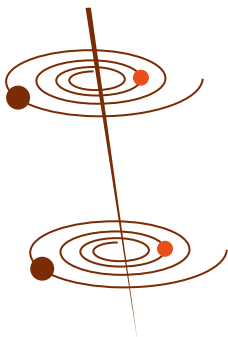
Перевір рівень власної обізнаності з теми. Виконай тестові завдання в електронному додатку.



ПІДСУМОВУЄМО

1. Ризик — це ймовірність настання події, яка може зумовити негативні або позитивні наслідки. В умовах ринкової економіки ризики можуть виникати в будь-якій галузі та призводити до різних небажаних наслідків: від фінансових втрат до репутаційних збитків.
2. Ефективне управління ризиками допомагає не лише запобігти негативним наслідкам, а й забезпечити стійкий розвиток бізнесу, зменшити непередбачуваність, зміцнити довіру інвесторів і клієнтів, а також оперативно реагувати на зміни в зовнішньому середовищі.
3. Усвідомлення потенційних загроз і підготовленість до них — запорука гнучкості, адаптивності та конкурентоспроможності бізнесу.

ДОСВІД 2

ЩО ТАКЕ РИЗИКИ ЗАГРОЗИ РЕАЛІЗАЦІЇ
БІЗНЕС-ІДЕЇ?

Сім раз відмір, один раз відріж.
Вовків боятися — у ліс не ходити.
Ідеш у воду — дізнайся броду.

Українські народні прислів'я

Життя за своєю суттю ризиковане. Є тільки один великий ризик, якого варто уникати за будь що, і це ризик нічого не робити.

Деніс Вейтлі, американський мотиваційний спікер, консультант, письменник

- ♦ Як можна визначити, коли потрібно зупинитися, щоб не збільшувати ризики до катастрофічно високих?
- ♦ Які чинники потрібно враховувати під час оцінювання ризиків?

РИЗИКИ НА СТАРТІ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ:
ЯК УБЕЗПЕЧИТИ СВОЮ БІЗНЕС-ІДЕЮ?

ПІЗНАЄМО



У Тебе з'явилися оригінальні бізнес-ідеї. Можливо, Ти плануєш створити додаток, який допоможе вчитися, або новий вид екоодягу, або сервіс, що вирішує важливу проблему. Але ідея — лише початок, мов зерно, яке потребує догляду, щоб прорости. Саме на етапі формування бізнес-ідеї виникають перші ризики. Це схоже на старт нової гри, де правила ще не до кінця зрозумілі, а підводні камені — приховані. Чи справді Твоя ідея вирішує актуальну потребу? Чи маєш Ти достатньо ресурсів для її реалізації? Якщо вчасно не поставити собі ці запитання, навіть найперспективніший задум може обернутися фінансовими збитками, втратою потенційних клієнтів і завершенням проекту ще до його старту.

У попередніх досвідах Ти вже ознайомився / ознайомилася з процесом пошуку, формування та реалізації бізнес-ідеї, а зараз зверни увагу на ризики, які можуть виникнути (див. табл. 5 на с. 142).

Таблиця 5

ОЗНАЧЕННЯ РИЗИКУ	СУТЬ РИЗИКУ	МОЖЛИВІ НАСЛІДКИ
Ризик помилкової ідеї	Ідея не відповідає потребам ринку або є застарілою	Відсутність попиту, провал проекту
Ризик переоцінення інноваційності	Ідея здається унікальною, але не має практичної цінності	Відсутність інвесторів і користувачів
Маркетинговий ризик	Недостатнє розуміння цільового ринку, споживачів, конкурентів	Помилки ціноутворення
Ризик ресурсного дефіциту	Відсутність фінансових, людських чи матеріальних ресурсів	Неможливість реалізації ідеї
Ризик неефективної команди	Недостатня кваліфікація або мотивація учасників команди	Неефективне управління, конфлікти
Юридичний ризик	Недотримання правових вимог, реєстрації, авторського права	Штрафи, судові позови, втрата прав на ідею
Ризик складності реалізації	Ідея складна з технічного або організаційного погляду	Перевищення бюджету та строків реалізації
Ризик конкуренції	Інші компанії можуть швидко скопіювати нову ідею	Втрата конкурентної переваги

Наступний, значно складніший етап, — перехід від ідеї до реальних дій. Саме тоді починаються справжні випробування: коли Ти не лише мрієш, а й активно намагаєшся втілити задум у життя — шукаєш способи реалізації, перевіряєш гіпотези, спілкуєшся з потенційними споживачами та партнерами, аналізуєш перші результати і шукаєш шлях до прибутковості. І саме на цьому етапі кількість ризиків значно зростає. Особливо зараз — коли підприємництво розвивається в умовах війни, економічних потрясінь, соціальних та інвестиційних криз.

Реалії функціонування бізнесу стали складнішими — і розуміння ризиків стає дуже потрібним. Тому своєчасна ідентифікація й аналізування ризиків дозволяють уникнути помилок і підвищити успішність реалізації проекту.

ПРАЦЮЄМО З ІНФОРМАЦІЄЮ

1. Перейди за покликанням <https://qr.orioncentr.com.ua/YcCPd> або скористайся QR-кодом та дізнайся більше про класифікацію ризиків реалізації стартап-проектів.



2. Перейди за покликанням <https://qr.orioncentr.com.ua/5iMzZ> або скористайся QR-кодом та ознайомся з історією успіху бренду «Наша Ряба».

ДИСКУТУЄМО



На основі інформації про історію успіху бренду «Наша Ряба» поміркуй.

1. Якби Юрій Косюк починав свій бізнес у птахівництві не в 1990-х, а сьогодні, які нові виклики та можливості він би мав?
2. Одна з найбільших аграрно-промислових компаній України — «Миронівський хлібопродукт» («МХП») — відома насамперед як лідер у виробництві курятини. На що, на Твою думку, варто робити ставку в агробізнесі в Україні зараз? Наприклад, органічні продукти, рослинне м'ясо, високотехнологічне землеробство, перероблення відходів.
3. Наскільки сильно технології (автоматизація, ІТ) вплинули на успіх «МХП»?
4. Чи може невеликий бізнес використовувати технології, щоб конкурувати з гігантами?
5. Уяви, що Ти — дрібний фермер / дрібна фермерка. Як Тобі конкурувати з таким гігантом, як «МХП», який може виробляти продукцію дешевше? Які Твої переваги?

ПІЗНАЄМО



Щоб підвищити шанси на успіх, важливо не ігнорувати потенційні загрози, а вчасно їх ідентифікувати, оцінити та спланувати дії. У цьому допоможе матриця ризиків — інструмент, який дозволяє графічно представити ризики, їх ідентифікувати й оцінити (див. рис. 58).

		ВПЛИВ				
		незначний	низький	середній	високий	критичний
ЙМОВІРНІСТЬ	дуже низька	низький	низький	низький	середній	високий
	низька	низький	низький	середній	середній	високий
	середня	низький	середній	середній	високий	високий
	висока	середній	середній	високий	високий	критичний
	дуже висока	середній	середній	високий	критичний	критичний

РІВЕНЬ РИЗИКУ ТА ФОРМИ КОНТРОЛЮ

- | | |
|---|------------------------------------|
| Прийнятні, контроль необов'язковий | Високі, необхідні термінові заходи |
| Помірні, потрібні моніторинг і план дій | Критичні, потрібні негайні заходи |

Рис. 58. Матриця ризиків

Перетворення ідеї на успішний бізнес ґрунтується на вмінні бачити загрози, ухвалювати зважені рішення та стратегічно діяти в умовах невизначеності.

Зверни увагу, який вигляд має заповнена матриця ризиків. Особливо уважно постався до дій, які потрібно вжити залежно від зон ризику (див. табл. 6).

Таблиця 6

ВИД РИЗИКУ	ЙМОВІР-НІСТЬ	РІВЕНЬ ВПЛИВУ	ЗОНА РИЗИКУ	СТРАТЕГІЧНІ ДІЇ
Ризик помилкової ідеї	Дуже висока	Високий	Критична — потребує негайних дій	Маркетингові дослідження, опитування цільової аудиторії
Затримка в розробленні продукту	Середня	Високий	Висока — потребує планування та контролю	Технічні перевірки, контроль кінцевих термінів (дедлайнів)
Втрата провідного члена команди	Середня	Середній	Середня — потребує постійного моніторингу	Резерв кадрів, внутрішнє навчання, створення бази знань, система бонусів
Юридичні порушення	Дуже низька	Середній	Низька — допустима, не потребує активних дій	Перевірка нормативної бази, підготування юридичної документації

ПРАЦЮЄМО З ІНФОРМАЦІЄЮ

1. Переїди за покликанням <https://qr.orioncentr.com.ua/n5706> або скористайся QR-кодом та ознайомся глибше з матеріалом «Матриця ризиків: основний інструмент в управлінні проектними ризиками».
2. Переїди за покликанням <https://qr.orioncentr.com.ua/je4Wp> або скористайся QR-кодом та ознайомся з прикладом надання консультації з питань управління ризиками.



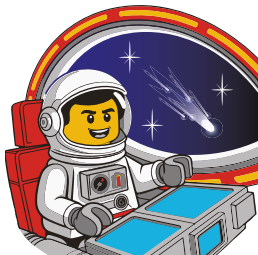
РОБОТА В ПАРІ / ГРУПІ

Об'єднайтеся в групи і виконайте в робочому зошиті завдання «Лабіринт ризиків».

ПРАКТИКУЄМО

Виконай в електронному додатку завдання «Знайди пари».

ЦІКАВІ ФАКТИ



♦ **Трансформування «Lego».** Зіткнувшись з економічним спадом на початку 2000-х років, компанія «Lego» ризикнула, і, крім виробництва іграшок, почала створювати відеоігри, кіно та тематичні парки. Йорґен Віґ Кнудсторп, генеральний директор «Lego Group», відіграв важливу роль у перетворенні компанії на глобальний центр розваг і поверненні до прибутковості.

♦ **Придбання компанією «Disney» «Кіновсесвіту Marvel».** Купівля в 2009 році компанії «Marvel Entertainment» за 4 млрд дол. США викликала подив, оскільки фільми за коміксами не вважалися гарантованими хітами. Стратегія генерального директора «Disney» Боба Айґера з купівлі компанії значно розширила портфель розваг і вплив «Disney». Це рішення принесло мільярдні прибутки, зробивши придбання одним із найвигідніших в історії індустрії розваг.



♦ **Запуск компанією «Google» сервісу «Google Maps».** Вихід у 2005 році на вже заповнений ринок цифрових карт був ризикованим. Однак прагнення «Google» до інновацій та бажання інтегрувати їх у свою екосистему перетворило «Google Maps» на потрібний застосунок для мільярдів людей. Засновники компанії «Google» Ларрі Пейдж і Сергій Брін, а також тодішній генеральний директор Ерік Шмідт відіграли важливу роль у просуванні таких інновацій.

МОДЕЛЮЄМО



Виконай в електронному додатку:

1. Моделювальну вправу «Колесо ризиків».
2. Моделювальне завдання «Типи ризиків».

ЯК ОЦІНИТИ РИЗИК?

ПІЗНАЄМО



Підприємництво — це шлях крізь невизначеність. Але це не означає, що треба боятися рухатися вперед. Якщо Ти навчишся бачити ризики не як загрози, а як підказки, тоді навіть складні ситуації можуть стати трамплінами для Твого зростання. Саме тому важливо не тільки помічати ризики, а й уміти їх правильно оцінювати.

Оцінювання ризиків починається з їх виявлення — тобто з уважного аналізування того, що може завадити успішному завершенню Твого бізнес-проекту. Існує багато методів, які допомагають краще зрозуміти, що може піти не так, підготуватися до можливих проблем заздалегідь, ухвалювати зважені та продумані рішення, а також зменшити ризик втрати часу, коштів, зусиль чи репутації.

На практиці найчастіше застосовуються мозковий штурм, SWOT-аналіз та аналіз причин і наслідків (FMEA). Розглянемо їх детальніше на *рис. 59*.



Мозковий штурм (Brainstorming)

Найпопулярніший і найпростіший метод, який полягає в організації сесії, на якій група учасників вільно висловлює свої ідеї щодо можливих ризиків. Цей метод вважається найефективнішим на етапі попереднього аналізу



Аналіз причин і наслідків (FMEA — Failure Mode and Effects Analysis)

Використовується здебільшого в технічних, інженерних або виробничих процесах. Він полягає у виявленні потенційних відмов (помилки), аналізі їх причин та оцінюванні наслідків. Це найточніший метод, але він є ресурсомістким і не завжди доцільний

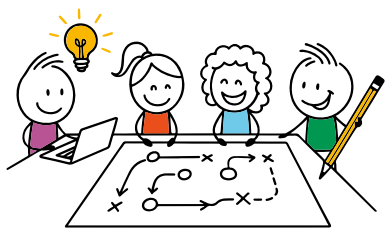


Рис. 59. Методи ідентифікації ризиків

Ці методи можна адаптувати під будь-який проект — від малого шкільного стартапу до справжнього бізнесу. Головне — навчитися мислити на кілька кроків наперед і планувати не лише успіх, а й те, як діяти в разі невдачі.

Одним із способів ідентифікувати ризики є метод «Фішбоун», з яким Ти можеш ознайомитися в *Додатку 3* на с. 281.

ПРАЦУЄМО З ІНФОРМАЦІЄЮ



Перейди за покликанням <https://qr.orioncentr.com.ua/arDY3> або скористайся QR-кодом та ознайомся зі SWOT-аналізом детальніше.

ПРАКТИКУЄМО

Виконай у робочому зошиті завдання:

1. Діаграма «Фішбоун».
2. Аналіз ризиків підприємця початківця.
3. Ризики, можливості та стратегія стартапу.
4. Змодельуй ризики в бізнесі із застосуванням SWOT аналізу.

РОБОТА В ПАРІ / ГРУПІ

1. Підготуйте реальну або змодельовану історію про невдалий бізнес. У робочому зошиті заповніть таблицю аналізу невдачі.
2. Оберіть із запропонованого переліку один ризик, з яким може зіштовхнутися підприємець, і проаналізуйте за допомогою методу «Фішбоун». Ризики: втрата основного постачальника; затримка у випуску нового продукту; зростання собівартості продукції на 15 %; погіршення репутації компанії через негативні відгуки клієнтів.

Розробіть конкретні заходи для запобігання виникненню ризику, зменшення його ймовірності або мінімізації його негативного впливу.

ПЕРЕВІРЯЄМО

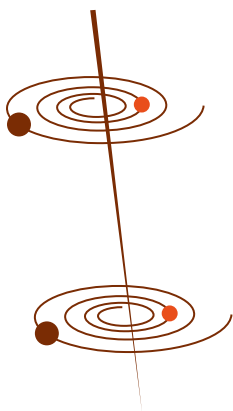
Перевір рівень власної обізнаності з теми. Виконай тестові завдання в електронному додатку.

ПІДСУМОВУЄМО

1. Ризики можуть виникати на всіх етапах розвитку ідеї та негативно вплинути на реалізацію бізнес-задуму, призвести до матеріальних втрат, зниження прибутковості чи навіть повного провалу проєкту.
2. Систематичний процес виявлення внутрішніх і зовнішніх чинників, які можуть вплинути на досягнення цілей бізнесу, дає змогу спрогнозувати, як розвиватиметься бізнес-ідея, з якими викликами підприємець може зіштовхнутися та які заходи потрібно вжити для їх подолання.
3. Правильно проведені ідентифікація та оцінювання ризиків дають змогу запобігти значним втратам, підвищити готовність до зовнішніх викликів і перевірити життєздатність бізнес-ідеї до початку її реалізації.

ДОСВІД 3

ЯКІ Є СПОСОБИ ЗАХИСТУ ВІД РИЗИКІВ?



Ризик завжди буде частиною бізнесу. Але важливо знати, як його мінімізувати. Диверсифікація — мій головний інструмент. Ніколи не кладіть усі яйця в один кошик.

Річард Бренсон, британський підприємець, засновник корпорації «Virgin Group»

Найкращий захист від ризиків у підприємництві — це не їх уникнення, а глибоке розуміння, постійне навчання та здатність швидко адаптуватися до змін.

Наталія Шмігельська, українська підприємниця, засновниця холдингу «Асторг»

- ♦ Як Ти можеш перетворити теперішні виклики на сходи до ще більшого зростання Твого бізнесу?
- ♦ Як можна розвинути свою здатність швидко адаптуватися до непередбачуваних змін на ринку?

ЯК СТРАХУВАННЯ ДОПОМАГАЄ БІЗНЕСУ



ПІЗНАЄМО

Уяви, що Ти відкриваєш свій маленький бізнес — скажімо, робиш для смартфонів чохли ручної роботи або організовуєш дитячі свята. Ти вклав / вклала в це час, сили, а може, і власні гроші. Все йде добре, але можуть статися непередбачувані обставини: упродовж дитячого свята хтось може поранитися; Твоя майстерня із чохлів через проблеми з електропостачанням може не виконувати вчасно замовлення; партнер по бізнесу раптово пішов, залишивши Тебе самотійно вирішувати фінансові питання. Всі Твої зусилля та мрії можуть розсіпатися в одну мить. І ось тут на допомогу приходить страхування!

Страховання можна порівняти з рятувальним парашутом чи парасолькою для Твого бізнесу. Ти платиш страховій компанії невелику суму — страховий платіж або премію. В обмін на це страхова компанія зобов'язана Тобі допомогти, якщо станеться якась неприємність. Це називається **страховий випадок**.

Будь-яка підприємницька діяльність є ризиковою. Ризиків не можна уникнути повністю, але можна навчитися захищатися від них.

Починаючи власну справу, підприємець повинен мати стратегію захисту, яка допоможе зберегти бізнес навіть у складних умовах (див. рис. 60).

Є чотири основні способи захистити власний бізнес.



Рис. 60. Основні способи захисту власного бізнесу

Знаючи ці чотири способи захисту, підприємець для убезпечення свого бізнесу може:

- ♦ скласти план дій у кризовій ситуації (попередження);
- ♦ шукати рішення під час збоїв (подолання);
- ♦ оформити страхування майна (зменшення).

ЦІКАВІ ФАКТИ

- ♦ Понад 3700 років тому в стародавньому місті Вавилон люди шукали способи захиститися від ризиків. Тоді діяв кодекс царя Хаммурапі — своєрідний набір правил, у якому записано, що торговці, які перевозили товари, могли отримати допомогу, якщо вантаж втрачався. Для цього особливі групи людей — торговці позичальники — створювали спільну касу або позичали кошти іншим торговцям, які вирушали в довгі поїздки. Якщо вантаж зникав, гроші не потрібно було повертати. Але якщо все закінчувалося успішно — позичальники платили вищі відсотки. Це була плата за ризик як своєрідне страхування.
- ♦ Українські чумаки на великі відстані перевозили сіль, рибу, зерно на волах. Їхні подорожі були довгими та небезпечними: розбійники, хвороби чи загибель волів — усе це могло призвести до втрат. Чумаки домовлялися між собою: якщо хтось із них зазнає збитків — інші допоможуть і компенсують частину втрати. Допомога надавалася зі спільних ресурсів або за домовленістю. Збитки відшкодовувалися, навіть якщо їх спричинили обставини, не залежні від людини — наприклад, гроза. Це називалося спільним відшкодуванням.

ПРАЦЮЄМО З ІНФОРМАЦІЄЮ

Перейди за покликанням <https://qr.orioncentr.com.ua/2LbCW> або скористайся QR-кодом та ознайомся з історією виникнення страхування.



ПІЗНАЄМО

Допомагає підприємцям подолати втрати та мінімізувати фінансові ризики система **страхового захисту**, завдання якої — нагромадити кошти, щоб виплатити їх у разі настання надзвичайних подій.

З досвідів, набутих у 8 класі, Ти вже знаєш, що для надійного захисту власного бізнесу найкраще рішення — поєднувати самострахування з традиційним страхуванням.

Ти маєш пам'ятати, що страхувати можна тільки **страхові ризики**. Тобто це ймовірні події, які можуть статися в майбутньому та завдати матеріальних або фінансових збитків.

Страховий ризик можна ідентифікувати за чотирма ознаками (див. рис. 61).



Рис. 61. Ознаки страхового ризику

Пригадаймо, що **страхування** — це відносини, у яких беруть участь дві сторони: **страхувальник** (людина або компанія, що хоче захиститися від можливих втрат) і **страховик** (страхова компанія, що надає страхові послуги).

Страхувальник платить певну суму грошей — **страхову премію** — до спеціального фонду страховика. Якщо трапляється несприятлива подія (наприклад, аварія, хвороба чи крадіжка), і ця подія (страховий ризик) передбачена умовами договору, страхова компанія виплачує гроші із цього фонду, щоб **відшкодувати збитки**.

ДОСЛІДЖУЄМО

Виконай в електронному додатку завдання «Взаємодія сторін з організації страхового відшкодування».

ПІЗНАЄМО

Залежно від об'єкта страхування, яким можуть бути майно, життя та здоров'я, а також відповідальність, виділяють три основні види страхування: особисте, майнове та страхування відповідальності (див. рис. 62).



Рис. 62. Види страхування

Щоб не опинитися в небезпечній ситуації, підприємці аналізують і оцінюють ризики та наслідки можливих збитків і вирішують, яка страхова послуга їм потрібна. Оцінювання проводять за допомогою кількісного та якісного аналізу (див. рис. 63).

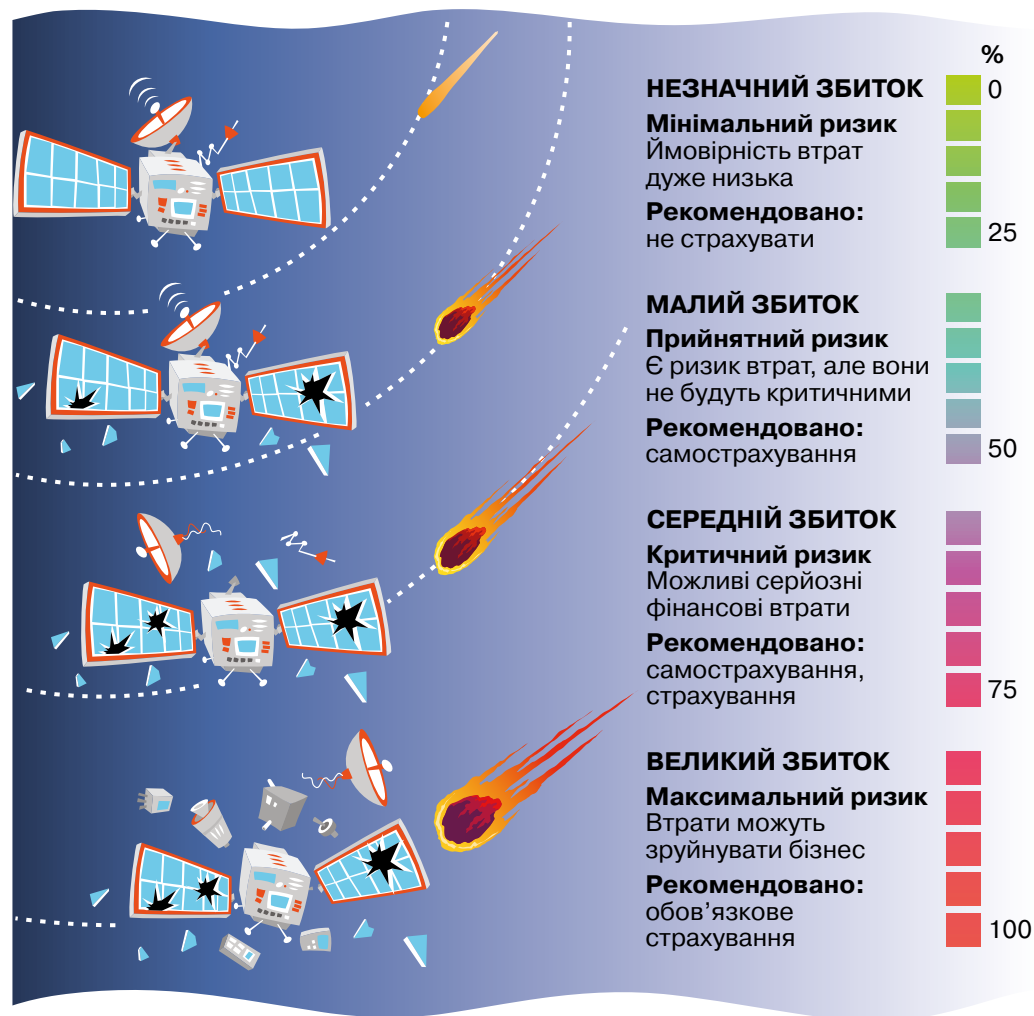


Рис. 63. Кількісний і якісний аналіз можливих збитків підприємства

Важливо знати, що страхова компанія виплачує не будь-яку суму, а лише в межах **страхової суми**, або **ліміту відповідальності**. Це максимальна сума, яку страховик може відшкодувати за один страховий випадок або за весь час дії договору. Якщо збитки виявляться більшими за цей ліміт — решту підприємцю доведеться сплачувати самостійно. Тому дуже важливо встановлювати розмір страхової суми, рівний вартості застрахованого об'єкта.

ЦІКАВІ ФАКТИ



Є випадки страхування частин тіла (навіть коли вони ставали музейними експонатами). Це свідчення того, що деякі наші органи можуть бути дуже цінними, якщо ми використовуємо їх у своїй роботі чи бізнесі.

- ♦ Волосся футболіста **Троя Поламалу** — 1 млн дол. США за майже метр розкішної шевелюри, яка стала частиною бренду шампуню «Head & Shoulders». Волосся Поламалу на момент страхування було майже 92 см завдовжки. Він не стригся від 2000 року, віддаючи данину пам'яті своїм самоанським пращурам.
- ♦ Язик дегустатора кави **Дженнаро Пелліччі** з «Costa Coffee» застрахований на 14 млн дол. США! Бо саме від його смакових рецепторів залежала якість кави, яку щодня п'ють тисячі людей. Коли дегустатора запитали про страховий поліс, він відповів: «У моїй професії мої смакові рецептори мають вирішальне значення. Мій 18 річний досвід дозволяє мені розрізняти тисячі смаків».
- ♦ Ніс винороба **Іллі Ґорта** застрахований майже на 8 млн дол. США, адже саме завдяки своєму нюху він оцінює аромат вина. Ґорт — власник виноградника «Chateau de La Garde» у Бордо (Франція) і виробник вина «Tulipe Wines». Повна сума страховки буде виплачена в тому разі, якщо він утратить нюх. Юристи страхової компанії заборонили винороба їздити на мотоциклі та боксувати.
- ♦ Мадридський футбольний клуб «Реал» застрахував ноги всесвітньо відомого гравця **Крістіану Роналду** на 90 млн фунтів стерлінгів (153 млн дол. США). Ця сума перевищила вартість трансферу португальського нападника для клубу, викупленого в «Манчестер Юнайтед» за 80 млн фунтів стерлінгів.

ПРАЦЮЄМО З ІНФОРМАЦІЄЮ



Перейди за покликанням <https://qr.orioncentr.com.ua/xPyK2> або скористайся QR-кодом та дізнайся, чому «помирають» стартапи.

РОБОТА В ПАРІ / ГРУПІ



За даними аналітичного звіту «Startup Genome Report», який складається щорічно на основі глобального дослідження стану стартапів у різних містах і державах світу, 90 % стартапів ліквідовуються в перший рік існування, а з 10 %, що залишилися, більшість відчуває проблеми, що можуть призвести до закриття.

У робочому зошиті:

1. Визначте, чи можна придбати страхування залежно від видів ризику, проаналізувавши причини невдачі стартапу.
2. Обґрунтуйте відповідь, використовуючи чотири ознаки страхового ризику.

Результати оформте у вигляді таблиці.

 ПРАКТИКУЄМО

1. Виконай у робочому зошиті завдання «Страхування в незвичних ситуаціях».
2. Виконай в електронному додатку чи робочому зошиті завдання «Визначення страхових ризиків».

ЯКІ СТРАХОВІ РІШЕННЯ МОЖУТЬ БУТИ ЕФЕКТИВНИМИ ДЛЯ ПІДПРИЄМЦІВ?

 ПІЗНАЄМО

Підприємці, які хочуть захистити свій бізнес від непередбачуваних подій (пожеж, крадіжок, збитків через негоду), укладають **договір страхування**. Однак перед тим як придбати страховий захист, підприємець має проаналізувати ризики, знайти надійного страховика та надати йому всю інформацію. Це дозволяє обом сторонам — підприємцю і страховій компанії — укласти договір страхування.

 **Договір страхування (страховий поліс)** — це угода між особою, яка страхується (страхувальником), і страховою компанією (страховиком).

Згідно з цією угодою, страховик зобов'язаний у разі настання страхового випадку здійснити страхову виплату страхувальникові або іншій особі, на користь якої укладено договір, а страхувальник зобов'язується сплатити страхову премію.

Під час підготування до підписання договору страхування, після визначення, що саме буде застраховано (об'єкт), важливо оцінити його вартість. У різних видах страхування це може бути: експертне оцінювання або ринкова вартість, вартість придбання та встановлення (для майна), розмір можливих витрат на лікування чи відновлення (для особистого страхування або страхування відповідальності).

Страхова оцінка є базою для визначення **страхової суми**.

З огляду на розмір страхової суми розраховується страхова премія.

 **Страхова премія** — це ціна страхової послуги.

Договір страхування набуває чинності лише після того, як гроші надійдуть на рахунок страховика. Договір може діяти від одного дня до десяти років. Якщо його тривалість не визначена — договір діє, поки одна зі сторін не вирішить його завершити, попередивши про це заздалегідь.

МОДЕЛЮЄМО

Виконай у робочому зошиті завдання. Змодельуй покрокову схему дій підприємця до укладання договору страхування.

ПРАЦЮЄМО З ІНФОРМАЦІЄЮ 

Перейди за покликанням <https://qr.orioncentr.com.ua/ISPJt> або скористайся QR-кодом і ознайомся з основними елементами, які мають міститися в договорі страхування.

ПРАКТИКУЄМО

1. В електронному додатку виконай завдання «Етапи, що передують укладанню договору страхування».
2. Виконай у робочому зошиті завдання «Розрахунок страхової премії та умови страхування».

ПІЗНАЄМО

Під час дії договору страхування страховий випадок може статися, а може і не відбутися. У разі настання події, зазначеної в договорі страхування як страховий випадок, підприємець має повідомити про це страхову компанію у визначені терміни та зібрати підтверджувальні документи.

 Шкода, яку отримав підприємець (страхувальник) внаслідок страхового випадку, — це **страховий збиток**.

Наприклад, згорів склад або зламалося дороге обладнання внаслідок аварійного припинення електропостачання.

З огляду на обчислену суму страхового збитку, визначають величину страхової виплати / страхового відшкодування, що підлягає виплаті.

 **Страхове відшкодування** — це сума грошей, яку страхова компанія виплачує страхувальнику, щоб компенсувати страхові збитки.

Розмір виплати залежить від розміру збитків та інших умов, вказаних у договорі страхування, наприклад наявність чи відсутність франшизи.

У разі страхування дорогих або ризикованих об'єктів, які вимагають від їхнього власника дбайливого ставлення, застосовується франшиза.

Франшиза означає, що страхова компанія не компенсує всі втрати, їх частину доведеться покрити підприємцю самостійно.

Франшиза вказується в договорі страхування у вигляді відсотків від страхової суми чи збитків або у вигляді наперед визначеної суми. Тобто якщо щось трапиться.

Існує два види франшизи: умовна і безумовна (див. рис. 64).

УМОВНА ФРАНШИЗА

-  розмір збитку менший або дорівнює сумі франшизи: страхове відшкодування не виплачується
-  розмір збитку більший за суму франшизи: страхове відшкодування виплачується в розмірі збитку

БЕЗУМОВНА ФРАНШИЗА

-  розмір збитку менший або дорівнює сумі франшизи: страхове відшкодування не виплачується
-  розмір збитку більший за суму франшизи: страхове відшкодування зменшується на суму франшизи

Рис. 64. Умовна та безумовна франшизи

ПРАЦЮЄМО З ІНФОРМАЦІЄЮ

Перейди за покликанням <https://qr.orioncentr.com.ua/BDtM4> або скористайся QR-кодом і ознайомся з основними відмінностями умовної та безумовної франшизи й способами їх розрахування.



ПРАКТИКУЄМО

Уяви, що Твоя компанія застрахувала майно на 25 тис. грн. Внаслідок страхового випадку компанія зазнала збитків на 12 тис. грн. У договорі передбачено франшизу в розмірі 5000 грн.

1. Розрахуй страхове відшкодування в разі:
 - ♦ безумовної франшизи;
 - ♦ умовної франшизи.
2. Дай відповіді на запитання.
 - ♦ У якому випадку підприємцю вигідніше обрати умовну франшизу?
 - ♦ Коли варто обрати безумовну франшизу?
 - ♦ Що краще для Твоєї компанії: умовна чи безумовна франшиза?

ПІЗНАЄМО



У 8 класі Ти дізнався / дізналася про фінансове шахрайство та його види. Це злочин, який не лише завдає фінансових збитків страховим компаніям, а й підриває довіру до страхових послуг у суспільстві. До 15 % страхових виплат у світі пов'язані із шахрайством. Найбільше шахрайств — у галузі автомобільного страхування, майнового страхування та страхування життя. Шахрайські дії можуть вчинятися як страхувальником, так і страховиком, а також іншими особами й установами (станції технічного обслуговування, медичні заклади тощо). Такі дії шкодять не лише окремим компаніям, а й усьому страховому ринку та економіці. Тому боротьба із шахрайством є важливою складовою ефективного функціонування страхового бізнесу.

ДОСЛІДЖУЄМО



В електронному додатку виконай завдання:

1. «Види страхового шахрайства».
2. «Викрий страхове шахрайство».

ПРАЦЮЄМО З ІНФОРМАЦІЄЮ



1. *Перейди за покликанням <https://qr.orioncentr.com.ua/cjfrE> або скористайся QR-кодом і проаналізуй діяльність страхових компаній України за основними показниками та визнач трьох лідерів ринку за критеріями.*

2. У робочому зошиті сформулюй таблицю «Рейтинг страхових компаній України» і дай відповіді на запитання.

- ♦ Яка страхова компанія є лідером за більшістю критеріїв?
- ♦ Яку компанію Ти б обрав / обрала для страхування свого бізнесу та чому?

ПРАКТИКУЄМО



У робочому зошиті:

1. Виконай вправу «Ребуси».
2. Розгадай кросворд.
3. Розв'яжи економічні задачі.
4. Виконай завдання «Страхування врожаю сільськогосподарських культур».

ПЕРЕВІРЯЄМО



Перевір рівень власної обізнаності з теми. Виконай тестові завдання в електронному додатку.



ПІДСУМОВУЄМО

1. Суть страхових механізмів захисту від ризиків полягає в тому, що бізнес (страхувальник) одноразово або регулярно сплачує невеликі суми (страхові премії) страховій компанії. Натомість страхова компанія бере на себе зобов'язання компенсувати збитки, якщо настане обумовлений у договорі страховий випадок.
2. Основними перевагами використання страхових механізмів для бізнесу є:
 - ♦ фінансовий захист;
 - ♦ зниження ризиків;
 - ♦ стабільність і впевненість;
 - ♦ швидке відновлення;
 - ♦ дотримання вимог і підвищення довіри.
3. Завдяки страховим виплатам бізнес може уникнути значних фінансових втрат, швидко відновити роботу після інцидентів, мінімізуючи час простою та втрати прибутку, зосередитися на основній діяльності й стратегічному плануванні.
4. Страхові механізми є не лише витратою, а й стратегічною інвестицією в стійкість і довгостроковий успіх бізнесу в умовах постійної невизначеності.



ОЦІНЮЄМО

Продовж у робочому зошиті речення. Проаналізуй надані відповіді та зроби висновок про свої успіхи чи труднощі.

ОПАНОВУЮЧИ ТЕМУ, Я	
запам'ятав / запам'ятала	
дізнався / дізналася	
спробував / спробувала	
навчився / навчилася	
зрозумів / зрозуміла	
мав / мала труднощі з	



ТЕМА 6

РЕКЛАМА ТА КОМУНІКАЦІЇ — РУШІЇ БІЗНЕСУ

ОЗНАЙОМИВШИСЬ ІЗ МАТЕРІАЛАМИ ТЕМИ, ТИ БУДЕШ:

ЗНАТИ ТА РОЗУМІТИ:

- що таке реклама і як вона впливає на бізнес
- ознаки дезінформації та маніпулювання суспільною думкою в рекламі та як їм запобігати
- як знаходити, відбирати й оцінювати актуальну інформацію для створення рекламного продукту

УМІТИ ЗАСТОСОВУВАТИ:

- принципи академічної доброчесності для безпечного спілкування в цифровому середовищі
- переваги різних комунікаційних способів і каналів поширення реклами
- достовірну інформацію з перевірених джерел

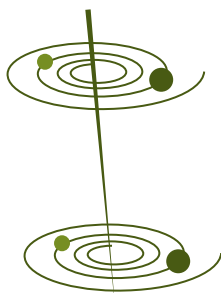
САМОСТІЙНО УХВАЛЮВАТИ МОТИВОВАНІ РІШЕННЯ:

- щодо вибору способів висвітлення результатів власних чи групових досліджень
- про цінність безпосередніх комунікацій у соціумі
- про необхідність широкого висвітлення власних згенерованих ідей для розв'язання навчальних / життєвих проблем у соціальних мережах

ВИРАЖАТИ СТАВЛЕННЯ:

- щодо критичного оцінювання рекламних повідомлень
- до комунікацій у повсякденному житті
- до ефективності реклами, коментуючи інформацію, сприйняту з одного чи кількох джерел

ДОСВІД 1

У ЧОМУ ПОЛЯГАЄ ЕФЕКТИВНІСТЬ РЕКЛАМИ
ДЛЯ БІЗНЕСУ ТА КАНАЛІВ ЇЇ ПОШИРЕННЯ?

Реклама — не точна наука. Це навіювання. А навіювання — це мистецтво.

Вільям Бернбах, американський рекламний креативний директор, співзасновник міжнародного рекламного агентства «Doyle Dane Bernbach»

Реклама — це по суті переконання, а переконання відбувається не завдяки фактам, а через емоції.

Мері Веллс Лоуренс, американська рекламистка, перша жінка засновниця рекламної агенції «Wells Rich Green»

- ♦ Уяви полицю в магазині, заповнену різноманітними товарами. Як серед цього розмаїття Ти, як покупець / покупниця, обереш саме той продукт, який потрібен?
- ♦ Пригадай, чи вдавалося Тобі переконати когось із друзів чи дорослих не лише фактами чи логікою, а й «зачепивши» їхні емоції (почуття)? Як саме Ти це зробив / зробила?

ЩО ТАКЕ РЕКЛАМА ТА ЯКІ ЇЇ ОСНОВНІ ЦІЛІ?



ПІЗНАЄМО

Уяви, що після перегляду нового фільму Ти ділишся враженнями зі своїми друзями й описуєш найяскравіші моменти, щоб зацікавити їх. Реклама працює дуже схоже, але замість фільму вона розповідає про товари чи послуги, які пропонує виробник. У сучасному світі ми постійно стикаємося з різноманітними повідомленнями, які намагаються привернути нашу увагу до певних товарів, послуг чи ідей. Ці повідомлення і є рекламою.



Реклама — це спеціально підготовлена інформація, яку компанії поширюють, щоби познайомити споживачів зі своїми товарами, послугами або ж просто нагадати про себе.

Основна мета будь-якої реклами — привернути увагу якомога більшої кількості потенційних споживачів. Тобі слід розуміти, що реклама —

це не лише випадкове повідомлення, а й чітко спланований спосіб спілкування між компанією (виробником) та майбутніми споживачами.

Перші згадки про рекламу відомі ще із часів Стародавнього Єгипту, де на папірусах розхвалювали якості рабів для продажу. У Стародавній Греції існували спеціальні глашатаї, які сповіщали про товари та послуги, а у Давньому Римі рекламні оголошення писали на стінах будинків. Із часом форми реклами змінювалися, але її головна мета залишалася незмінною — донести інформацію про продукт до споживача.

ЦІКАВІ ФАКТИ

- ◆ Найдавнішою рекламою вчені вважають напис, висічений на кам'яному стовпі на руїнах Мемфіса (місто в Стародавньому Єгипті). Вона створена за 500 років до н. е. і сповіщає: «Тут живу я, Мінос з острова Кіпр, милістю богів наділений здатністю тлумачити сни за вельми помірну плату».
- ◆ У Стародавніх Афінах (приблизно V–IV ст. до н. е.) наймали людей, які вигуквали рекламні оголошення на площах. Усе, як у сучасному торговельному центрі: хочеш шопінгу і соціального відпочинку — слухай фонову рекламу!
- ◆ У Китаї за часів династії Сун (960–1127 рр.) уже виготовляли флаєри чималими накладками: наприклад, листівку майстра голок Шинана Ліу, в якій стверджується, що «ми купуємо чисту сталь і робимо голки найвищої якості, одразу готові до використання вдома!». Попри погану якість друку, можна навіть побачити логотип фірми пана Ліу — білого кролика, що тримає голку.

ПРАЦЮЄМО З ІНФОРМАЦІЄЮ

Детальніше про рекламу в давні часи та цікаві факти про неї дізнайся, перейшовши за покликаннями або скориставшись QR-кодами.



<https://qr.orioncentr.com.ua/7TUaX>



<https://qr.orioncentr.com.ua/xHkR0>

ПІЗНАЄМО

Кожна рекламна кампанія розробляється з певною метою. Зазвичай такою метою є: інформування, переконання, нагадування.



Інформування — ознайомлення з новим товаром або новою послугою, розповідь про особливості та переваги.

Інформаційна реклама є особливо важливою, коли на ринку з'являється щось нове і споживачі ще не знають про це.

 **Переконання** — запевнення в тому, що саме цей продукт чи послуга є найкращим вибором серед усіх можливих.

Рекламодавці можуть використовувати різні аргументи, щоб вплинути на рішення клієнта: порівнювати свій продукт із конкурентами, підкреслювати його унікальні якості або апелювати до Твоїх емоцій.

 **Нагадування** — використовується для того, щоби підтримувати інтерес до вже відомого продукту або послуги, що надається.

Компанії нагадують про свій бренд (інколи вживають синонім «торговельна марка», а також «товарний знак» або «торгова марка»), щоб не забули про нього, коли виникне потреба.

Уяви, що Ти йдеш у магазин і відразу впізнаєш свою улюблену марку кросівок або смартфона за логотипом чи кольором пакування. Це не випадково — усе це працює завдяки бренду.

 **Бренд** — унікальна комбінація цінностей торгової марки, за яку споживач сплачує додаткову вартість або просто надає їй перевагу під час купівлі, і яка часто викликає надзвичайні емоції.

 **Торговельна марка** — будь-яке позначення або комбінація позначень, які застосовуються для індивідуалізації товарів (послуг) та дають можливість відрізнити товари або послуги однієї особи від товарів або послуг інших осіб.

Усі цілі реклами спрямовані на те, щоб спонукати Тебе до певної дії: купити товар, скористатися послугою, підписатися на розсилання або змінити своє ставлення до певного бренду чи ідеї.

 **Зверни увагу!** Розуміння цілей допоможе критично оцінювати рекламні повідомлення. Ти можеш зрозуміти: Тобі намагаються повідомити щось нове, хочуть переконати обрати конкретний продукт чи нагадують про вже знайомий бренд. Це особливо важливо в галузі підприємництва, оскільки допомагає ухвалювати виважені рішення щодо створення, розвитку й успішного масштабування власної справи.

В Україні реклама є одним із основних інструментів, які використовують компанії для просування своїх товарів і послуг на ринку. Завдяки рекламі підприємства можуть розповісти про свої пропозиції широкому колу потенційних клієнтів, привернути їхню увагу й зацікавити своїми продуктами / послугами. Реклама допомагає виокремити товар / послугу серед конкурентів, сформувати позитивний імідж компанії та, зрештою, збільшити обсяги продажів.

ДИСКУТУЄМО



Стань учасником / учасницею рекламного батлу — спільно з однокласниками / однокласницями досліди, як реклама впливає на бізнес в Україні — виконай вправу «Обмін думками: оцінювання дотримання вимог до реклами товару (послуги) відомих брендів».

1. Зосередься на позитивному впливі реклами, знайшовши 2–3 приклади успішних українських компаній.
2. Знайди 2–3 приклади ситуацій або типів бізнесу в Україні, де реклама може мати негативний або складний вплив.

ПРАКТИКУЄМО



Виконай в електронному додатку завдання «Що таке реклама та які її основні цілі?».

ЯКІ ОСНОВНІ КАНАЛИ ПОШИРЕННЯ РЕКЛАМИ?

ПІЗНАЄМО



Є багато способів донесення інформації (реклами) про товар чи послугу до потенційного споживача.

Одним із найпотужніших каналів поширення реклами є **телебачення**, тому що охоплює велику кількість глядачів різного віку. Фінансові установи, багато різних фірм, організацій використовують телебачення для рекламування своїх товарів та послуг. Наприклад, Ти часто бачиш рекламні ролики банків, які пропонують вигідні умови за кредитами, розповідають про нові депозитні програми або рекламують зручні мобільні додатки. Це свідчить про те, що вони розглядають телебачення як важливий інструмент для інформування своїх клієнтів про нові можливості.



Зверни увагу! Телевізійна реклама має високий рівень впливу на глядачів завдяки поєднанню візуальних і звукових ефектів. Однак вона також є однією з найдорожчих форм реклами, що робить її менш доступною для малого та середнього бізнесу.

ДОСЛІДЖУЄМО

Виконай у робочому зошиті завдання «Досліджуємо рекламу на телебаченні».



Ще одним популярним каналом для реклами є **радіо**, особливо коли це стосується місцевого бізнесу та конкретної цільової аудиторії. Хоча радіо не має візуального контенту, воно може ефективно доносити інформацію через звук, музику та голосові повідомлення.

Радіореклама може бути різною: від коротких оголошень, які зачитує диктор, до спеціально підготовлених рекламних роликів із використанням музики та звукових ефектів. Деякі компанії навіть створюють рекламні пісні, які легко запам'ятовуються слухачами.

Зверни увагу! Радіореклама доступніша за ціною, ніж телевізійна, і може охоплювати ширше коло слухачів — під час їхньої поїздки на роботу, перебування вдома або виконання інших справ. Це робить її ефективним каналом поширення на велику аудиторію.

МОДЕЛЮЄМО

Створи рекламу про свій заклад освіти, яку можна транслювати на місцевому (регіональному) радіо. Скористайся хітами сучасних українських виконавців / гуртів.

Незважаючи на зростання популярності цифрових каналів, друковані видання, такі як газети та журнали, є важливою платформою для реклами, особливо для певної аудиторії.

Друкована реклама — це рекламні оголошення компаній, повідомлення про продаж або оренду товарів, а також соціальна реклама (зокрема волонтерство), спрямована на вирішення таких важливих суспільних проблем, як донорство, дотримання правил безпечного поведіння на дорозі, протидія кібербулінгу серед дітей та підлітків, сортування сміття, допомога бездомним тваринам тощо.



 **Зверни увагу!** Реклама в друкованих виданнях може бути ефективною для тих, хто віддає перевагу саме цьому каналу отримання інформації. Крім того, друкована реклама може довше існувати порівняно з деякими видами онлайн-реклами.

Прикладом **зовнішньої реклами** є рекламні щити (білборди), великі рекламні конструкції зі світлом (сітілайти), реклама на транспорті й інші види рекламних повідомлень, які розміщені в громадських місцях.

Наприклад, Ти їдеш у автобусі та бачиш рекламний плакат з акцією від супермаркету. Їдеш містом і помічаєш великий білборд із рекламою концерту улюбленого виконавця. Чекаєш на зупинці, а перед тобою — сітілайт про вигідні умови кредитування, нові депозитні пропозиції або зручні платіжні картки.

Ефективність зовнішньої реклами залежить від її дизайну, місця розташування та того, як часто її бачать люди. Яскравий та оригінальний макет може привернути більше уваги, ніж звичайне рекламне повідомлення.



 **Зверни увагу!** Зовнішня реклама має широке охоплення і може ефективно підвищувати впізнаваність бренду / рекламованого продукту. Реклама особливо корисна для компаній, які хочуть охопити велику кількість людей у певному географічному регіоні.



Одним із найважливіших каналів для реклами в сучасному світі став **інтернет**. Онлайн-реклама пропонує безліч можливостей для охоплення цільової аудиторії, зокрема рекламу в пошукових системах, соціальних мережах, на вебсайтах та в мобільних додатках.

Ти гортаєш стрічку в соціальних мережах, і Тобі трапляється веселе відео від онлайн-школи, яка рекламує курси з програмування. Сервіси доставляння їжі також активно використовують рекламу в соціальних мережах, спонукаючи зробити замовлення.

Це ефективний спосіб охопити широку аудиторію, яка шукає швидкі та зручні рішення для харчування. Банки активно використовують інтернет-рекламу для залучення клієнтів. Реклама в пошукових системах також є важливим інструментом для фінансових установ. Ти вводиш: «взяти кредит онлайн» — і першими результатами, ще до звичайних покликань, бачиш рекламні оголошення банків з їхніми пропозиціями. Читаєш новини на якомусь сайті, а збоку або зверху бачиш графічний банер із рекламою нового автомобіля чи туристичної подорожі. Граєш у якусь гру на смартфоні — і між рівнями з'являється короткий відеоролик із рекламою іншого мобільного додатка.



Зверни увагу! Інтернет-реклама має низку переваг, зокрема змогу ефективно впливати на аудиторію за різними критеріями (вік, стать, інтереси, місце проживання) та можливість відстеження ефективності рекламних кампаній у режимі реального часу.



РОБОТА В ПАРІ / ГРУПІ

Виконайте в робочому зошиті вправу «Промислова розвідка».



ПРАКТИКУЄМО

Виконай в електронному додатку завдання «Канали поширення реклами: переваги і недоліки».



ПЕРЕВІРЯЄМО

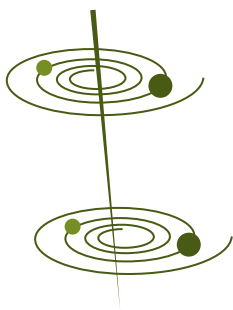
Виконай тестові завдання в електронному додатку.



ПІДСУМОВУЄМО

1. Реклама не лише повідомляє про існування товару чи послуги, а й встановлює емоційний зв'язок, викликає певні почуття, формує бажання та, зрештою, спонукає до дії.
2. Основними цілями реклами є інформування, переконання, нагадування.
3. Основними каналами поширення реклами є телебачення, радіо, друковані видання, зовнішня реклама (білборди, сітілайти, банери на транспорті тощо), інтернет. Вибір оптимального каналу реклами залежить від багатьох чинників, зокрема й мети рекламної кампанії, характеристики цільової аудиторії, бюджету компанії та особливостей рекламованого продукту чи послуги.

ДОСВІД 2

ЯК КОМУНІКАЦІЇ ФОРМУЮТЬ ВЗАЄМОДІЮ
У БІЗНЕСІ?

Ефективна комунікація — це 20 % того, що ви знаєте, і 80 % того, як ви ставитеся до того, що знаєте.

Патрісія Фріпп, британсько-американська тренерка з мовлення та презентацій продажів

Найбільш незадоволені клієнти — найцінніше джерело знань для вас.

Білл Гейтс, американський бізнесмен, інвестор, філантроп, засновник корпорації «Microsoft»

- ◆ Чому комунікація через рекламу є такою важливою формою взаємодії між продавцем і покупцем? Як саме ця взаємодія відбувається?
- ◆ Як реклама, пропонуючи товар або послугу, впливає на формування Твоїх бажань і потреб?

КОМУНІКАЦІЯ В РЕКЛАМІ ЯК ВАЖЛИВА ФОРМА
ВЗАЄМОДІЇ В СОЦІУМІ

ПІЗНАЄМО



У світі реклами комунікація — це не лише обмін інформацією, а й складна та багатогранна форма взаємодії між брендом / торговельною маркою і споживачем. Реклама прагне не лише повідомити про існування товару чи послуги, а й установити емоційний зв'язок, викликати певні почуття, сформувані бажання та, зрештою, спонукати до дії: придбати і скористатися.

Сучасні компанії в рекламі використовують різні способи, щоб спілкуватися з Тобою. Слухаючи їхні історії, відчуваючи, як через рекламу вони звертаються до Тебе, наче стаєш частинкою їхньої команди. Щоб реклама була успішною, компанії мають розуміти, що Тобі потрібно, що Ти відчуваєш, і бути чесними. Тоді, довіряючи їхньому бренду, Ти купуватимеш їхні товари в майбутньому.

Розглянемо основні аспекти комунікації як форми взаємодії в рекламі.

1. Спілкування в обидва боки

Раніше реклама показувала Тобі «щось і все». Сьогодні призначення реклами — зацікавити, щоб Ти на неї якось відреагував / відреагувала. Соцмережі, різні інтерактивні опитування, в яких цікавляться Твоєю думкою, — це все, щоб не лише дивитися, а й брати участь. Компанія замовляє рекламу, аналізує, що Ти про це думаєш, що подобається, щоб згодом створити ще привабливішу для Тебе рекламу.



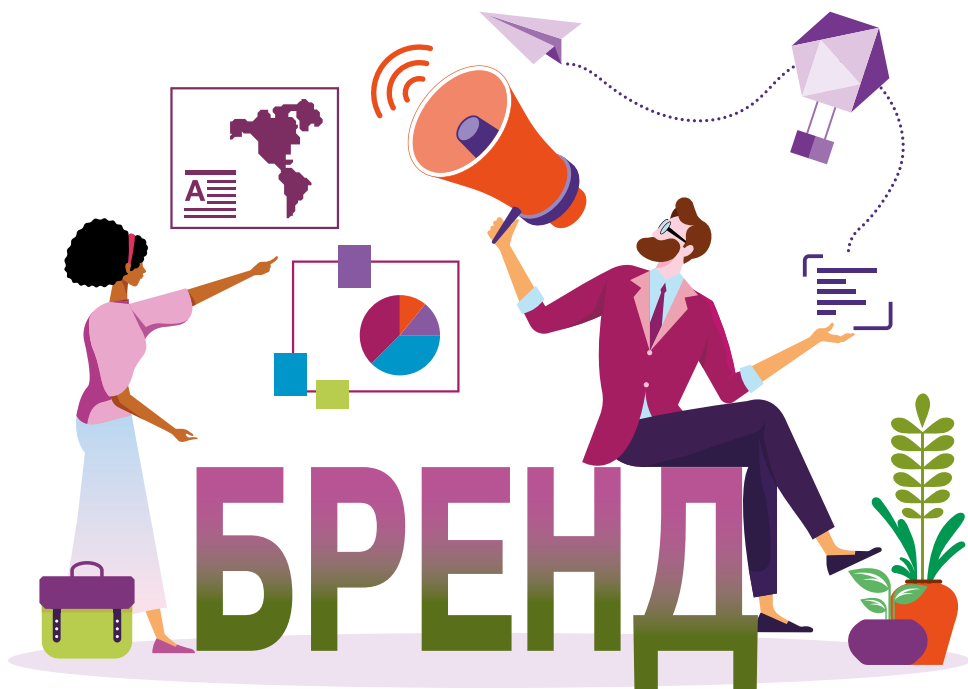
2. Емоційний вплив — головне в рекламі

Реклама не лише Тебе переконує. Її справжня сила в тому, щоб уплинути на Твої емоції: радість, смуток, страх, впевненість, надію, здивування, спокій, сміх. Якщо реклама викликає емоції, Ти краще її можеш запам'ятати, сильніше на неї реагувати і більше прив'язуватися до бренду / торгової марки. Тому в рекламі часто використовують історії, жарти або зворушливі картинки, щоб торкнутися Твоїх почуттів.



3. Створення історій

Замість лише показувати, який товар хороший, у рекламі часто застосовують цікаві історії, в яких бренд / торгова марка стає головним героєм, а Ти, як покупець, — безпосередній учасник. Саме такий підхід впливає на Твої емоції, допомагає пояснити, для чого потрібен цей товар чи послуга, і показує, яку він Тобі принесе корисність.



4. Персоналізація й таргетинг

Уяви, що раніше реклама була, як гучний динамік на площі, — всі чули одне й те саме. А зараз завдяки сучасним технологіям бренди / торгові марки можуть «нашіптувати» щось цікаве саме для Тебе.

Персоналізація — це вузька орієнтація на конкретну цільову аудиторію. Тобто, коли реклама підлаштовується під Твої інтереси. Наприклад, якщо Ти цікавишся футболом чи балетом, то частіше бачитимеш рекламу спортивних товарів чи відомих балетних постановок.





Таргетинг — це спосіб показувати рекламу саме тим людям, яким вона найбільше підходить. Це як розумний снайпер у світі реклами, який дозволяє рекламодавцю вибрати, кому що показувати:

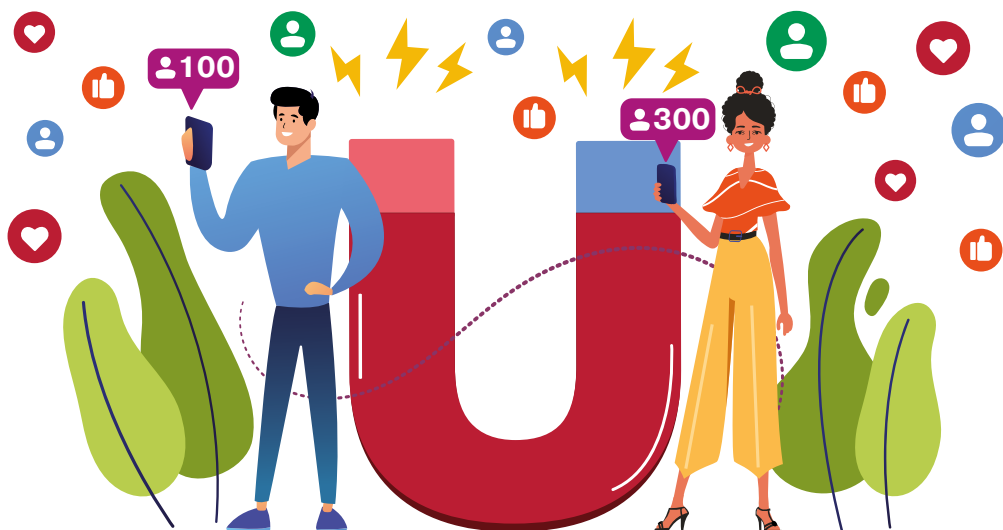
- ♦ за віком (наприклад, тільки підліткам);
- ♦ за місцем проживання (наприклад, тільки в Києві чи Львові);
- ♦ за інтересами (наприклад, прихильникам репу або аніме);
- ♦ за поведінкою (наприклад, тим, хто вже відвідував сайт).

Це ніби реклама «читає думки» і з'являється тільки тоді, якщо справді цікаво.

Таргетинг робить спілкування між власником бренду / торгової марки і Тобою більш особистим, бо Ти бачиш тільки те, що дійсно потрібне або цікаве.

5. Залучення до спільноти

Уяви, що компанія прагне не лише продати Тобі свій товар. Її справжня мета — зібрати навколо себе компанію крутих фанатів. Тому реклама часто пропонує Тобі зробити щось додатково: написати коментар, поділитися своєю думкою, взяти участь у грі чи отримати знижку. У такий спосіб компанія хоче, щоб Ти відчув / відчула себе частиною чогось спільного.

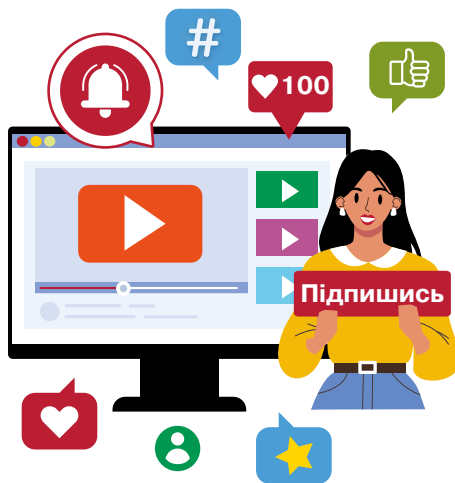


ЦІКАВІ ФАКТИ

Під час створення реклами будь яких наручних годинників стрілки завжди встановлюють на 10 годин 10 хвилин або 08 годин 20 хвилин. Передусім це робиться для того, щоб стрілки не закривали назву бренду. Крім цього, таке розташування стрілок візуально нагадує усмішку, налаштовуючи людей на позитивний лад.

6. Візуальна й аудіальна комунікація (акцент на впливі)

Реклама дуже сильно залежить від того, який вона має вигляд і як озвучується. Яскраві зображення, кольори, приємна музика допомагають Тобі емоційно відреагувати на рекламу і краще її запам'ятати. Іноді картинка або звук можуть сказати більше, ніж довгий текст.



7. Етичні аспекти (акцент на чесності)



Важливо пам'ятати, що не можна перебирати міру з емоціями в рекламі. Якщо компанія обманює, лякає або маніпулює Твоїми почуттями чи відчуттями, це може обернутися проти неї, і Ти перестанеш їй довіряти. По-справжньому хороша реклама будується на чесності та відкритості. Щоб довго і добре співпрацювати з покупцями, компанія має бути правдивою та прозорою.

Отже, реклама сьогодні — це не лише демонстрування товару. Це більше схоже на спілкування, у процесі якого компанії намагаються вплинути на Твої почуття.

ПРАКТИКУЄМО

Виконай в електронному додатку завдання «Значення комунікації в рекламі» та «Хто помилився в комунікації».

ДОСЛІДЖУЄМО

Виконай у робочому зошиті завдання «Вплив реклами на споживача».

Виробники та розповсюджувачі реклами в Україні мають дотримуватися встановлених на законодавчому рівні правил. Це важливо для розуміння правдивості й чесності інформації, яка розповсюджується через рекламу про товари та послуги. Основним документом, що регулює цю галузь, є Закон України «Про рекламу».

ПРАЦЮЄМО З ІНФОРМАЦІЄЮ

Щоб ознайомитися з головними вимогами до реклами, перейди за покликанням <https://qr.orioncentr.com.ua/WwZFs> або скористайся QR-кодом.



 **Пам'ятай!** За порушення вимог Закону України «Про рекламу» залежно від характеру порушення передбачена дисциплінарна, цивільно-правова, адміністративна, а в окремих випадках — і кримінальна відповідальність. Державні органи контролюють дотримання цих правил для захисту прав споживачів.

Розуміння основних вимог до реклами допоможе Тобі усвідомлювати та критично оцінювати інформацію, яку Ти отримуєш через рекламні повідомлення.

ЯК РОЗПІЗНАТИ ОБМАН І МАНІПУЛЯЦІЮ В РЕКЛАМІ?

ПІЗНАЄМО

Реклама — це не завжди лише красива картинка чи приваблива пропозиція. Іноді вона може містити **дезінформацію** (неправдиву інформацію) або **маніпулювати** Тобою, щоб змусити щось купити. Щоб не потрапити «на гачок», важливо вміти це розпізнавати. З інформацією про дезінформацію та маніпуляції у фінансовій галузі Ти вже знайомився / знайомилася в досвіді 1 теми 7 у 8 класі.

Тобі важливо навчитися аналізувати рекламні повідомлення, виявляти можливі порушення законодавства та неетичні прийоми, а також захищати свої права як споживача.

Що робити, аби не потрапити «на гачок» неправдивої реклами?

1. Став собі запитання. Це правда? Чи можу я це перевірити? Чому мені це показують?

2. Шукай докази. Якщо є гучні обіцянки, шукай підтвердження: відгуки реальних людей, наукові дослідження, офіційні сертифікати.

3. Звертай увагу на деталі. Читай «дрібний шрифт» й умови акцій.

4. Думай критично. Не дозволяй власним емоціям керувати Твоїми рішеннями.

Ось деякі ознаки того, що Тебе намагаються обманути або маніпулювати Тобою:

Реклама обіцяє, що Ти вивчиш англійську за один місяць, займаючись лише 15 хвилин на день. Це перебільшені та неправдиві твердження, які грають на Твоєму бажанні здобути знання швидко, без зусиль

НЕРЕАЛЬНІ ОБІЦЯНКИ

«Тільки сьогодні! Знижка 90 % для перших 10 покупців!» Реклама створює відчуття, що Ти щось втратиш, якщо не купиш негайно. Мета — змусити Тебе ухвалити рішення імпульсивно

ТИСК І ТЕРМІНОВІСТЬ

«Наш крем робить шкіру значно кращою!» У рекламі немає конкретних фактів чи доказів, які це підтверджують. Це загальні фрази, які не можна перевірити

НЕЧІТКІ ФОРМУЛЮВАННЯ

«Цей засіб підтримала голлівудська зірка!» Реклама маніпулює довірою до «фахівців» або відомих людей, хоча насправді доказів немає або вони не перевірені

ВИКОРИСТАННЯ АВТОРИТЕТУ БЕЗ ДОКАЗІВ

Реклама занадто перебільшує радість від використання товару: «Купиш цю річ, і твоє життя стане ідеальним!». Реклама викликає сильні емоції, щоб уплинути на Твоє рішення і відключити логіку

ГРА НА ЕМОЦІЯХ

Рис. 65. Як розпізнати обман і маніпуляцію в рекламі



Пам'ятай! Твоя здатність мислити критично — це найкращий захист від будь-яких рекламних хитрощів!

РОБОТА В ПАРІ / ГРУПІ

Виконайте в робочому зошиті вправу «Обмін проблемами: оцінювання дотримання вимог до реклами товару (послуги) відомих брендів».

ПРАКТИКУЄМО

Виконай в електронному додатку завдання «Викрий перебільшення».

МОДЕЛЮЄМО

Проведіть тренінг «Виробництво та пропонування на ринку розвивальної іграшки». Змодельуйте, як розробити, виготовити й успішно продати розвивальну іграшку, враховуючи потреби дітей та їхніх батьків. Дослідіть цільову аудиторію для нового продукту та розробіть стратегію просування.

ЕФЕКТИВНІСТЬ ТА ЕТИКА РЕКЛАМИ: ЯК МИ ДІЗНАЄМОСЯ, ЦЮ РЕКЛАМА ПРАЦЮЄ І ЧИ ЗАВЖДИ ВОНА КОРИСНА?



ПІЗНАЄМО

Уяви, що певна компанія запустила рекламу. Як зрозуміти, чи вона спрацювала? Для цього аналізують такі аспекти, як: охоплення аудиторії, зацікавлення, зростання продажів, впізнаваність бренду (рис. 66).



Рис. 66. Аспекти ефективності реклами

Реклама є всюди, але не завжди вона хороша чи чесна. В Україні діють спеціальні правила для реклами, які допомагають захистити нас, споживачів.

Головні правила для реклами:

- 1. Бути правдивою.** Реклама не має обманювати про товар, його якість, ціну чи походження. Усе має бути чесно.
- 2. Бути зрозумілою.** Не можна, щоб реклама діяла на Тебе непомітно, тобто була прихованою. Ти маєш розуміти, що це реклама.

3. Бути законною. Не можна рекламувати те, що взагалі заборонено продавати чи виробляти (наприклад, деякі небезпечні речовини).

4. Бути безпечною. Реклама не має закликати до жорстокості, агресії чи викликати паніку.

5. Бути чесною, коли йдеться про гроші. Особливо важливі правила для реклами банків та інших фінансових послуг. Вони не можуть обіцяти те, чого немає, чи приховувати важливу інформацію.

Дотримання цих правил допомагає людям довіряти рекламі та компаніям, а також створює чесну конкуренцію на ринку.

ДОСЛІДЖУЕМО



1. Виконай в електронному додатку завдання «Вимірй ефективність» та «Етична реклама чи ні?».
2. Виконай у робочому зошиті мінідослідження. Проаналізуй рекламні повідомлення з огляду на їхню ефективність та етичність.

ПРАЦУЕМО З ІНФОРМАЦІЄЮ



Перейди за покликанням <https://qr.orioncentr.com.ua/gXhS0> або скористайся QR-кодом і дізнайся більше інформації про приклади відповідальної чи невідповідальної реклами в Україні.

ПЕРЕВІРЯЕМО



Виконай тестові завдання в електронному додатку.

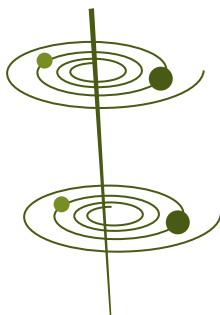
ПІДСУМОВУЕМО



1. Реклама не лише повідомляє про існування товару чи послуги, а й встановлює емоційний зв'язок, викликає певні почуття, формує бажання та, зрештою, спонукає до дії: придбати і скористатися.
2. Реклама є важливим інструментом для бізнесу, оскільки допомагає компаніям інформувати, переконувати та нагадувати споживачам про свої товари й послуги. В Україні реклама поширюється через різноманітні канали, кожен з яких має свої переваги та недоліки.
3. Ефективність рекламних кампаній оцінюється за допомогою таких показників, як охоплення аудиторії, рівень залучення, зростання продажів та впізнаваність бренду. Завдяки сучасним технологіям реклама стає персоніфікованою.
4. Недобросовісна реклама, яка порушує етичні норми, може мати серйозні наслідки для споживачів, особливо у галузі фінансових послуг. Справжня реклама працює, коли вона чесна та відкрита.

ДОСВІД 3

ЯК СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ МОЖУТЬ ВПЛИВАТИ НА УСПІШНІСТЬ БІЗНЕСУ?



Виражайте свої думки чітко. Будьте щирими. Дотримуйтеся меж. Дійте так, як це важливо для вас. І знайте, що для вас дороге та цінне.

Іянла Ванзант, американська ораторка та юристка

Споживачі — це друзі, а від друзів не варто щось приховувати. Якщо у вас виникла кризова ситуація, про це потрібно повідомити споживача.

Сергій Костя, маркетинг директор компанії «Bolt»

- ♦ Яку рекламу Ти найчастіше помічаєш у соціальній мережі, якою користуєшся?
- ♦ На Твою думку, як соціальна мережа «вгадує» Твої вподобання, показуючи певні рекламні оголошення?

КОМУНІКАЦІЯ В РЕКЛАМІ ЯК ВАЖЛИВА ФОРМА ВЗАЄМОДІЇ В СОЦІУМІ

ПІЗНАЄМО

Соціальні мережі є невід'ємною частиною сучасності, незамінними інструментами для особистого використання, роботи та бізнесу. Вони об'єднали мільярди людей у всьому світі, надаючи їм можливість спілкуватися, ділитися новинами, світлинами, відео й інформацією.

Соціальна мережа — це сайт (платформа, майданчик) в інтернеті, на якому зареєстровані користувачі (учасники), які вчиняють певні дії як з огляду на власні потреби (робота з інформацією, розваги тощо), так і спрямовані на інших учасників (знайомства, спілкування).

Соціальні мережі дозволяють краще розуміти інтереси цільової аудиторії, її потреби та бажання, допомагають підтримувати контакт із нею та швидко реагувати на зміни ринку. Тому варто використовувати саме ті, які відповідатимуть потребам та інтересам потенційних клієнтів.

Вибір соціальної мережі для просування бізнесу вимагає важливого підходу, бо кожна мережа має свою аудиторію та особливості. Варіант вибору може бути будь-яким, але важливо пам'ятати, що успіх полягає не лише у виборі, а й у постійному розвитку та прогресі на платформі.

Компанії використовують соцмережі не лише для того, щоб зробити свій бренд відомим. Є ще кілька важливих причин (див. рис. 67).



РЕКЛАМНИЙ МАЙДАНЧИК

Рекламодавці можуть обирати аудиторію за віком, місцем проживання, інтересами, поведінкою в мережі та навіть за типом пристрою. Це значно підвищує ефективність реклами, зменшує витрати і дозволяє бізнесу спілкуватися з потенційними клієнтами саме тоді, коли вони готові до купівлі. Соцмережі перетворюються на розумний рекламний навігатор, який веде повідомлення одразу до цільової аудиторії

МАГАЗИН У СМАРТФОНІ

Деякі соцмережі дають компаніям можливість створити власний магазин усередині мережі. Це перетворює соцмережу на повноцінну торгову платформу, де користувачі можуть переглядати асортимент, читати відгуки, ставити запитання продавцю та миттєво оформлювати замовлення. А ще можна запускати акції, інтегрувати рекламу зразу в контент і бачити статистику про те, що купують найчастіше



ПРЯМЕ СПІЛКУВАННЯ

Через коментарі, особисті повідомлення, прямі ефіри, флешмоби або інтерактивні сторіз компанії можуть миттєво реагувати на запити, дякувати за відгуки, пояснювати нюанси продукту. Такий формат спілкування підвищує довіру, лояльність і допомагає швидко адаптуватися до потреб аудиторії. А ще це чудовий спосіб отримати зворотний зв'язок, протестувати нові ідеї або навіть залучити клієнтів до створення контенту

Рис. 67. Причини використання соцмереж

Отже, соцмережі для бізнесу — це і реклама, і магазин, і служба підтримки в одному місці!

ПРАЦЮЄМО З ІНФОРМАЦІЄЮ

Ознайомся з інформацією про найпопулярніші сайти / соціальні мережі в Україні, перейшовши за покликанням <https://qr.orioncentr.com.ua/t8qmw> або скориставшись QR-кодом.



Коли компанія використовує соціальні мережі для свого бізнесу, вона отримує багато переваг, але також стикається з певними недоліками, відображеними на рис. 68.

ПЕРЕВАГИ

- ✓ **ТАРГЕТОВАНА РЕКЛАМА**
Цільова спрямованість оголошень на споживачів
- ✓ **ФОРМУВАННЯ СПІЛЬНОТИ**
Підписники можуть створювати контент, ділитися досвідом
- ✓ **ПРЯМЕ СПІЛКУВАННЯ**
Швидкі відповіді, вирішення проблем, зворотний зв'язок
- ✓ **ВПІЗНАВАНІСТЬ БРЕНДУ**
Візуальний стиль, історії, відео, меми
- ✓ **ПРОДАЖІ В ДОДАТКУ**
Соцмережі стають онлайн-магазинами
- ✓ **АНАЛІЗ АУДИТОРІЇ**
Вивчення поведінки, статистики, вподобань, реакцій

НЕДОЛІКИ

- ✗ **НЕГАТИВНІ КОМЕНТАРІ**
Відкриті платформи дозволяють публічно критикувати компанію
- ✗ **ПОСТІЙНЕ ОНОВЛЕННЯ**
Контент має бути регулярним, інакше аудиторія втрачає інтерес
- ✗ **РИЗИК РЕПУТАЦІЙНИХ ВТРАТ**
Одна помилка або невдалий допис може викликати скандал
- ✗ **КОНКУРЕНЦІЯ ЗА УВАГУ**
Багато брендів борються за одних і тих самих користувачів
- ✗ **ЗАЛЕЖНІСТЬ ВІД ПЛАТФОРМ**
Соцмережі можуть блокувати контент або акаунти
- ✗ **ВИТРАТИ НА РЕКЛАМУ**
Ефективне просування потребує бюджету та фахівців

Рис. 68. Переваги та недоліки використання соцмереж для бізнесу

ПРАКТИКУЄМО

Виконай в електронному додатку завдання «Присутність компанії в соціальних мережах».

ПІЗНАЄМО



Українські компанії часто співпрацюють із місцевими інфлюенсерами. Наприклад, косметичні бренди, магазини одягу або сервіси доставки їжі залучають блогерів / блогерок для створення оглядів товарів / послуг, рецептів або розіграшів у своїх соцмережах.



Інфлюенсер — це людина, яка має значний вплив на свою аудиторію через соціальні медіа й інші цифрові канали. Займається публікаціями, відео, блогами або іншими видами контенту, що здатні привернути увагу та залучити велику кількість підписників і прихильників. Інфлюенсери можуть бути спеціалістами в різних галузях: мода, краса, фітнес, музика, подорожі, технології та багато інших.

Під час війни багато українських бізнесів використовують соцмережі не лише для продажу, а й для підтримання ЗСУ, збору коштів на благодійність або для інших соціальних ініціатив. Це підвищує лояльність клієнтів, які бачать, що компанія є соціально відповідальною.

ПРАЦУЄМО З ІНФОРМАЦІЄЮ



Дізнайся більше про те, як компанії в Україні та світі застосовують рекламу для просування товару / послуги в соцмережах. Перейди за покликанням <https://qr.orioncentr.com.ua/5v6dr> або скористайся QR-кодом.

МОДЕЛЮЄМО



Маєш шанс спробувати себе в ролі режисера / режисерки. Виконай симуляційну вправу «Інсценування рекламного проєкту товару / послуги».

Обери один варіант із запропонованих товарів / послуг або придумай свій. Розроби концепцію рекламного проєкту й інсценуй фрагмент реклами (наприклад, 30-секундний ролик, уявну білборд-кампанію, допис для соцмереж). Важливо застосувати здобуті раніше знання: як реклама впливає на емоції, якими є вимоги до неї відповідно до Закону України «Про рекламу» та як реклама працює в соцмережах.

Дай відповіді на запитання:

- ♦ Які були найбільші виклики під час створення рекламного проєкту?
- ♦ Що нового Ти дізнався / дізналася про рекламу?



ДИСКУТУЄМО

Наведи аргументи про доцільність / недоцільність просування товару / послуги в соціальних мережах, даючи відповіді на запитання.

1. Як соціальні мережі можуть допомогти маленьким брендам стати відомими?
2. Чи можна побудувати успішний бізнес лише через соціальні мережі?
3. Як підлітки можуть допомогти просувати бізнеси через власні акаунти в соціальних мережах?



ЦІКАВІ ФАКТИ

- ♦ Фармацевтична компанія **«Дарниця»** активно використовує Facebook для поширення корисної інформації про здоров'я та добробут. Вона публікує поради від лікарів, інформацію про свої продукти і робить акцент на висвітленні медичних тем.
- ♦ Виробник соусів **«Чумак»** використовує YouTube для публікації відеорецептів та кулінарних порад. Компанія також активно взаємодіє з аудиторією, публікуючи відповіді та запитання користувачів.
- ♦ Виробник арахісової пасти **«ТОМ»** вдало просуває свій бренд завдяки креативному контенту. На своїх сторінках виробник ділиться корисними порадами, рецептами та враженнями.
- ♦ Один із найбільших українських інтернет магазинів **«Rozetka»** теж активно використовує соціальні мережі для просування своїх товарів. Маркетплейс публікує рекламні акції, промокоди та спеціальні пропозиції у Facebook, Instagram та YouTube.
- ♦ Найбільша українська кур'єрська компанія **«Нова Пошта»** має в профілі корисний контент, пов'язаний із логістикою, доставкою та електронною комерцією. Також «Нова Пошта» використовує соціальні мережі для вирішення питань клієнтів і рекламування своїх послуг.
- ♦ **«Nike»** є одним із найуспішніших брендів у соціальних мережах. Бренд використовує різноманітні стратегії: створення збалансованого різноманітного контенту, спонсоровані дописи з відомими спортсменами, проведення конкурсів та розіграшів, а також рекламу в інтерактивних іграх.
- ♦ **«Coca-Cola»** вдається до зміцнення емоційного зв'язку з аудиторією. Компанія активно працює над створенням відчуття спільноти, спонсорує події та акції, а також публікуючи відгуки і світлина своїх прихильників.



ПРАКТИКУЄМО

1. Виконай у робочому зошиті ситуаційні завдання для розвитку навичок ухвалення рішень у галузі реклами та маркетингу.
2. Виконай в електронному додатку завдання «Правильне рекламне рішення».

СОЦМЕРЕЖІ: МІСЦЕ СИЛИ ЧИ ЗОНА РИЗИКУ ДЛЯ КОМПАНІЙ?

ПІЗНАЄМО



У сучасному світі соціальні мережі є потужним інструментом для розвитку бізнесу. Проте неправильне використання цих платформ може стати джерелом серйозних проблем. Помилки в стратегії — від негативної репутації до витоку конфіденційної інформації — можуть призвести до значних втрат.

Одна з найбільших небезпек для будь-якої компанії — це швидке поширення соцмережами негативної інформації про її діяльність. Інтернет зробив світ дуже маленьким, і навіть одну невдалу публікацію чи поганий коментар можуть за лічені секунди одночасно побачити тисячі людей.

Компанія, яка повільно реагуватиме на такий негатив чи не буде змінюватися, може втратити довіру своїх клієнтів. Наприклад, були випадки, коли відомі компанії втрачали репутацію на ринку, отримуючи багато поганих відгуків лише через те, що хтось з їхніх працівників непрофесійно відповів у соцмережах або реклама була неетичною.

ЦІКАВІ ФАКТИ

**Ця ситуація увійшла в історію як найкрутіша відповідь на грубість і несправедливість.**

Невідомий кантрі музикант **Дейв Керролл** летів у 2009 році на концерт у Небраску. Авіакомпанія «United» відмовила йому в проханні взяти гітару на борт і змусила здати інструмент вартістю 3500 дол. США в багажне відділення. Під час отримання багажу з'ясувалося, що інструмент зламали. Проте авіакомпанія відмовлялася визнавати свою провину. Зрештою, один зі співробітників «United» сказав рішуче «ні» у відповідь на всі подальші спроби музиканта подати скаргу.

Дейв, замість того щоб скаржитися, написав пісню «United Breaks Guitars» («United ламає гітари»), в якій описав усе, що з ним сталося. Кліп став хітом інternету і набрав 16 мільйонів переглядів. Дейв миттєво став світовою зіркою. Компанія виробник гітар «Taylor» подарувала йому дві нові гітари. А за чотири дні після публікації відео на YouTube авіакомпанія «United Airlines» втратила 10 % біржової вартості, що обійшлося власникам акцій у 180 млн дол. США.



1. Щоб переглянути цей легендарний кліп, перейди за покликанням <https://qr.orioncentr.com.ua/ZLhk1> або скористайся QR-кодом.

2. Більше інформації про цю компанію і про те, як вона втратила величезну суму через конфлікт із клієнтом, Ти можеш знайти за покликанням <https://qr.orioncentr.com.ua/МрyvP> або скористатися QR-кодом.



 ПІЗНАЄМО

Коли компанія працює в соцмережах, дуже важливо мати систему дій реагування на кризові ситуації. Якщо компанія не стежить за тим, що про неї говорять в інтернеті, особливо в соцмережах, вона може швидко втратити хорошу репутацію, гроші та довіру людей.

Отже, головне — компанії потрібно не тільки рекламувати себе, а й постійно слухати / моніторити, що про неї говорять в інтернеті, щоб швидко реагувати на будь-які виклики і не втратити своїх клієнтів.

Компаніям потрібно мати чіткий план (стратегію), як вони працюватимуть у соцмережах. Якщо такого плану немає, вони просто роблять щось випадково, і це не принесе результатів.

Хороший план допомагає не тільки вибрати правильні соцмережі, а й робити наповнення (контент), яке буде дійсно цікаве та корисне для цільової аудиторії.

 ЦІКАВІ ФАКТИ

- ♦ **Локальні виробники без «історії».** Деякі українські виробники якісної, але маловідомої продукції (наприклад, крафтового мила, оригінальних прикрас) відкривають сторінки, проте не розповідають історію бренду, не взаємодіють з аудиторією. Їхні дописи — це нудні каталоги, що не приваблює покупців.



- ♦ **«Kodak».** Це була компанія фотогігант, яка могла б стати лідером у цифровій фотографії та соцмережах. Але через відсутність чіткої стратегії вчасно не адаптувалася до нових технологій, що призвело до її банкрутства. Керівництво не зрозуміло, як їхній бізнес може існувати у світі, де люди не друкують, а діляться світлинами в інтернеті.

Компанії мають багато секретів — наприклад, про нові товари, плани чи партнерів. Ці секрети називають «конфіденційною інформацією». І ось одна з великих небезпек: ці таємниці можуть «просочитися» через соцмережі. Часто компанії обмежують доступ співробітників до таких даних. Але буває, що хтось із працівників / керівників випадково розкаже щось зайве у своєму дописі чи коментарі. Наприклад, викладе світлинку нового товару до того, як про нього офіційно оголосять, або напише щось про майбутні плани. Це може означати, що конкуренти дізнаються про важливі речі раніше, що нашкодить бізнесу. Щоб цього не сталося, компаніям варто:

1. **Навчати працівників.** Розповідати їм, як безпечно користуватися соцмережами і що можна, а що не можна публікувати.
2. **Встановити конкретні правила.** Чітко визначити, яка інформація є секретною.

3. Стежити за інтернетом. Використовувати спеціальні програми, щоби постійно перевіряти, що говорять про компанію в соцмережах, і вчасно помітити можливі загрози.

Дуже непрактично, якщо компанія використовує для своєї реклами та спілкування з клієнтами лише одну соціальну мережу. В такому разі будь-які зміни правил, проблеми з роботою або блокування акаунту на цій платформі можуть миттєво відрізати її від усіх клієнтів.

Саме тому компаніям потрібно бути в кількох соцмережах одночасно. Так вони не залежать від однієї платформи та охоплюють більше людей.



Пам'ятай! В інтернеті дуже легко поширити інформацію, тому обережність — понад усе!

ЦІКАВІ ФАКТИ

♦ **«iPhone 4», забутий у барі.** У 2010 році інженер «Apple» залишив прототип гаджета в барі. Смартфон знайшов блогер і опублікував детальні фотографії та характеристики пристрою в інтернеті за кілька місяців до його офіційного анонсу. Це стало величезним витком інформації, який завдав шкоди маркетинговій стратегії «Apple».

♦ **Секрети «Зоряних воєн».** Актори або члени знімальної групи великих кіно студій іноді випадково публікують у своїх соцмережах світлина зі знімального майданчика, на яких видно важливі деталі сюжету, костюми нових персонажів або елементи декорацій, що мали бути сюрпризом для фанатів.

ПРАЦЮЄМО З ІНФОРМАЦІЄЮ



1. Перейди за покликанням <https://qr.orioncentr.com.ua/iXz1s> або скористайся QR-кодом і дізнайся про витoki конфіденційної інформації через соцмережі в Україні та світі.



2. Ознайомся з прикладами, коли компанія занадто залежить від однієї соціальної мережі. Перейди за покликанням <https://qr.orioncentr.com.ua/iLNJv> або скористайся QR-кодом.



3. Перейди за покликанням <https://qr.orioncentr.com.ua/OtAQk> або скористайся QR-кодом і дізнайся про типи учасників соціальних мереж.

ДОСЛІДЖУЄМО

Виконай дослідження «Соцмережі та бізнес: що цікаво підліткам і як не зіпсувати репутацію?». Досліди:

1. Який контент цікавить підлітків?
2. Що робити, коли в соцмережах лише негативні дописи?
3. Як компанії варто відповідати на негатив, щоб не зробити ситуацію ще гіршою?

МОДЕЛЮЄМО

Виконай у робочому зошиті ситуаційне завдання «Як відео може стати вірусним та які від цього наслідки?».

ПЕРЕВІРЯЄМО

Виконай в електронному додатку:

1. Ситуаційне завдання «Хто цікавиться бізнесом у соцмережах?».
2. Тестові завдання.

ПІДСУМОВУЄМО

1. Щоб стати успішним, будь-якому бізнесу потрібно бути в інтернеті. Особливо це важливо під час війни, коли багато звичайних магазинів і компаній не можуть працювати, як раніше, і їм доводиться переходити в онлайн.
2. Соціальні мережі дають бізнесу великі можливості, але мають і свої виклики. Щоб успішно використовувати їх, компаніям потрібно мати чіткий план дій, дотримуватись етичних правил та бути чесними й постійно навчати своїх працівників, як правильно і безпечно працювати в соцмережах.
3. За допомогою соцмереж Ти можеш не тільки створювати свої бізнес-проекти, а й розвивати їх та заробляти на них. Головне — зрозуміти, чим Ти хочеш займатися, і поєднати це зі своїми знаннями та вміннями.

ОЦІНЮЄМО

Продовж у робочому зошиті речення. Проаналізуй надані відповіді та зроби висновок про свої успіхи чи труднощі.

ОПАНОВУЮЧИ ТЕМУ, Я

запам'ятав / запам'ятала

дізнався / дізналася

спробував / спробувала

навчився / навчилася

зрозумів / зрозуміла

мав / мала труднощі з

РОЗДІЛ II

СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ БІЗНЕСУ ТА ВІДНОСИНИ З ДЕРЖАВОЮ



ТЕМА 7

СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ БІЗНЕСУ

ОЗНАЙОМИВШИСЬ ІЗ МАТЕРІАЛАМИ ТЕМИ, ТИ БУДЕШЬ:

ЗНАТИ ТА РОЗУМІТИ:

- що таке соціальна та корпоративна соціальна відповідальність бізнесу
- як бізнес може впливати на суспільний добробут, екологію та економіку
- значення соціально відповідального бізнесу для громадян і держави

УМІТИ ЗАСТОСОВУВАТИ:

- актуальну інформацію для оцінювання рівня соціальної відповідальності бізнесу
- знання щодо ідентифікації ризиків для підприємств, які впроваджують КСВ
- власні ідеї для впровадження соціально відповідальних бізнес-ініціатив

САМОСТІЙНО УХВАЛЮВАТИ МОТИВОВАНІ РІШЕННЯ:

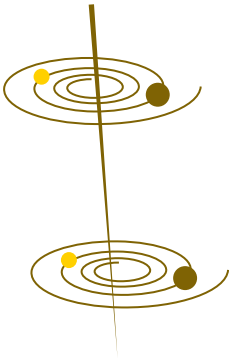
- щодо визначення переваг різних стратегій розвитку соціально відповідального бізнесу
- щодо вибору кращих соціальних програм
- щодо необхідності впровадження соціальних програм для підвищення репутації бізнесу

ВИРАЖАТИ СТАВЛЕННЯ:

- до прикладів успішних КСВ-практик українських та міжнародних компаній
- через власні ідеї та переконання до ролі бізнесу в соціальних і суспільних процесах

ДОСВІД 1

ЩО ТАКЕ СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ БІЗНЕСУ?



Важливо пам'ятати про те, що відносини, які ми будемо сьогодні між бізнесом, владою та суспільством, визначають наше майбутнє через 10 років. Саме тому компанії, якою б маленькою вона не була, потрібна стратегія корпоративної соціальної відповідальності.

Марина Саприкіна, голова центру «Розвиток КСВ»

Коли ми починали «SoftServe», ми мріяли створювати круті технології. Але швидко зрозуміли: справжній бізнес — це ще й те, що ти робиш для людей.

Олег Денис, співзасновник IT компанії «SoftServe»

- ♦ Чи знаєш Ти, що таке соціальна відповідальність бізнесу?
- ♦ Чи можеш навести приклади соціально орієнтованого бізнесу, з яким Тобі доводилося безпосередньо мати справу?
- ♦ Як Ти гадаєш, чи важливо, щоби бізнес дотримувався етичних та екологічних норм?

ЩО ТАКЕ СОЦІАЛЬНО ОРІЄНТОВАНИЙ ТА ВІДПОВІДАЛЬНИЙ БІЗНЕС

ПІЗНАЄМО



Уяви, що заходиш у свою улюблену кав'ярню. Запах свіжої випічки, усмішка баристи, спокійна музика — все створює затишок. Але Ти помічаєш, що біля каси стоїть коробочка для збору коштів на притулок для тварин, на стіні — світлини акції з озеленення міста, а на пакованні какао — позначка «екологічно чисте». І Ти розумієш: ця кав'ярня не лише продає напої, вона змінює світ.

Її власники вирішили, що бізнес має бути чимось більшим, ніж засобом отримання прибутку. Він підтримує притулки, використовує біорозкладне пакування, платить працівникам гідну заробітну плату та дає їм можливість навчатися. А ще — співпрацює зі школами і громадськими організаціями, щоб разом робити добрі справи.

Саме таким і є соціально орієнтований та відповідальний бізнес — не лише заробляти гроші, а й змінювати на краще суспільство — підтримувати освіту, екологію, соціальні ініціативи. Такий підхід не тільки позитивно впливає на економіку держави, а й покращує репутацію компанії. Соціально орієнтований та відповідальний бізнес — це не тільки глобальний тренд. Це вибір на користь людяності.

У сучасному світі соціальна відповідальність має бути невід’ємною частиною бізнесу. Підприємства не лише прагнуть отримати прибуток, а й активно впливають на суспільство. Вони можуть інвестувати частину своїх доходів у корисні проекти:

- ♦ підтримання освіти та медицини;
- ♦ екологічні ініціативи;
- ♦ розвиток громади та допомога малозахищеним верствам населення.

Такий підхід не лише зміцнює суспільство, а й робить бізнес успішнішим. Люди підтримують компанії, які працюють чесно та дбають про суспільне благо. Бізнес створює екологічні продукти, підтримує благодійні акції, допомагає громадам і захищає довкілля. Такий бізнес називається **соціально відповідальним** — тобто тим, який турбується не тільки про власну вигоду, а й про людей, природу та майбутнє.



ДИСКУТУЄМО

Виконай завдання в робочому зошиті. Дай відповіді на запитання щодо Твого ставлення до необхідності бізнесу бути соціально орієнтованим та відповідальним.



ПІЗНАЄМО

У 2015 році на Саміті ООН ухвалено Глобальний Договір, який підтримали 193 держави. Він визначає 17 Цілей сталого розвитку (ЦСР), яких світ прагне досягти до 2030 року. Цілі сталого розвитку спрямовані на вирішення важливих глобальних проблем, які умовно об’єднані в 17 груп.

Сталий розвиток означає, що бізнес працює так, щоб не завдавати шкоди навколишньому середовищу, поважати права працівників і сприяти розвитку громади. Компанії, які дотримуються цих принципів, стають прикладом для інших і здобувають довіру споживачів. Для досягнення цих цілей потрібні спільні зусилля всіх — громадян, урядів і, особливо, бізнесу.

Розглянь детальніше перелік глобальних цілей сталого розвитку на *рис. 69 на с. 189.*



Рис. 69. Глобальні цілі сталого розвитку

Розглянь *рис. 70*, на якому подані найпоширеніші форми, в яких може бути реалізована соціальна відповідальність бізнесу.

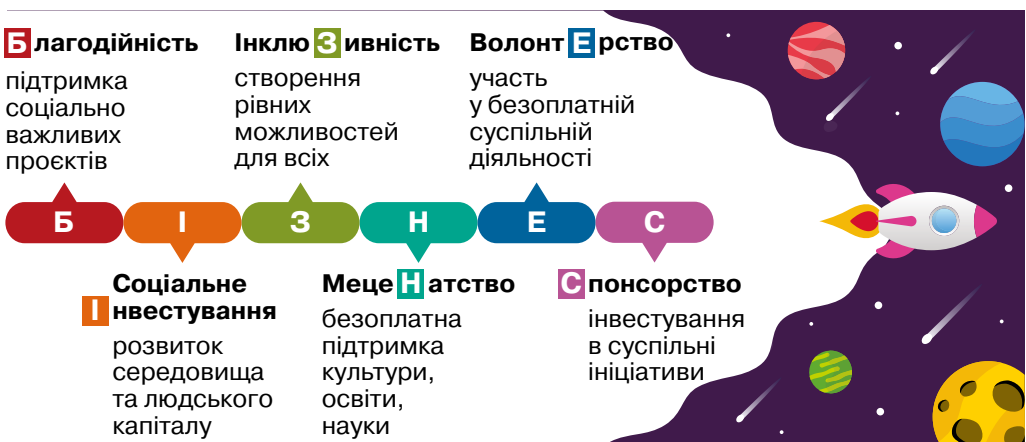


Рис. 70. Форми реалізації соціальної відповідальності бізнесу

Отже, сучасний бізнес не лише заробляє гроші, а й допомагає суспільству розвиватися. Дотримання принципів сталого розвитку — це шлях до кращого майбутнього для всіх.

ПРАЦЮЄМО З ІНФОРМАЦІЄЮ

Перейди за покликанням <https://qr.orioncentr.com.ua/kGC00> або скористайся QR-кодом і дізнайся більше про класифікацію цілей сталого розвитку та їх значення.



РОБОТА В ПАРІ / ГРУПІ

Виконайте в робочому зошиті завдання «Сталий бізнес під лупою».

ХТО ВПЛИВАЄ ТА ЩО ВИЗНАЧАЄ СОЦІАЛЬНУ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ БІЗНЕСУ?

ПІЗНАЄМО

Як бачиш, соціальна відповідальність — це обов'язок підприємств дотримуватися моральних, етичних, економічних та екологічних норм, встановлених державою і суспільством. Якщо компанія не виконує ці правила, то має нести відповідальність за свої дії.

Соціальна відповідальність бізнесу виникає ще й тому, що компанії взаємодіють із різними учасниками суспільства (суб'єктами), які можуть впливати на соціальну сферу (об'єкти).

Об'єкти впливу на соціальну сферу — це ресурси та фінансові показники компанії, пов'язані із соціальними ініціативами, зокрема будівлі, грошові кошти, витрати та доходи.

Суб'єкти впливу на соціальну сферу — це учасники, які впливають на соціальну відповідальність бізнесу. Ними можуть бути: власники, менеджери, працівники компанії, державні, місцеві органи влади, громадські організації, партнери, споживачі.

Репутація бізнесу — те, як люди сприймають компанію, це як «оцінка поведінки» для підприємства.

Соціальна відповідальність бізнесу значно впливає на його репутацію, і цей вплив можна порівняти з особистою репутацією людини.

Положення соціальної відповідальності бізнесу відображаються в зовнішній та внутрішній корпоративних політиках (див. рис. 71 на с. 191).



Рис. 71. Зовнішня та внутрішня корпоративна політика

Якщо компанія дбає про працівників, не шкодить довкіллю, чесно веде справи — її репутація буде позитивною.

Якщо бізнес обманює клієнтів, експлуатує людей або порушує закони — його репутація буде негативною.

Чому це важливо — розглянь на рис. 72.



Рис. 72. Наслідки доброї та поганої репутації

Репутація бізнесу залежить від того, наскільки етично він діє, тобто дотримується етичних меж ведення бізнесу.

❗ **Етичні межі** — це правила, які допомагають бізнесу діяти правильно, навіть якщо це не прописано в законі.

Етичний бізнес не обманює покупців, не використовує дитячу чи примусову працю, не шкодить природі, поважає права людини, відкрито говорить про свої дії.

❗ Відкритість і чесність компанії у своїх діях, щоб люди бачили, як вона працює та ухвалює рішення, дбаючи про суспільство, називається **транспарентністю**.

Якщо компанія поводить себе відповідально — її поважають. Якщо порушує моральні норми — її критикують й уникають.

У сучасному світі кожен із нас може допомогти бізнесу, який дбає про суспільство та довкілля. Як це зробити — розглянь на *рис. 73*.

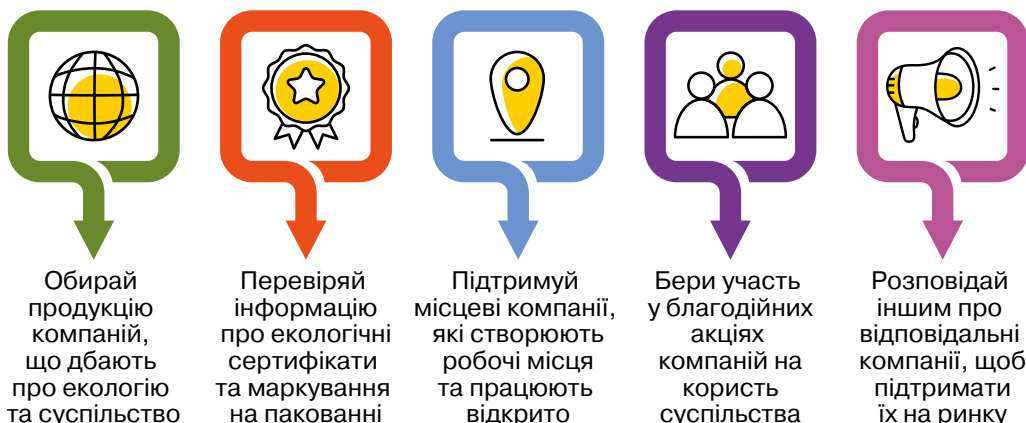


Рис. 73. Як підтримати соціально відповідальний бізнес

ЦІКАВІ ФАКТИ

♦ «Wall Street Journal» опублікував результати рейдів, проведених в Італії на виробництвах компанії «Dior». Виявилось, що ціни на її продукцію дуже завищені. Згідно з документами, «Dior» платила постачальникам приблизно 53 євро за сумку, яку потім продавала за 2600 євро.

«Dior», що входить до конгломерату розкоші «LVMH», утрималася від коментарів щодо звинувачень. Італійська дочірня компанія «LVMH» потрапила під судовий розгляд після звинувачень у субпідряді з китайськими компаніями, яких звинувачують у порушенні трудових прав: робітників змушували спати на робочому місці, щоб вони працювали цілодобово. Дані про споживання електроенергії свідчать про безперервний виробничий цикл, зокрема на свята. Також у документах зазначалося, що пристрої безпеки на верстатах знято для збільшення швидкості роботи, а це незаконно знижувало собівартість продукції.

Люди обурені тим, як компанії наживаються на знаменитій назві бренду.

ПРАЦЮЄМО З ІНФОРМАЦІЄЮ



Детальніше про виробництво сумок Ти можеш дізнатися, перейшовши за покликанням <https://qr.orioncentr.com.ua/qcwuE> або скориставшись QR-кодом.

Вигоди, які отримує бізнес, та переваги для суспільства від соціальної відповідальності бізнесу очевидні (див. табл. 7).

Таблиця 7

ВИГОДИ ДЛЯ БІЗНЕСУ	ПЕРЕВАГИ ДЛЯ СУСПІЛЬСТВА
Покращення репутації та іміджу	Вирішення соціальних проблем (бідність, освіта, здоров'я)
Зростання лояльності клієнтів та залучення нових	Збереження та відновлення довкілля
Залучення інвестицій та полегшений доступ до капіталу	Покращення якості життя й добробуту громадян
Залучення й утримання талановитих і мотивованих працівників	Сприяння сталому розвитку та кращому майбутньому для всіх
Зниження операційних витрат (завдяки енергоефективності)	Підтримка розвитку громад і місцевих ініціатив
Зменшення ризиків (юридичних, репутаційних)	Підвищення рівня довіри між бізнесом і суспільством
Підвищення конкурентоздатності	Створення більш справедливого та гуманного суспільства

ДИСКУТУЄМО

Дай відповіді на запитання, що охоплюють етичний і бізнесовий аспекти діяльності компанії «Dior».

Етичний аспект:

1. Чи є справедливим продавати товар у 50 разів дорожче за його собівартість?
2. Чи порушує «Dior» принципи соціальної відповідальності, якщо тримає працівників у поганих умовах?
3. Чи Ти б купив / купила продукцію бренду, який порушує права працівників?

Бізнесовий аспект:

1. Чому такі компанії, як «Dior», встановлюють високі ціни на свою продукцію? Які чинники впливають на вартість?
2. Як інформація про завищену ціну може вплинути на репутацію бренду серед покупців?
3. Як Ти думаєш, що має зробити «Dior», щоб відновити довіру покупців і діяти відповідально?

 ДОСПІДЖУЄМО

Виконай у робочому зошиті дослідження.

1. «Відповідальний бізнес і суспільство».
2. «Соціальна відповідальність бізнесу в моїй громаді».
3. Моделювальне завдання «Види соціальної відповідальності бізнесу».

 ПРАКТИКУЄМО

1. Виконай у робочому зошиті вправу «Ребуси» та розв'яжи кросворд.

2. Виконай в електронному додатку:

- ♦ тестові завдання;
- ♦ вправу «Види соціальних ініціатив: впізнай і познач»;
- ♦ завдання «Букет соціальних ініціатив бізнесу».

 РОБОТА В ПАРІ / ГРУПІ

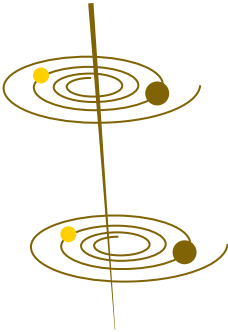
Виявіть приклади місцевого бізнесу, який робить добрі справи, і покажіть їх на великій карті громади / мікрорайону. Презентуйте карти перед класом, розповідаючи про свій приклад бізнесу.

 ПІДСУМОВУЄМО

1. Сучасний бізнес — це не тільки спосіб заробітку, а потужний інструмент для вирішення важливих суспільних проблем. Він має не лише заробляти гроші, а й дбати про суспільство, довкілля та майбутнє.
2. Соціальна відповідальність бізнесу — це частина вищих потреб, як у піраміді Маслоу: самореалізація, моральний розвиток.
3. Люди більше довіряють компаніям, які працюють прозоро, допомагають іншим і не шкодять природі. Такий бізнес має кращу репутацію та більше шансів на успіх.
4. Формами соціальної відповідальності бізнесу є: благодійність, спонсорство, соціальне інвестування.
5. Компанії, які дбають про навколишнє середовище, підтримують соціальні ініціативи та допомагають своїм працівникам, не лише створюють краще майбутнє, а й стають успішними в довгостроковій перспективі.
6. Соціально відповідальний бізнес — це необхідна умова для розвитку суспільства.

ДОСВІД 2

ЧОМУ БІЗНЕС ЗАЙМАЄТЬСЯ ВОЛОНТЕРСТВОМ?



Ніщо не приносить мені більше щастя, ніж допомога найбільш уразливим людям у суспільстві. Це мета і невід'ємна частина мого життя.

Діана, принцеса Уельська, британська благодійниця і філантропка

Кожна людина має повернути світові принаймні еквівалент того, що вона забирає.

Альберт Ейнштейн, американський та німецький фізик теоретик, лауреат Нобелівської премії

- ♦ З якими прикладами волонтерської діяльності українських компаній Ти знайомий / знайома?
- ♦ Чи мав / мала Ти досвід волонтерської діяльності?

ВОЛОНТЕР — ХТО ВІН?

ПІЗНАЄМО



Соціальна активність дуже важлива для того, щоб наше суспільство було здоровим. Молодь, як найбільш енергійна частина суспільства, відіграє тут особливу роль. Коли кожен і кожна відчуває відповідальність за інших й хоче зробити щось корисне для всіх, ми стаємо сильнішими та добрішими, а волонтерство — це доступний і важливий спосіб для молоді реалізувати свою відповідальність перед суспільством.



Волонтерство — це форма допомоги суспільству і гарний спосіб показати свою соціальну активність. Для цього не потрібна спеціальна освіта чи багато грошей, лише щире бажання допомогти та готовність витратити свій час і сили на користь інших.



Волонтер — це людина, яка безкорисливо допомагає іншим, не отримуючи за це грошей.

Волонтери роблять багато важливих і корисних справ (див. рис. 74).



Рис. 74. Корисність волонтерської діяльності

Згідно з українським законодавством Ти можеш стати волонтером із 14 років, однак для деяких видів діяльності потрібно досягти 18-річчя.

Як бачиш, навіть у підлітковому віці Ти можеш робити добрі справи. Для підлітків волонтерство — це можливість здобути нові знання і набути певних навичок, знайти друзів та однодумців. Це шанс навчитися працювати в команді, розвивати власні здібності й відчутти, що Ти можеш реально змінювати світ.



ЦІКАВІ ФАКТИ

- ◆ Існує кілька версій щодо походження поняття «волонтер»: від латинського слова «voluntarius» (voluntas — добровільна воля, volō — бажання чи намір); французького слова «volontaire» — доброволець; англійського «volunteer», що означає «доброволець».
- ◆ Зародження волонтерського руху пов'язують з 1859 роком, коли швейцарський підприємець і громадський діяч **Жан-Анрі Дюнан**, вражений наслідками однієї з найкривавіших битв австро-італо-французької війни під Сольферино, де на полі бою залишилися вмирати тисячі солдатів, ініціював створення Міжнародного комітету Червоного Хреста — організації, яка на добровільних засадах надавала першу медичну допомогу постраждалим. Згодом Дюнан став першим лауреатом Нобелівської премії миру. Засновані ним принципи підхоплені активними громадянами багатьох держав і поступово стали основою для різних напрямів діяльності, таких як допомога бідним, важкохворим, сиротам та іншим.

ВОЛОНТЕРСЬКА ДІЯЛЬНІСТЬ: ОЗНАКИ ТА МОТИВИ

ПІЗНАЄМО



Волонтерство невіддільне від розвитку цивілізації. Важко знайти суспільство, яке б не керувалося ідеями добровільної та безкорисливої допомоги. Завжди були люди, для яких самореалізація можлива лише через служіння на благо інших.

Протягом століть релігія та церква заохочували до благодійності та волонтерства, формуючи альтруїстичний світогляд.

 **Альтруїзм** (фр. — altruisme, що походить від лат. «alter» — інший) — безкорисливе прагнення до діяльності на благо інших, різновид самозречення; протилежність егоїзму.

Українці здавна мають звичку допомагати одне одному, працювати разом задля добробуту громади та дбати про ближніх. У різні періоди таких людей називали доброчинцями, громадськими діячами, альтруїстами, а з кінця XX століття їх почали називати волонтерами.

 **Волонтерська діяльність** — це добровільна неприбуткова діяльність волонтерів, спрямована на надання допомоги особам, які перебувають у складних життєвих обставинах і потребують сторонньої допомоги.

Процес становлення та розвитку волонтерської діяльності в Україні має давні традиції, але сучасний його етап почався після здобуття незалежності.

ЦІКАВІ ФАКТИ



- ◆ 5 грудня відзначають **Міжнародний день волонтерів в ім'я економічного і соціального розвитку**. Свято започатковано в 1985 році Генеральною Асамблеєю ООН.
- ◆ Чемпіонат Європи з футболу Євро 2012 став наймасовішим волонтерським рухом, де взяло участь 12 тисяч осіб.
- ◆ З початком повномасштабного вторгнення в Україні зареєстровано 4365 волонтерських та благодійних організацій.
- ◆ Однією з найбільших волонтерських організацій в нашій державі є **Українська волонтерська служба**, мета якої — розвивати культуру волонтерства та взаємодопомоги в Україні.
- ◆ Кількість волонтерів у всьому світі становить 970 мільйонів. Ураховуючи кількість робочих годин, йдеться про еквівалент у понад 125 мільйонів штатних працівників, а з погляду економічного впливу вартість волонтерської роботи становить 1,348 трлн дол. США, або 2,4 % всієї світової економіки.

ПРАЦЮЄМО З ІНФОРМАЦІЄЮ

Дізнайся більше про історію розвитку волонтерського руху в незалежній Україні, перейшовши за покликанням <https://qr.orioncentr.com.ua/rvY0v> або скориставшись QR-кодом.



ДОСПІДЖУЄМО

Виконай у робочому зошиті завдання. Досліди розвиток волонтерства в незалежній Україні й визнач основні проєкти / ініціативи кожного етапу.

Мотиви, що спонукають людину займатися волонтерською діяльністю, можуть бути різними.

У кожного волонтера — своя мотивація. Хтось хоче допомогти людям, хтось шукає нові можливості для розвитку, а дехто прагне зробити світ кращим і добрішим. І саме ця різноманітність робить волонтерський рух таким унікальним.

Ознайомся з основними рисами волонтерської діяльності, представленими в таблиці 8.

Таблиця 8

РИСА	ХАРАКТЕРИСТИКА
Добровільність	Здійснюється з власної волі
Безоплатність	Не передбачає фінансової винагороди
Суспільно важливі зміни	Не обмежується тільки підтримкою, має на меті трансформацію суспільства
Пом'якшення наявних проблем	Вирішує глибинні проблеми або зменшує їхній негативний вплив
Суспільна та персональна корисність	Приносить користь волонтерам і суспільству

ДИСКУТУЄМО

Виконай у робочому зошиті завдання. Визнач, які ситуації є прикладом волонтерства і чому.

ПРАЦЮЄМО З ІНФОРМАЦІЄЮ

Для ознайомлення з прикладом волонтерської діяльності бізнесу перейди за покликанням <https://qr.orioncentr.com.ua/oQInn> або скористайся QR-кодом.



ЯК ДОЛУЧИТИСЯ ДО ВОЛОНТЕРСТВА?

ПІЗНАЄМО



Волонтерський рух допомагає тим, хто потребує підтримки, і дає можливість зробити світ трохи кращим. Волонтерити можна самостійно (наприклад, допомогти сусідам або зібрати речі для переселенців), разом із друзями або в команді — через спеціальні волонтерські організації.

Якщо хочеш діяти ще масштабніше, то можеш приєднатися до вже створеної організації або навіть створити власну.

Якщо Ти збираєш гроші, наприклад, на одяг чи їжу для тих, хто цього потребує, — це вже перший крок до волонтерства. Якщо це одноразова акція або Ти не займаєшся збором коштів постійно, то реєструватися як волонтер не обов'язково.

Але якщо людина планує займатися такою діяльністю регулярно або збирає великі суми (понад 1 млн грн), тоді потрібно пройти офіційну реєстрацію, щоб діяти прозоро, законно і захищатися від можливих неприємностей.

Уяви, що Ти активно допомагаєш іншим — береш участь у благодійних акціях, співпрацюєш із фондами, організовуєш збори, часто допомагаєш військовим. Тоді Тобі може знадобитися **посвідчення волонтера** — це як офіційна перепустка у світ добрих справ.

Волонтерська діяльність може стати чудовою підготовкою для розвитку багатьох важливих навичок, які знадобляться Тобі в майбутньому, допоможе підготуватися до підприємницької діяльності, навчаючи відповідальності, ефективному керуванню та стратегічному мисленню, як це показано на *рис. 75*.

В		Розвиває ініціативність та самостійність у вирішенні проблем
О		Вдосконалює комунікативні навички та вміння переконувати
Л		Формує проблемне мислення та креативність
О		Розвиває навички ефективної командної роботи
Н		Сприяє розвитку лідерських якостей і відповідальності
Т		Зміцнює організаційні здібності та навички тайм-менеджменту
Е		Формує гнучкість і адаптивність до змін
Р		Прищеплює принципи соціальної відповідальності
С		Застосовує у діяльності фінансову грамотність
Т		Розвиває навички управління проектами — від ідеї до реалізації
В		Формує відповідальність і турботу про громаду
О		Сприяє вихованню активної громадянської позиції

Рис. 75. Вплив волонтерської діяльності на розвиток особистісних навичок

 ПРАЦЮЄМО З ІНФОРМАЦІЄЮ

Дізнатися більше про умови реєстрування чи отримання посвідчення волонтера можна, перейшовши за покликанням <https://qr.orioncentr.com.ua/gl4B8> або скориставшись QR-кодом.

 ДОСПІДЖУЄМО

1. Знайди інформацію про реальні приклади волонтерської діяльності у Твоїй громаді й Україні. Дай відповідь на запитання.

- ◆ Хто з відомих українців / українок є активними волонтерами?
- ◆ За якими напрямками кожен / кожна з них проводить волонтерську діяльність?

2. Підготуй презентацію про відому людину-волонтера.

 ПРАКТИКУЄМО

Виконай у робочому зошиті:

1. Вправу «Ребуси», розгадай філворд і кросворд.
2. Моделювальну вправу «Волонтерська ініціатива “Смартфон для життя: допомога від молоді”».
3. Ситуаційні завдання на визначення корисності волонтерства.

 ПЕРЕВІРЯЄМО

Виконай в електронному додатку:

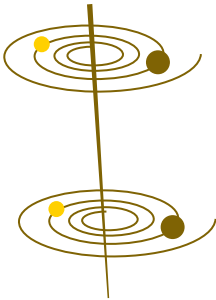
1. Вправу «Мозаїка добрих справ».
2. Завдання «Офіційний волонтер — дія з довірою».
3. Тести.

 ПІДСУМОВУЄМО

- 1.** Волонтерство — це не лише безкорислива допомога, а й важливий спосіб проявити власну соціальну активність, що має велике значення як для окремих людей, так і для всього суспільства.
- 2.** Волонтерити можна самостійно, з друзями або через організації, а для масштабних проєктів існують офіційні платформи і реєстри, які надають підтримку та юридичний супровід, як-от Українська волонтерська служба або реєстр Державної податкової служби України, що дозволяє легально збирати кошти без оподаткування.
- 3.** Крім того, досвід волонтерства є цінним для Твого майбутнього. Він допомагає розвинути підприємницькі якості та розуміння відповідальності перед суспільством.

ДОСВІД 3

ЩО ТАКЕ БЛАГОДІЙНИЦТВО, МЕЦЕНАТСТВО, СПОНСОРСТВО, І ЯКЕ ЇХНЄ ЗНАЧЕННЯ ДЛЯ БІЗНЕСУ?



Людина не стає благодійником чи меценатом у якийсь певний момент. Це — внутрішня потреба щось віддати, ділитися.

Олександр Максимчук, український підприємець, президент Всеукраїнської благодійної організації «Асоціація благодійників України»

Благодійність не обов'язково має бути великою, навіть маленька допомога може змінити життя.

Кетрін Міддлтон, принцеса Уельська

- ♦ Як Ти вважаєш, чому важливо розрізняти поняття «благодійництво», «меценатство», «спонсорство» для розвитку підприємницького мислення і фінансової грамотності?
- ♦ Які приховані вигоди та мотиви є в благодійності для людей та бізнесу, і як це впливає на їхню репутацію?

ЩО ТАКЕ БЛАГОДІЙНИЦТВО І ЧОМУ ПІДПРИЄМЦІ СТАЮТЬ БЛАГОДІЙНИКАМИ?

ПІЗНАЄМО



Ти, безперечно, чув / чула такі слова, як «благодійність», «меценатство», «спонсорство». Але чи знаєш, у чому їх відмінність? Розуміння цих понять допоможе Тобі краще орієнтуватися у світі фінансів, бізнесу та соціальних ініціатив, стане у пригоді як у повсякденному житті, так і майбутньому. Адже іноді в кожного / кожної виникає потреба допомогти іншим або ж самим звернутися по допомогу. Зазвичай безкорисливу допомогу надають **благодійники** — люди або організації, які займаються благодійництвом. Благодійність — це про любов до людей.



Благодійництво — це добровільна безкорислива матеріальна, фінансова й інша благодійна допомога людей чи організацій / фондів тим, хто її потребує.

Важливою складовою благодійництва є волонтерська діяльність, про яку Ти дізнався / дізналася в попередньому досвіді.

Зверни увагу на основні риси благодійництва, представлені в *таблиці 9*.

Таблиця 9

РИСА	ХАРАКТЕРИСТИКА
Добровільність	Ніхто не може змусити Тебе займатися благодійністю. Це особистий вибір
Безкорисливість	Ти допомагаєш іншим, не очікуючи щось отримати для себе
Матеріальна допомога	Мотивацією є Твоє щире співчуття до тих, хто потребує підтримки
Організаційна допомога	Охоплює волонтерство, а також участь у благодійних акціях
Надання послуг	Ти можеш безкоштовно надавати свої знання та вміння тим, хто їх потребує

 **Філантропія** (з грецьк. *філос* — любити, *άνθρωπος* — людина) — означає «любов до людей» і є добровільною, безкорисливою допомогою людям та суспільству. Філантропом може стати будь-хто, а не лише багата людина.

 **Корпоративна філантропія** — це коли бізнес-компанія підтримує суспільно корисні проекти чи організації грошима, послугами або через залучення своїх працівників до волонтерства.

Благодійність для бізнесу — це не лише добрі справи, а й частина бізнес-стратегії. Компанії допомагають суспільству, щоби показати свою відповідальність, покращити репутацію та зміцнити довіру людей, тобто створити позитивний імідж.

Благодійництво може бути різним: від масштабних національних проєктів до невеликих місцевих ініціатив.

В Україні благодійництво регулюється законом «Про благодійну діяльність та благодійні організації».



ДИСКУТУЄМО

Проведи дискусію «Чи варто робити піар на благодійності?». Розглянь конкретні випадки, де піар на благодійності був успішним або викликав обурення суспільства.

1. Коротко розкажи про обрану ситуацію та аргументуй власну позицію.
2. Дай відповіді на уточнювальні запитання щодо мотивації обраної компанії.
3. Чи був вплив піару на благодійності обраної компанії позитивним для суспільства?

ПРАЦЮЄМО З ІНФОРМАЦІЄЮ



Перейди за покликанням <https://qr.orioncentr.com.ua/9lpjS> або скористайся QR-кодом і ознайомся із цікавими фактами про відомі в Україні благодійні акції.

ЩО ТАКЕ МЕЦЕНАТСТВО І СПОНСОРСТВО?

ПІЗНАЄМО

Специфічними формами благодійництва є меценатство і спонсорство.

Меценатство — це особливий вид благодійності, спрямований на підтримання розвитку культури, мистецтва, науки й освіти.

Меценати — це заможні люди, які безкорисливо вкладають свої кошти й ресурси в розвиток освіти, культури та будь-які інші гуманітарні напрями.

Саме завдяки небайдужим людям зберігалася та розвивалася наша національна культура, особливо в періоди, коли держава не могла повноцінно її підтримувати.

У сучасній Україні також є люди та організації, які продовжують традиції меценатства, підтримуючи різноманітні мистецькі проекти, освітні ініціативи та наукові дослідження. Сучасне відродження меценатства показує, що соціальна відповідальність бізнесу й громадян зростає.

ЦІКАВІ ФАКТИ

В історії України багато відомих меценатів, які зробили неоціненний внесок в освіту, науку і культуру. Серед них: **Князь Ярослав Мудрий, Іван Мазепа, Василь-Костянтин Острозький, Ганна Гостська, родина Симиренків, Андрей Шептицький, Софія-Луїза Фальц-Фейн, Олена Горностаєва.**

Перейди за покликанням <https://qr.orioncentr.com.ua/uYycy> або скористайся QR-кодом та дізнайся більше про відомих українських меценатів.



Спонсорство — це добровільне надання матеріальної, фінансової чи іншої підтримки якійсь діяльності, події, організації або особі в обмін на рекламу чи іншу вигоду для спонсора.

Спонсор — це той, хто фінансує що-небудь, виступає як поручитель або організатор.

Головна мета спонсорства — отримати взаємну вигоду, а саме: рекламу та підвищення своєї впізнаваності.

Основна відмінність спонсорства від благодійництва та меценатства — наявність вигоди для того, хто надає підтримку. Якщо благодійник і меценат допомагають безкорисливо, то спонсор очікує отримати щось натомість, наприклад, розміщення свого логотипу на заході, згадку в рекламі тощо.

Приклади спонсорства можна зустріти всюди (див. рис. 76).



Рис. 76. Приклади спонсорства

Спонсорство є важливим інструментом маркетингу й реклами для багатьох компаній. Воно дозволяє покращити імідж компанії та залучити нових клієнтів. Водночас спонсорство є важливим джерелом фінансування для багатьох соціальних, культурних і спортивних ініціатив.

ПРАЦЮЕМО З ІНФОРМАЦІЄЮ

1. Перейди за покликанням <https://qr.orioncentr.com.ua/BbW8T> або скористайся QR-кодом і дізнайся більше про діяльність успішної української підприємниці Климентини Авдікович-Глинської.



2. Переглянь відео про Климентину Авдікович-Глинську, перейшовши за покликанням <https://qr.orioncentr.com.ua/uJ2Sh> або скориставшись QR-кодом.

ПРАКТИКУЕМО

Виконай в електронному додатку завдання «Ознаки благодійництва, меценатства та спонсорства», «Правда чи міф?».

РОБОТА В ПАРІ / ГРУПІ



1. Візьміть участь у дебатах: «Волонтерство, благодійництво, меценатство, спонсорство: діяльність заради іміджу чи прибутку?». Обговоріть, проаналізуйте одну із запропонованих учителем / учителькою ситуацій.
2. Визначте, який вид соціальної активності (волонтерство, благодійність, меценатство чи спонсорство) найкраще підходить у вашому випадку. Обґрунтуйте вибір.

ПЕРЕВІРЯЄМО



Виконай тестові завдання в електронному додатку або робочому зошиті.

РОБОТА В ПАРІ / ГРУПІ



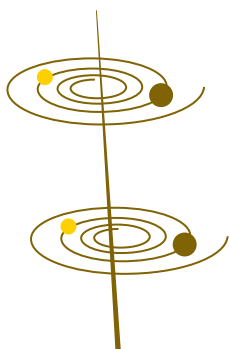
Виконайте в робочому зошиті завдання. Розробіть концепцію благодійного проєкту, який може бути підтриманий меценатами або спонсорами та реалізований у межах руху «Щедрий вівторок» — міжнародного благодійного руху, який в Україні офіційно представлений «Zagoriy Foundation».

ПІДСУМОВУЄМО



1. Соціально відповідальний бізнес часто займається благодійністю та меценатством.
2. Благодійність відіграє важливу роль у суспільстві, підтримуючи тих, хто опинився в складних життєвих обставинах, і допомагаючи зменшити соціальну нерівність. Це прояв гуманності та співчуття до інших.
3. Меценатство має величезний вплив на розвиток культури, мистецтва, науки й освіти. Завдяки підтримці меценатів зберігається культурна спадщина, підтримуються талановиті люди та здійснюються важливі наукові дослідження.
4. Розуміння спонсорства може бути корисним для підприємців у просуванні власного бізнесу. Спонсорство, хоча й передбачає взаємну вигоду, також є важливим, адже надає ресурси для проведення соціальних, культурних, спортивних ініціатив тощо, які роблять наше життя цікавішим та насиченішим.
5. Благодійність, меценатство та спонсорство є важливими елементами розвиненого громадянського суспільства. Вони допомагають вирішувати соціальні проблеми, підтримувати культурний та інтелектуальний розвиток нації, а також стимулюють економічну активність.

ДОСВІД 4

ЯК КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ
ВПЛИВАЄ НА РОЗВИТОК БІЗНЕСУ?

Усе, що ми робимо, має бути не лише вигідним, а й корисним для людей і природи.

Інгвар Кампрад, шведський підприємець, засновник «IKEA»

Корпоративна соціальна відповідальність в Україні — це вже не лише про добро, а й про стійкість. Якщо бізнес не підтримує громаду, громада не підтримає бізнес.

Ірина Озимок, українська громадська діячка, засновниця Міжнародного саміту міст

- ♦ Чому, на Твою думку, для сучасних компаній важливо не лише заробляти гроші, а й думати про свій вплив на суспільство та природу?

КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ
ЯК ФІЛОСОФІЯ БІЗНЕСУ

ПІЗНАЄМО

Сьогодні багато успішних компаній не тільки працюють задля отримання прибутку, а й дбають про природу, екологію, громаду та суспільство. Про такі компанії кажуть: «Це — корпоративно відповідальний бізнес».

Відповідальна компанія:

- ♦ дбає про своїх працівників: створює безпечні умови праці, чесно платить заробітну плату;
- ♦ захищає природу: зменшує рівень забруднення;
- ♦ підтримує суспільство: допомагає лікарням, школам чи незахищеним громадянам.



Корпоративна соціальна відповідальність (КСВ) — це добровільне рішення компанії, відповідно до якого вона бере на себе відповідальність не лише за фінансовий успіх, а й за те, як її бізнес впливає на світ навколо.

Розуміючи, що таке КСВ, Ти зможеш мотивовано:

- ♦ купувати продукцію в тих, хто дбає про людей, екологію та природу;
- ♦ створити свій соціально відповідальний бізнес у майбутньому.

Хоча терміни «корпоративна соціальна відповідальність» і «соціальна відповідальність бізнесу» звучать по-різному, вони за своєю суттю означають: бізнес робить добрі справи.

Уяви, що Ти відкрив / відкрила кав'ярню у своєму населеному пункті. Працюючи і заробляючи гроші, Ти допомагаєш громаді: наймаєш місцевих жителів; купуєш продукти у фермерів із регіону, підтримуючи їхній бізнес; організовуєш безкоштовні заходи для школярів, щоб допомогти їм розвиватися; відмовляєшся від пластику та використовуєш багаторазовий посуд, щоб не шкодити довкіллю. Це і є хороший приклад КСВ.

Простіше кажучи, це як бути хорошим сусідом / хорошою сусідкою — Ти не лише живеш поруч, а й допомагаєш, якщо це потрібно, і не завдаєш шкоди іншим.

Зверни увагу на *рис. 77*, де представлено модель КСВ.



Рис. 77. Модель реалізації корпоративної соціальної відповідальності

ПРАКТИКУЄМО

Розглянь концепцію корпоративної соціальної відповідальності (рис. 77).

1. Виконай у робочому зошиті завдання «Бюджетування та соціальні інвестиції».
2. Виконай в електронному додатку вправу «Аналіз ситуації з КСВ».

 РОБОТА В ПАРІ / ГРУПІ

Виконайте моделювальну вправу «Зустріч зацікавлених сторін». Представте одну із зацікавлених сторін, зображених на *рис. 77* на с. 207.

Підготуйте короткий виступ, пояснюючи, який варіант підтримуєте і чому з огляду на свою роль.

 ЦІКАВІ ФАКТИ

- ♦ **Аліна Живаго**, засновниця громадської організації «Сонячні люди», за підтримки компанії «Metro Україна» вирішила зламати стереотипи суспільства щодо можливостей людей із синдромом Дауна чи іншими ментальними порушеннями. Не всі роботодавці охоче беруть на роботу таких людей, бо не розуміють специфіки спілкування та поведінки з ними. Тому батьки людей із ментальними порушеннями постійно вимушені займатися питаннями своїх дітей і не можуть самі повноцінно працювати.
- ♦ Перше соціальне кафе пекарню **«Sunshine Cafe»**, де працюють люди з ментальними порушеннями, відкрили в 2022 році біля станції метро «Почайна» в Києві (ТЦ «Metro»). У ній працюють кухарі, баристи та офіціанти із синдромом Дауна й іншими психоемоційними порушеннями. Заклад спеціалізується на приготуванні піци, хліба та печива. Частину випечки, яку готують працівники, безкоштовно передають малозабезпеченим громадянам та ЗСУ.

 ПІЗНАЄМО

У компанії питання корпоративної соціальної відповідальності підприємства найчастіше регулюються внутрішніми документами — Кодексом корпоративної етики або Кодексом корпоративної соціальної відповідальності, які:

- ♦ визначають принципи поведінки щодо працівників, партнерів, клієнтів, громади та довкілля;
- ♦ формулюють цілі та напрями КСВ, зокрема екологічну, соціальну, етичну й економічну відповідальність;
- ♦ визначають взаємодію зі стейкхолдерами (зацікавленими сторонами);
- ♦ можуть містити механізми моніторингу й оцінювання ефективності КСВ.

Американський професор Арчі Керролл запропонував власну модель КСВ — «піраміду Керролла». Ця піраміда містить чотири рівні відповідальності компанії (*див. рис. 78* на с. 209).

На найвищому рівні компанія поводить себе як «корпоративний громадянин» — людина, яка хоче зробити світ кращим. Це показує, що

її власники дійсно піклуються не тільки про прибутки, а й про людей і навколишнє середовище.



Рис. 78. Піраміда Керролла

ПРАЦЮЄМО З ІНФОРМАЦІЄЮ



Перейди за покликанням <https://qr.orioncentr.com.ua/8KOFp> або скористайся QR-кодом та ознайомся з трьома основними підходами до корпоративної соціальної відповідальності більш детально.

У 2010 році ухвалено міжнародний стандарт «Керівництво із соціальної відповідальності», який став своєрідним дороговказом щодо соціальної відповідальності бізнесу. Він пояснює, як компанії можуть інтегрувати соціально відповідальну поведінку у власні стратегії та робочі процеси.

Незважаючи на зростання популярності КСВ, вона ще не стала обов'язковою частиною управління бізнесом. Лише половина компаній, які впроваджують КСВ, мають чітку стратегію, і тільки чверть виділяє кошти на реалізацію соціальних проєктів.

Одним із важливих аспектів сучасного бізнесу стало обов'язкове оприлюднення соціальної звітності. Запровадження таких звітів сприяє поширенню концепції КСВ, тобто підприємства не лише прагнуть до фінансового успіху, а й беруть на себе зобов'язання перед суспільством:

- ♦ підтримувати чесні та прозорі бізнес-процеси;
- ♦ зменшувати негативний вплив на природу;
- ♦ допомагати громадам, в яких працюють.

Ознайомся з *рис. 79* та дізнайся про головні причини, чому бізнес впроваджує соціальну відповідальність, а також про перешкоди щодо її впровадження.



Рис. 79. Головні причини та перешкоди щодо впровадження бізнесом соціальної відповідальності

Компанії часто шукають інноваційні способи покращити імідж свого бренду й отримати схвалення громадськості. Однією з таких стратегій є блювошинг.

Блювошинг — це така організація зв'язків із громадськістю (public relations [PR]), на практиці — це управління іміджем, яка передбачає залучення компанії до благодійних ініціатив або ініціатив у галузі соціальної справедливості для створення позитивного сприйняття громадськістю. Водночас компанія використовує активну дезінформацію, яка перебільшує її соціальні практики, вводить споживачів в оману та створює неправдивий позитивний образ компанії. У таких випадках важливо аналізувати реальні дії компанії для ефективного розрізнення між тим, що вона заявляє, та тим, що є насправді.

Щоб дізнатися більше про блювошинг, перейди за покликанням <https://qr.orioncentr.com.ua/zhwSx> або скористайся QR-кодом.



ПРАЦУЄМО З ІНФОРМАЦІЄЮ



Перейди за покликанням <https://qr.orioncentr.com.ua/7TC7h> або скористайся QR-кодом і дізнайся більше про приклади успішних КСВ-проектів українських компаній.

ПРАКТИКУЄМО

Виконай в електронному додатку завдання «Підходи до ведення бізнесу з погляду КСВ».

РОБОТА В ПАРІ / ГРУПІ

Виконайте завдання «Відповідальний бізнес». Ознайомтеся із запропонованими прикладами роботи українських компаній в умовах воєнного стану. Дайте відповіді на запитання.

- ♦ Як компанія підтримала суспільство в умовах війни?
- ♦ Яку проблему вона вирішила своєю ініціативою?
- ♦ Чи є ця ініціатива частиною корпоративної соціальної відповідальності?
- ♦ Як ця діяльність могла вплинути на імідж і прибуток компанії?

ЕКОЛОГІЧНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ БІЗНЕСУ. ПОДАТКИ НА СПОЖИВАННЯ ЕНЕРГІЇ

ПІЗНАЄМО

У сучасному світі екологічна відповідальність бізнесу відіграє провідну роль у формуванні його репутації. Це означає, що підприємства мають працювати так, щоб мінімізувати негативний вплив на довкілля і сприяти своєму сталому розвитку.

Дотримуючись принципів екологічної відповідальності, підприємство не лише допомагає природі, а й створює стійку та успішну бизнес-модель.

Розглянь *рис. 80* на с. 212 та дізнайся більше про екологічну відповідальність бізнесу.

ПРАЦУЄМО З ІНФОРМАЦІЄЮ



Перейди за покликанням <https://qr.orioncentr.com.ua/VkBc3> або скористайся QR-кодом та дізнайся про екологічні бренди одягу.

ЦІКАВІ ФАКТИ

«Швидка мода»: як наш одяг впливає на екологію

- ♦ Виробництво однієї пари джинсів і однієї футболки залишає стільки вуглекислого газу, скільки його виділяє в атмосферу приблизно 150 автомобілів за 1 км їзди. Модна індустрія, особливо так звана «швидка мода», є одним із найбільш шкідливих забруднювачів на планеті.
- ♦ Щороку у світі виробляють і купують близько 80 мільярдів одиниць одягу. «Швидка мода» пропонує дешевий і неякісний одяг, який швидко зношується. Це змушує людей купувати дедалі нові речі, через що збільшується кількість сміття. Цей постійний цикл призводить до того, що на сміттєзвалищах опиняється величезна кількість текстилю. У світі щороку викидають приблизно 350 тисяч тонн старого одягу! Це як наповнити 3500 залізничних вагонів.

ПІЗНАЄМО

З розвитком економіки й інтеграцією України до Європейського Союзу дедалі більше уваги приділяється **екологічному оподаткуванню** — системі зборів і платежів, спрямованих на зменшення негативного впливу бізнесу на довкілля.

Екологічні практики

Компанії заохочують працівників сортувати сміття, економити воду й енергію, використовувати екологічні матеріали

Оптимізація доставки

Компанії скорочують вуглецевий слід, використовують екологічний транспорт, зменшують зайві перевезення, оптимізуючи логістику

Залучення громадськості

Бізнес мотивує своїх співробітників підтримувати екологічні проекти та долучатися до заходів із відновлення природи

Використання ресурсів

Бізнес застосовує матеріали, які можна відновлювати, та бере участь у заходах, спрямованих на їх поповнення

Екологічне виробництво

Компанії використовують сучасні технології, які скорочують шкідливі викиди, зменшують споживання енергії та сприяють повторному використанню матеріалів

Рис. 80. Складові екологічної відповідальності бізнесу

Розглянь детальніше інформацію про основні напрями екологічного оподаткування (рис. 81).



Рис. 81. Основні напрями екологічного оподаткування

В Україні екологічні податки та збори спрямовуються на зменшення забруднення природи і раціональне використання ресурсів.

ПРАЦЮЕМО З ІНФОРМАЦІЄЮ



Перейди за покликанням <https://qr.orioncentr.com.ua/U76PB> або скористайся QR-кодом і дізнайся більше про бренд «Patagonia».

ДИСКУТУЕМО

Ознайомся з інформацією про бренд одягу для активного відпочинку «Patagonia», лідером у піклуванні про нашу планету. Дай відповіді на запитання.

1. Як філософія цього бренду пов'язана з корпоративною соціальною відповідальністю?
2. Як компанія використовує перероблені матеріали у виробництві? Які переваги це дає для бізнесу та довкілля?
3. Чому «Patagonia» витрачає частину прибутку на благодійні проекти? Як це впливає на лояльність її клієнтів?
4. Чому прозорість бренду є важливою складовою корпоративної соціальної відповідальності?
5. Як підхід до «якості в усьому, що робить бренд» допомагає йому підтримувати свою репутацію?

**ПЕРЕВІРЯЄМО**

Виконай в електронному додатку:

1. Вправу «Правда чи міф?».
2. Тести.

**ПІДСУМОВУЄМО**

1. Корпоративна соціальна відповідальність — це коли компанії, окрім того, щоб заробляти гроші, ще й добровільно дбають про суспільство та навколишнє середовище. Це означає, що вони беруть на себе відповідальність за те, як їхня діяльність впливає на людей, які купують їхні товари чи послуги, на своїх працівників, місцеві громади і на природу загалом.
2. Корпоративна соціальна відповідальність — це важлива складова сучасного бізнесу. Соціально відповідальний бізнес дбає про природу, чесно ставиться до всіх, допомагає тим, хто потребує допомоги, і сприяє економічному розвитку держави. Він має кращу репутацію, йому більше довіряють, а отже, у нього більше шансів на довготривалий успіх.
3. Сучасні люди стають більш уважними до того, як саме компанії ведуть свій бізнес, купують товари та послуги в тих підприємств, які не тільки пропонують якісний продукт, а й дбають про довкілля. Підтримуючи соціально відповідальні компанії, Ти робиш свій внесок у краще майбутнє.

**ОЦІНЮЄМО**

Продовж у робочому зошиті речення. Проаналізуй надані відповіді та зроби висновок про свої успіхи чи труднощі.

ОПАНОВУЮЧИ ТЕМУ, Я

запам'ятав / запам'ятала

дізнався / дізналася

спробував / спробувала

навчився / навчилася

зрозумів / зрозуміла

мав / мала труднощі з

ТЕМА 8

ОПОДАТКУВАННЯ БІЗНЕСУ ТА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ЗА ЗОБОВ'ЯЗАННЯМИ

ОЗНАЙОМИВШИСЬ ІЗ МАТЕРІАЛАМИ ТЕМИ, ТИ БУДЕШ:

ЗНАТИ ТА РОЗУМІТИ:

- що таке державні та місцеві податки
- з яких елементів складається податкова система
- які види відповідальності застосовуються в разі ухиляння від сплати податків

УМІТИ ЗАСТОСОВУВАТИ:

- податкові ставки для розрахування основних видів державних і місцевих податків
- аргументовані обґрунтування для одержання податкового стимулювання на відкриття бізнесу
- знання про види податкових правопорушень

САМОСТІЙНО УХВАЛЮВАТИ МОТИВОВАНІ РІШЕННЯ:

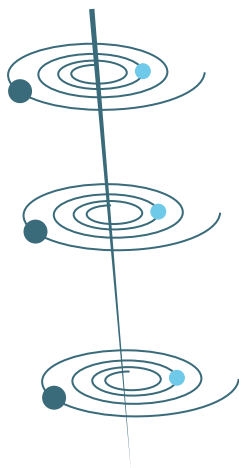
- щодо вибору найкращої системи оподаткування для стартапу чи бізнес-проекту
- щодо можливості застосування методів податкового стимулювання
- про способи ведення бізнесу для дотримання правил фінансової доброчесності

ВИРАЖАТИ СТАВЛЕННЯ:

- через усвідомлення необхідності та важливості сплати податків
- до розміру податкового навантаження на малий, середній і великий бізнес
- до системи застосування санкцій за податкові правопорушення

ДОСВІД 1

ЩО ТАКЕ ДЕРЖАВНІ ПОДАТКИ?



Податки — це ціна, яку ми платимо за можливість жити в цивілізованому суспільстві.

Елеонора Рузвельт, американська громадська діячка, дипломатка

Податки — це інструмент. Поганий уряд ним ріже пальці, хороший — розбудовує країну.

Чарльз Мангер, американський адвокат, економіст, інвестор

Немає такого поняття, як безкоштовний обід, — хтось завжди за нього платить, зазвичай через податки.

Мілтон Фрідман, американський економіст, лауреат Нобелівської премії

- ♦ *Що Ти знаєш про податки та державний бюджет?*
- ♦ *Чи Ти помічав / помічала, як держава допомагає родинам із дітьми — наприклад, щодо медичного обслуговування, проїзду в транспорті, харчування в школі? Звідки на це беруть гроші?*
- ♦ *Чи всі товари або послуги стали б дешевшими, якби не було податків?*

ЩО ТАКЕ СИСТЕМА ОПОДАТКУВАННЯ?



ПІЗНАЄМО

Оподаткування є головним джерелом доходів державного бюджету. Саме за рахунок нагромаджених у бюджеті податків держава фінансує школи, лікарні, будівництво доріг, армію, правоохоронні органи і надає допомогу людям, які цього потребують.

Коли створюють стартап або новий бізнес, дуже важливо правильно вибрати систему оподаткування, адже податки, збори й обов'язкові платежі становлять значну частину витрат компанії.



Система оподаткування — це сукупність податків, зборів та інших обов'язкових платежів, які встановлюються державою для фінансування її діяльності.

Основою будь-якої системи оподаткування є податки, збори, а також правила їх стягнення і сплати, які встановлюються податковими органами.

Податки — це кошти, які обов'язково сплачують громадяни, бізнес, підприємства й організації, якщо вони отримують доходи, володіють майном або купують товари та послуги в Україні.

Збори (плата, внесок) — це кошти, які обов'язково сплачуються громадянами, бізнесом, підприємствами й організаціями за надання послуг. Такі послуги надають державні органи влади та місцевого самоврядування.

Система оподаткування працює завдяки кільком важливим складовим. Спочатку визначається, із чого потрібно сплачувати податки — це можуть бути доходи, майно або купівлі. Потім з'ясовується, хто саме має сплачувати податки — наприклад, громадяни, підприємці чи великі компанії. Далі встановлюється, скільки потрібно заплатити. Також ураховується, скільки зароблено чи якою є вартість майна, щоби правильно розрахувати суму податку. Важливо знати, за який період потрібно платити — за місяць, рік тощо — і коли саме податок має бути сплачений. Усе це разом і забезпечує роботу податкової системи.

Елементами системи оподаткування є суб'єкт оподаткування, об'єкт оподаткування, податкові ставки, податкові пільги (див. рис. 82).



Рис. 82. Елементи системи оподаткування України

!!! **Суб'єкт оподаткування** — це фізичні (громадяни) або юридичні особи (фізичні особи-підприємці, компанії, підприємства), які працюють на території України та є платниками податків до державного чи місцевого бюджетів.

!!! **Податкова ставка** — це відсоток або фіксована сума, яка має бути сплачена з певного об'єкта оподаткування.

Для загальної та спрощеної системи оподаткування застосовуються податкові ставки, які визначаються Податковим кодексом України.

!!! **Податкова пільга** — це передбачене законодавством повне чи часткове звільнення від сплати податку або сплата податку в меншому розмірі. Вона може надаватися окремим категоріям платників податку, залежно від їхнього статусу та виду діяльності.

!!! **Об'єкт оподаткування** — це прибуток, дохід, майно, товари чи послуги, спеціальне використання природних ресурсів, які підлягають оподаткуванню (див. рис. 83).



Рис. 83. Об'єкти оподаткування

В Україні підприємці залежно від розмірів підприємства й обсягів доходу можуть обрати загальну систему оподаткування або спрощену (див. рис. 84 на с. 219).

Зазвичай великий і середній бізнес перебуває на загальній системі оподаткування, тоді як малий бізнес та фізичні особи-підприємці обирають спрощену систему оподаткування.



Рис. 84. Система оподаткування України

ЦІКАВІ ФАКТИ

- ♦ У Німеччині родини отримують податкову пільгу у вигляді **Kindergeld** — щомісячної виплати на дітей. У 2026 році вона становить 259 євро на кожну дитину незалежно від кількості дітей у родині. Ця виплата зменшує фінансове навантаження на батьків і частково компенсує витрати на виховання й утримання дітей.
- ♦ У 2021 році **«Amazon»**, незважаючи на прибуток у понад 40 млрд дол. США, фактично заплатила лише близько 6 % податку на прибуток. Це стало можливим завдяки застосуванню податкових пільг, інвестиційних відрахувань і офшорних схем. Така ситуація викликала суспільне обурення й змусила уряд США розпочати реформу податкової системи для великих корпорацій.

РОБОТА В ПАРІ / ГРУПІ

Уявіть, що ви — журналісти, які мають розкрити питання «Які податки сплачує звичайний працівник і як ці гроші використовуються державою?».
Виконайте такі кроки:

1. Оберіть щонайменше три податки, які сплачує працівник (наприклад, ПДФО, військовий збір, ПДВ під час купівлі товарів).
2. Поясніть, з яких доходів або вартості товару сплачуються ці податки.
3. З'ясуйте, на що держава витрачає зібрані кошти (освіта, армія, медицина тощо).
4. Обговоріть, чому важливо, щоб усі громадяни сплачували податки.

ДИСКУТУЄМО

Поміркуй і дай відповіді на запитання.

1. Податки — це обов'язок чи можливість розвитку держави? Аргументуй.
2. Що краще: високі податки і більше державних послуг чи низькі податки, але більше особистої відповідальності?

ПІЗНАЄМО

Основна система, за якою працюють середні та великі компанії, а також підприємці (ФОП), які не використовують спрощену систему, — це **загальна система оподаткування**. Вона складається із загальнодержавних податків і зборів, які представлені на *рис. 85*.



Рис. 85. Загальна система оподаткування

ЦІКАВІ ФАКТИ

- ♦ В Україні податок на доходи фізичних осіб (ПДФО) — один із головних джерел наповнення місцевих бюджетів. Тобто частина податку, який сплачує працівник, залишається в його громаді та спрямована на фінансування навчальних і медичних закладів, інфраструктури тощо. Саме тому легальне працевлаштування та сплата податків безпосередньо впливають на якість життя в нашому населеному пункті!

ПІЗНАЄМО

Загальна система оподаткування має свої переваги та недоліки — див. *рис. 86* на с. 221.

ПЕРЕВАГИ

- ✓ Відсутність обмежень щодо доходу, кількості працівників та видів діяльності підприємства
- ✓ Можливість врахування витрат для зменшення оподаткованого доходу
- ✓ Доступ до міжнародних ринків та співпраці з великими компаніями
- ✓ Можливість зареєструватися платником ПДВ, що може бути вигідним для бізнесу

НЕДОЛІКИ

- ✗ Складний бухгалтерський облік та необхідність ведення фінансової звітності
- ✗ Високі податкові ставки
- ✗ Обов'язкове ведення первинної документації та підтвердження витрат
- ✗ Додаткові податки, такі як військовий збір (5 %) та Єдиний соціальний внесок (22 %)

Рис. 86. Переваги та недоліки загальної системи оподаткування

ПРАЦЮЄМО З ІНФОРМАЦІЄЮ



Перейди за покликанням <https://qr.orioncentr.com.ua/laFTn> або скористайся QR-кодом і дізнайся детальніше, які податки сплачують підприємства та компанії, що перебувають на загальній системі оподаткування.

ПРАКТИКУЄМО

1. Виконай в електронному додатку завдання «Розпізнай податок», «Податковий детектив».
2. Виконай у робочому зошиті завдання «Хто і скільки сплачує?».

ПІЗНАЄМО

Щоб зменшити податкове навантаження та спростити бухгалтерський облік для малого бізнесу, фізичних осіб-підприємців, які не перебувають на загальній системі оподаткування, створена **спрощена система оподаткування**.

Така система дозволяє підприємцям сплачувати **єдиний податок** замість кількох інших податків. Спрощена система оподаткування належить до місцевих податків та зборів.

Особливості спрощеної системи оподаткування представлені на рис. 87 на с. 222.



МАЄ ЧОТИРИ ГРУПИ ЄДИНОГО ПОДАТКУ
З РІЗНИМИ ПОДАТКОВИМИ СТАВКАМИ:

1 ГРУПА	2 ГРУПА	3 ГРУПА	4 ГРУПА
без найманих працівників	із найманими працівниками	невеликі компанії	сільгосп-виробники
До 10 % від прожиткового мінімуму	До 20 % від мінімальної зарплати	5 % (без ПДВ) або 3 % (з ПДВ)	Відсоток залежить від площі земель

Рис. 87. Особливості спрощеної системи оподаткування

ЦІКАВІ ФАКТИ

- ♦ **Податок на боягузтво.** У середньовічній Англії існував податок для тих, хто відмовлявся брати участь у військових кампаніях.
- ♦ **Податок на шум.** У Швейцарії авіакомпанії платять податок за рівень шуму, який створюють їхні літаки.
- ♦ **Податок на пил.** У Вірменії існує податок на пил — найдивніший податок у світі.

ДИСКУТУЄМО

1. Наведи приклад життєвої ситуації, у якій людина сплачує податок. Поясни, який саме податок у цьому разі сплачується.
2. Уяви, що Ти — власник / власниця невеликої майстерні або магазину. Які податки Ти можеш сплачувати як підприємець / підприємниця?

ПРАКТИКУЄМО

Виконай у робочому зошиті завдання «Фінансовий тренажер», «Екологічний податок у дії», «Розрахуй ПДВ».

Дізнайся детальніше про переваги й недоліки спрощеної системи оподаткування з *рис. 88*.

ПЕРЕВАГИ	НЕДОЛІКИ
✓ Зменшене податкове навантаження — немає податку на прибуток та ПДВ ✓ Простий і зручний бухгалтерський облік ✓ Фіксовані податкові ставки — залежно від групи єдиного податку ✓ Можливість працювати без найманих працівників ✓ Швидка реєстрація ФОП та легке адміністрування	✗ Обмеження за видами діяльності — заборонено обмін валют, фінансове посередництво, виробництво підакцизних товарів ✗ Ліміти доходу — перевищення встановленого ліміту змушує перейти на загальну систему оподаткування ✗ Обмеження у співпраці з великими компаніями — деякі компанії віддають перевагу платникам ПДВ ✗ Не можна враховувати витрати — податок сплачується з усієї суми доходу

Рис. 88. Переваги та недоліки спрощеної системи оподаткування

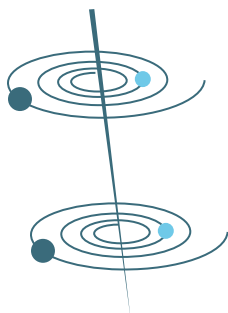
ПЕРЕВІРЯЄМО

Виконай в електронному додатку тестові завдання.

ПІДСУМОВУЄМО

- Важливим етапом у створенні будь-якого стартапу чи бізнес-проекту є вибір найбільш зручної системи оподаткування. Зазвичай великий і середній бізнес перебуває на загальній системі оподаткування, тоді як малий бізнес та ФОП обирають спрощену систему оподаткування.
- Загальна система оподаткування застосовується до середніх та великих підприємств і ФОП, якщо такі ФОП не використовують спрощену систему. Її основу формують сім загальнодержавних податків та вісім зборів.
- Спрощена система оподаткування дозволяє підприємцям сплачувати єдиний податок замість кількох інших податків. Вона створена для того, щоб зменшити податкове навантаження на бізнес та спростити бухгалтерський облік.

ДОСВІД 2

У ЧОМУ СУТНІСТЬ МІСЦЕВИХ ПОДАТКІВ
І ДЛЯ ЧОГО ЇХ СПЛАЧУВАТИ БІЗНЕСУ?

Місцеві податки — це не тягар, а механізм залучення громадян до розбудови власної громади.

Еліно́р Остро́м, американська економістка, політологиня, лауреатка Нобелівської премії

Жодна держава не може функціонувати без справедливої системи оподаткування. Це фундамент розвитку місцевих громад.

Джон Мейна́рд Кей́нс, британський економіст, інвестор

- ♦ Чи замислювався / замислювалася Ти, звідки беруться гроші на ремонт доріг, освітлення вулиць або благоустрій парків у Твоєму населеному пункті?
- ♦ Як Ти вважаєш, чи може кожен громадянин і кожна громадянка впливати на те, як живе їхня громада — не лише голосуючи, а й сплачуючи податки?
- ♦ Про які місцеві податки Ти чув / чула?

ЧОМУ ВАЖЛИВО СПЛАЧУВАТИ МІСЦЕВІ ПОДАТКИ?



ПІЗНАЄМО

Місцеві податки відіграють важливу роль у фінансовій системі України. Завдяки місцевим податкам забезпечується наповнення фінансовими ресурсами бюджетів міст, сіл, територіальних громад. Для бізнесу дуже важливо своєчасно і в повному обсязі сплачувати місцеві податки, оскільки завдяки їм фінансуються місцеві програми економічного й соціального розвитку, такі як освіта, медицина, благоустрій та розвиток інфраструктури. Фактично, підприємці через сплату місцевих податків дбають про економічний і соціальний розвиток регіону, в якому вони провадять свій бізнес.

Місцеві податки є обов'язковими до сплати в межах населеного пункту, області, територіальної громади і зараховуються до місцевих бюджетів.

Ставки місцевих податків, платники таких податків і податкові пільги в різних населених пунктах чи регіонах можуть бути різними — вони залежать від рішення місцевої ради.

До основних місцевих податків і зборів належать:

МІСЦЕВІ ПОДАТКИ ТА ЗБОРИ

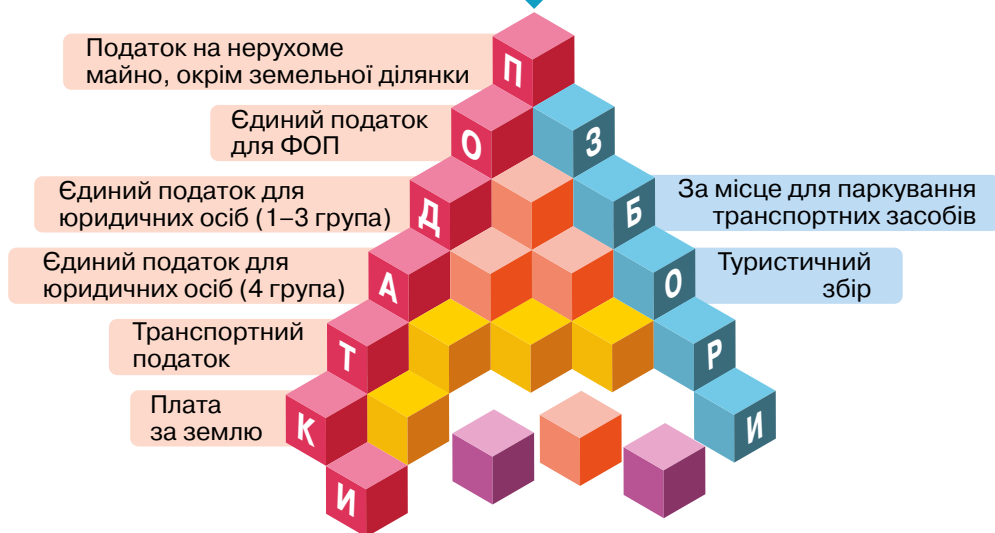


Рис. 89. Місцеві податки та збори

Раніше в Україні рішення про фінансування ремонту місцевих доріг, місцевого будівництва лікарень чи шкіл ухвалювалися виключно на державному рівні, тому коштів дуже часто не вистачало на задоволення навіть найнеобхідніших місцевих потреб. Проте зараз завдяки податкам, які наповнюють місцеві бюджети, місцева влада може самостійно розпоряджатися коштами та дбати про розвиток і соціальний благоустрій територій.

Чим розумніше громада керує своїми грошима — тим комфортніше почуваються її жителі. І саме тому податки стали важливим інструментом розвитку місцевого самоврядування.

У деяких громадах України місцеві податки можуть суттєво відрізнятися навіть у сусідніх селах! Це пов'язано з тим, що органи місцевого самоврядування мають право самостійно встановлювати ставки, пільги та порядок сплати місцевих податків і зборів.

ДОСЛІДЖУЄМО

Дізнайся, які податки та збори наповнюють бюджет Твоєї громади. Дай відповіді на запитання.

- ♦ Чим місцеві податки відрізняються від державних?
- ♦ Хто встановлює місцеві податки та на що вони витрачаються?

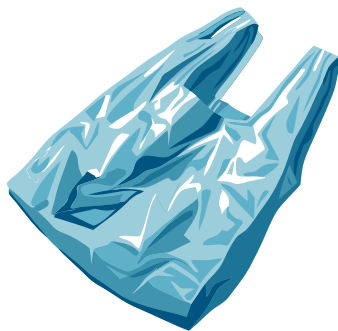
ПРАЦЮЄМО З ІНФОРМАЦІЄЮ

1. Детальніше дізнатися про те, які місцеві податки застосовуються для певних платників (суб'єктів оподаткування), можна, скориставшись покликанням <https://qr.orioncentr.com.ua/WiLsh> або QR-кодом.
2. Перейди за покликанням <http://qr.orioncentr.com.ua/mNk2h> або скористайся QR-кодом і переглянь цікаве відео «Місцеві податки та збори».



ЦІКАВІ ФАКТИ

- ♦ **Ірландія: податок на пластикові пакети.** З початку 2000-х років Ірландія мала один із найвищих показників використання одноразових пластикових пакетів у Європі — понад 300 штук на людину на рік. Щоб зменшити шкоду для довкілля, у 2002 році уряд запровадив спеціальний «податок на пакети» — спочатку 15, а згодом 22 євро центи за кожен пакет. Податок оплачували покупці безпосередньо в магазинах, а зібрані кошти спрямовувалися в Національний фонд охорони довкілля для фінансування природоохоронних програм. Уже в перший рік використання пакетів скоротилося більш ніж на 90 %, громадяни масово перейшли на багаторазові торбини й екосумки. Ірландія стала першою країною світу, яка продемонструвала, що невеликий фінансовий стимул може кардинально змінити поведінку споживачів. Її приклад наслідували інші країни ЄС, а згодом і держави на інших континентах.
- ♦ **Угорщина: податок на солоденьке.** У 2011 році в Угорщині набув чинності податок на різні фасовані продукти з високим вмістом солі та цукру, такі як чипси, печиво, тістечка і навіть енергетичні та газовані напої; цукор додає близько 20 центів до вартості цих продуктів. Запровадивши цей податок, угорський уряд намагався просувати здорове харчування та змусити своїх громадян обирати більш корисні продукти харчування. Дивно, але це спрацювало — від 59 до 73 % споживачів скоротили споживання оподатковуваних продуктів.



ПРАКТИКУЄМО

Виконай у робочому зошиті завдання «Податки Твоєї громади».

ЩО ТАКЕ МІСЦЕВІ ЗБОРИ І ЯКЕ ЇХ ПРИЗНАЧЕННЯ?

ПІЗНАЄМО

Місцеві збори, як і місцеві податки, також використовуються для забезпечення життя громади: ремонту доріг, освітлення вулиць, утримання шкіл, лікарень тощо. Завдяки надходженням від місцевих зборів органи місцевої влади можуть облаштовувати місця платного паркування автотранспорту, використовувати кошти на розвиток туризму і туристичної інфраструктури.

Підприємці зобов'язані сплачувати місцеві збори. Це стосується тих випадків, коли підприємці використовують у своїй діяльності автомобілі або зупиняються в готелях під час ділових подорожей.

Розрізняють два види місцевих зборів:

 **Збір за місця для паркування транспортних засобів** — сплачують ФОП, невеликі компанії, що організовують платне паркування на спеціально відведених майданчиках або автостоянках.

 **Туристичний збір** — сплачують громадяни, які тимчасово розміщуються в місцях проживання (ночівлі), де встановлено цей збір. Це можуть бути готелі, мотелі, кемпінги, гостели, санаторії, орендовані квартири.

ПРАЦЮЄМО З ІНФОРМАЦІЄЮ



Детальніше дізнатися про те, які місцеві збори застосовуються для певних платників (суб'єктів оподаткування), можна, перейшовши за покликанням <https://qr.orioncentr.com.ua/aGwyC> або скориставшись QR-кодом.

ЦІКАВІ ФАКТИ

Бориславська міська територіальна громада, розташована в мальовничій частині Львівської області, стала прикладом того, як ефективно адміністрування місцевих податків сприяє розвитку громади. У громаді запрацював Портал місцевих податків, який значно спростив процес сплати податків для жителів, оскільки дозволяє: відстежувати надходження до бюджету; зручно сплачувати податки онлайн; оперативно отримувати інформацію про нарахування та пільги.

Це нововведення підвищило податкову дисципліну та довіру громадян до місцевої влади. Завдяки зростанню надходжень від місцевих податків громада змогла відремонтувати дороги і тротуари в центральній частині міста; встановити енергоефективне обладнання в освітніх закладах; створити нові парки та дитячі майданчики.

Зміни покращили якість життя жителів та зробили громаду привабливою для інвесторів і туристів.

 РОБОТА В ПАРІ / ГРУПІ

Місцева рада планує запровадити новий туристичний збір для гостей громади та підвищити ставку збору за паркування. Частина жителів підтримує, адже ці кошти підуть на благоустрій, інші — проти, бо вважають це надмірним навантаженням на бізнес і туристів.

Об'єднайтеся в групи й обговоріть питання:

1. Які переваги або ризики ви бачите в запровадженні збору?
2. На що саме доцільно спрямувати ці надходження?
3. Як знайти спільне рішення, щоб інтереси всіх були враховані?
4. Проведіть дискусію: кожна група озвучує свою позицію та пропозиції.

 ПРАКТИКУЄМО

1. Виконай в електронному додатку завдання «Місцеві бюджети в дії».
2. Розв'яжи в робочому зошиті або електронному додатку задачі.

 МОДЕЛЮЄМО

Уяви, що твоя громада хоче збудувати новий парк.

1. Які місцеві податки або збори можуть допомогти зібрати кошти?
2. Опиши, хто має сплачувати туристичний збір і в яких ситуаціях.
3. Які можуть бути наслідки, якщо жителі громади не сплачуватимуть місцеві податки?

 ПЕРЕВІРЯЄМО

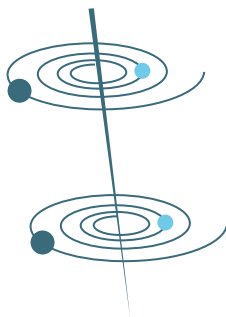
Виконай в електронному додатку тестові завдання.

 ПІДСУМОВУЄМО

1. Місцеві податки забезпечують наповнення місцевих бюджетів. Підприємці мають своєчасно і в повному обсязі сплачувати місцеві податки, оскільки ці кошти використовуються для фінансування місцевих програм розвитку, підвищення рівня добробуту і якості життя громадян.
2. Місцеві ради самостійно встановлюють ставки місцевих податків, визначають категорії платників таких податків і запроваджують податкові пільги. Розмір і кількість таких податків для кожного регіону може бути різною.
3. Надходження від місцевих зборів використовуються органами місцевої влади для облаштування платних паркувальних майданчиків, стоянок автомобілів, на розвиток туризму і туристичної інфраструктури, рекреаційних зон та екскурсійних майданчиків.

ДОСВІД 3

ЩО ОЗНАЧАЄ ПОДАТКОВЕ СТИМУЛЮВАННЯ ДЛЯ РОЗВИТКУ БІЗНЕСУ?



Нижчі податкові ставки можуть стимулювати працю, заощадження та інвестиції.

Артур Лаффер, американський економіст

Коли ти віддаєш більшу частину свого заробітку у вигляді податків, важко працювати з повною віддачею. Податки мають стимулювати, а не пригнічувати.

Марта Сетер, американська економістка, перша жінка в правлінні Федерального резерву США

- ♦ Чи може держава допомогти підприємцю, щоб він працював і розвивав свою справу?
- ♦ Чому державі / громаді буває вигідно не брати з когось багато податків, а навпаки — зробити податкову знижку або призначити пільгу?
- ♦ Чи знаєш Ти такі види бізнесу, розвиток яких варто було б стримати за допомогою держави?

ЩО ТАКЕ ПОДАТКОВІ ПІЛЬГИ І ЯК ВОНИ ПРАЦЮЮТЬ?

ПІЗНАЄМО



Для підтримання окремих категорій платників податків та стимулювання економічного розвитку держава застосовує податкове заохочення, важливим інструментом якого є податкові пільги.



Податкові пільги — це звільнення від сплати певних податків або зменшення їхнього розміру за певних умов. Іншими словами, це своєрідна «знижка» від держави.

Пільги дають не всім, а тим, хто цього потребує. Наприклад, пільги часто надаються людям з інвалідністю, багатодітним родинам, ветеранам, студентам або школярам, які працюють.

Підприємці теж отримують пільги. Держава може зменшити податки для бізнесів, які створюють багато робочих місць, розвивають екологічно чисте виробництво або працюють у віддалених районах.

Завдяки податковим пільгам держава створює умови для покращення рівня життя населення, підтримання малого бізнесу, стимулювання наукових і технологічних розроблень, а також забезпечення соціального захисту окремих груп населення.

Пільги також допомагають зменшити фінансове навантаження на громадян, підприємців і підприємства, сприяють залученню інвестицій та розвитку соціально важливих галузей.

Податкові пільги можуть застосовуватися до різних категорій платників (суб'єктів оподаткування) та мати різні форми (див. рис. 90).



Рис. 90. Основні види податкових пільг

Порядок застосування пільг визначається чинним законодавством України та рішеннями місцевих органів влади.

Існує п'ять видів податкових пільг:

1. Податкова соціальна пільга — зменшення суми податку для окремих категорій громадян.
2. Звільнення від оподаткування — певні доходи або витрати не підлягають оподаткуванню.
3. Зниження податкових ставок — застосування нижчих ставок для окремих платників податків.
4. Відтермінування сплати податків — можливість сплатити податок пізніше.
5. Податкова знижка — право громадянина зменшити суму оподаткованого доходу на певні підтверджені витрати (навчання, іпотека, страхування життя, благодійність тощо).

В Україні податкові пільги можуть отримати окремі громадяни, люди з інвалідністю, багатодітні родини, учасники бойових дій, пенсіонери з невеликим доходом — якщо такі люди мають офіційну заробітну

плату і належать до пільгової категорії. Частину податку на доходи вони можуть не платити.

Також пільгами користуються ФОП (фізичні особи-підприємці), які перебувають на спрощеній системі оподаткування і платять менші податки. Сприятливий податковий режим мають стартапи або ІТ-компанії, отримати податкові бонуси можуть підприємства, що наймають ветеранів, людей з інвалідністю, переселенців. Звільняються від деяких податків благодійні фонди та соціальні організації — підприємства, які не мають на меті отримання прибутку.

ЦІКАВІ ФАКТИ



- ♦ У **США** можна отримати податкову знижку, якщо особа пожертвувала гроші на благодійність. Тобто, чим більше допомагаєш іншим — тим менше податків сплачуєш.
- ♦ У **Швеції** діють податкові пільги для тих, хто ремонтує речі, такі як взуття, велосипеди чи посудомийні машини. Це стимулює повторне використання та зменшує споживання нових товарів.
- ♦ **Князівство Монако** приваблює заможних людей з усього світу. Відоме своєю сприятливою податковою політикою, зокрема відсутністю податків на доходи фізичних та юридичних осіб, Монако є популярним місцем для людей, які прагнуть розкоші. Країна є найбільш привабливою для іноземного бізнесу: компанії, які отримують понад 75 % своїх доходів від внутрішнього ринку, користуються пільговим режимом. Для таких підприємств не передбачено оподаткування прибутку, приросту капіталу, доходу від інвестицій, дивідендів. У країні зберігається безподаткове середовище для фрилансерів і не стягуються податки на предмети розкоші. Примітно, що фізичні особи, за винятком громадян Франції, не сплачують прибутковий податок з 1869 року.
- ♦ **Україна** тимчасово звільнила від податків військових під час дії воєнного стану. В умовах війни діють пільги для бізнесу, який переїхав із зон бойових дій.

МОДЕЛЮЄМО



Придумай нову пільгу, яку держава могла б упровадити в майбутньому. Обґрунтуй:

- ♦ Кому ця пільга буде доступна?
- ♦ Яку проблему вирішуватиме?
- ♦ Як вона вплине на суспільство?

ПРАКТИКУЄМО



1. Виконай в електронному додатку завдання «Правда чи вигадка?».

2. Виконай у робочому зошиті:

- ♦ дослідницьке завдання;
- ♦ вправу «Податкова соціальна пільга».

РОБОТА В ПАРІ / ГРУПІ

Об'єднайтеся в групи та проведіть рольову гру «Комісія з пільг». Вирішіть, кому варто надати пільгу. Яку саме і чому?

1. Родина Семенюків виховує чотирьох дітей. Мати перебуває в декретній відпустці, тато працює на заводі. Заробітна плата тата — 32 тис. грн на місяць. Запит — зменшити податок із заробітної плати батька.
2. Пан Олександр володіє мережею автомийок. Його місячний дохід — понад 200 тис. грн. Він хоче зекономити кошти і просить пільгу. Запит — отримати пільгу на сплату податку на прибуток.
3. Олена — студентка медичного університету. Працює медсестрою в лікарні на пів ставки. Її зарплата — 6800 грн. Запит — отримати податкову соціальну пільгу.
4. Пан Ігор не працює офіційно та не подає декларацій. Просить пільгу на сплату податку за минулий рік. Запит — списати податковий борг.
5. Марія вирощує органічні овочі без пестицидів. Її господарство сертифіковане як «екологічне виробництво». Запит — пільга на податок на прибуток для розвитку «зеленої» справи.
6. Ілля — 21 річний програміст. Працює як фрилансер і отримує оплату від іноземних компаній на картку. Офіційно не зареєстрований як підприємець і не сплачує податків. Запит — отримати пільгу, пояснюючи це тим, що він початківець і йому складно платити податки на початку кар'єри.

ЗМЕНШЕННЯ ПОДАТКОВОЇ СТАВКИ: ЯК ЦЕ ПРАЦЮЄ?

ПІЗНАЄМО

Поширеною в Україні податковою пільгою є зменшення податкової ставки.

 **Зменшення податкової ставки** — це зниження розміру податку, який сплачують платники (суб'єкти оподаткування).

Зменшення податкової ставки дозволяє державі не тільки полегшити фінансове навантаження на бізнес і громадян, а й стимулювати інвестиції, забезпечити стабільний розвиток окремих галузей, регіонів та економіки.

Цей механізм широко використовується для підтримки підприємницької діяльності в періоди економічної нестабільності. Зменшення податкової ставки може також сприяти виведенню бізнесу з тіні та створенню сприятливих умов для розвитку економіки.

В Україні зменшення податкової ставки може застосовуватися за певних умов або для певних категорій громадян чи підприємств (*див. рис. 91 на с. 233*).

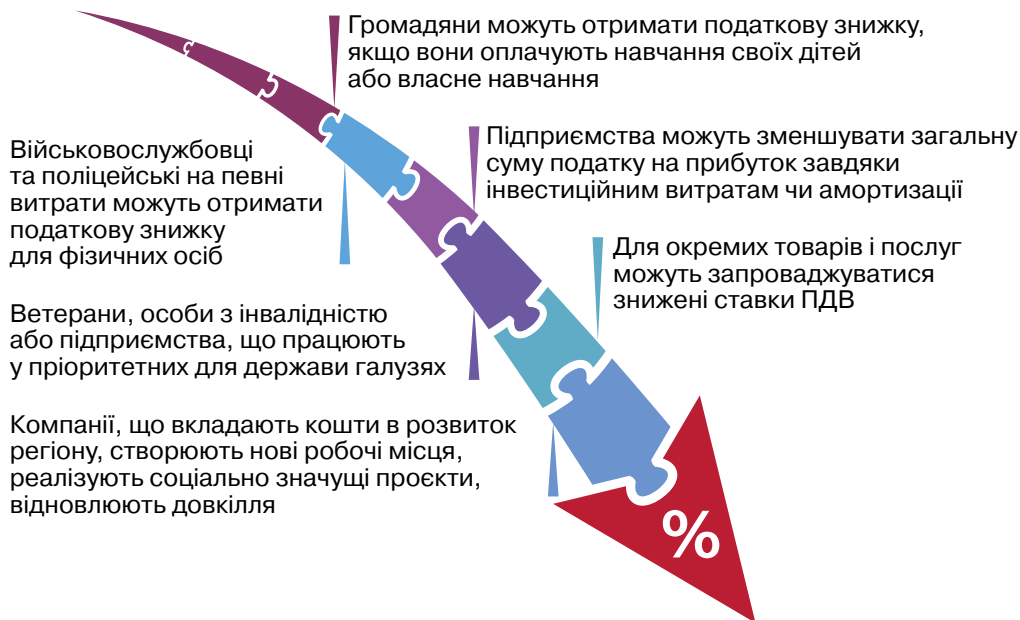


Рис. 91. Зменшення податкової ставки

МОДЕЛЮЄМО

Уяви, що держава вирішила зменшити податкову ставку на прибуток для підприємств. Поміркуй, як це вплине на:

- ♦ підприємства чи компанії;
- ♦ державний бюджет;
- ♦ рівень зайнятості в державі.

РОБОТА В ПАРІ / ГРУПІ

Виконайте мінікейс «Податкові канікули».

Уряд вирішив тимчасово знизити ставку оподаткування податку на прибуток на 50 %.

Сформуйте групи «захисників» та «опонентів» введення податкової знижки і ви будуйте свої аргументи на користь чи проти таких дій уряду так, щоб у кожній презентації висвітлити такі питання:

- ♦ Чи стане більше молоді відкривати бізнес?
- ♦ Чи отримає держава більше податків у майбутньому?
- ♦ У чому ризики такого рішення?

ПРАКТИКУЄМО

Виконай у робочому зошиті або електронному додатку завдання «Зменшення податкової ставки». Добери до кожної ситуації конкретний результат внаслідок зменшення податкової ставки.

ЗВІЛЬНЕННЯ ВІД СПЛАТИ ПОДАТКУ: ХТО І НА ЯКИХ УМОВАХ
МОЖЕ ПРЕТЕНДУВАТИ НА ТАКУ ПІЛЬГУ?

ПІЗНАЄМО

Ще одним різновидом податкових пільг, який використовується в Україні та світі, є звільнення від сплати податку.



Звільнення від сплати податку — це право деяких суб'єктів оподаткування не сплачувати певні податки за визначених умов.

Ця пільга може надаватися благодійним організаціям, підприємствам, що працюють у стратегічно важливих галузях, або компаніям, які здійснюють інвестиції в пріоритетні галузі економіки.

На застосування податкової пільги — звільнення від сплати податку — можуть впливати певні чинники — *див. рис. 92*.

**КАТЕГОРІЯ ПЛАТНИКА**

- 1** Певні групи осіб або організацій (військовослужбовці, особи з інвалідністю, благодійні організації)

ТИП ПОДАТКУ

- 2** Податки мають свої умови звільнення. Податок на нерухомість може не сплачуватися власниками житла в зонах бойових дій

ЕКОНОМІЧНА ДІЯЛЬНІСТЬ

- 3** Підприємства, що працюють у пріоритетних галузях (оборонна промисловість, інноваційні технології тощо)

СОЦІАЛЬНІ УМОВИ

- 4** Особи, які отримують дохід нижче за прожитковий мінімум (звільнення від сплати податку на доходи фізичних осіб)

ЗАКОНОДАВЧІ ЗМІНИ

- 5** Уряд може запроваджувати тимчасові або постійні податкові пільги для підтримання економіки або окремих секторів

Рис. 92. Чинники, які впливають на звільнення від сплати податку

Тимчасове повне або часткове звільнення від сплати податків для певних категорій платників податків називається **податковими канікулами**. Зазвичай термін їхньої дії — 1–5 років — і вони надаються для:

- ♦ стимулювання розвитку бізнесу (особливо малого та середнього);
- ♦ підтримання інновацій, виробництва, аграрної сфери тощо;
- ♦ залучення інвестицій;
- ♦ відновлення діяльності після кризи (наприклад, війни, пандемії).

ЦІКАВІ ФАКТИ



Звільнення від податків існувало тисячоліттями і завжди було інструментом політики, економіки та соціальної підтримки.

- ♦ У **Стародавньому Єгипті** робітники, які будували піраміди, часто звільнялися від сплати податків або отримували інші пільги. Вважалося, що їхня праця настільки важлива для фараона, що вони заслуговують на особливі умови.
- ♦ У **древній Спарті** громадяни, які проходили військову службу, мали значні податкові пільги. Натомість ілоти (залежне населення) платили податки за них.

ДИСКУТУЄМО



Чи є звільнення від сплати податків справедливим? Наведи аргументи «за» і «проти».

ПРАЦЮЄМО З ІНФОРМАЦІЄЮ



Перейди за покликанням <https://qr.orioncentr.com.ua/oEfVb> або скористайся QR-кодом і ознайомся з прикладами звільнення окремих суб'єктів оподаткування від сплати певних податків.

ПРАКТИКУЄМО



1. Ознайомся з інформацією про звільнення від сплати податку і виконай у робочому зошиті:

- ♦ завдання «Отримання права на звільнення від сплати податку».
- ♦ завдання «Заповнюємо заяву на отримання податкової пільги».
- ♦ моделювальну вправу «Звільнення від сплати податків чи зменшення податкової ставки?».

2. У робочому зошиті розв'яжи задачі.

ПОДАТКОВІ ПІЛЬГИ ДЛЯ ФІЗИЧНИХ ОСІБ: ХТО ЇХ МОЖЕ ОТРИМАТИ?

ПІЗНАЄМО



В Україні малозабезпечені громадяни, ветерани, особи з інвалідністю можуть отримувати соціальні податкові пільги — **податкові пільги для фізичних осіб**.

До них відносять:

- ♦ пільги на нерухомість;
- ♦ пільги для соціально вразливих груп;
- ♦ пільги на доходи;
- ♦ пільги на майно.

Наприклад, власники будинків чи квартир можуть бути звільнені від сплати податку на певну площу житла: для квартир це 60 м², для будинків — 120 м².

Учасники бойових дій, особи з інвалідністю, багатодітні родини та пенсіонери можуть мати право на звільнення від певних податків. Фізичні особи можуть бути звільнені від сплати податку на нерухомість, якщо вона використовується для особистих потреб і не приносить доходу. Деякі категорії громадян можуть скористатися податковою знижкою, наприклад, на витрати на навчання, лікування або страхування.



ЦІКАВІ ФАКТИ

- ♦ У **Німеччині** та **Нідерландах** існують спеціальні податкові пільги для компаній, які впроваджують «зелені» технології. Це означає, що такі підприємства можуть платити менше податків, якщо доведуть, що дбають про довкілля. Якщо компанія встановила очисні фільтри для зменшення шкідливих викидів, держава може повернути частину витрат або зменшити суму податку на прибуток.
- ♦ У **США** та **Сінгапурі** нові компанії отримують податкові канікули або знижені ставки для стимулювання підприємництва. Наприклад, у США стартап компанії можуть одразу списати до 5 тис. дол. США витрат на запуск бізнесу. А Сінгапур вважається одним із найкращих місць для запуску бізнесу: на перші три роки діяльності компанія звільняється від 75 % податку.
- ♦ У **Канаді** й **Австралії** громадяни можуть отримати податкові пільги за витрати на навчання та професійний розвиток. Це означає, що держава частково компенсує витрати на підвищення кваліфікації. Наприклад, у Канаді можна отримати податковий кредит за оплату навчання, а у Австралії — зменшується відсоток податків, якщо людина сплачує за навчання, підручники чи навіть інтернет.



ПРАКТИКУЕМО

Виконай у робочому зошиті завдання.

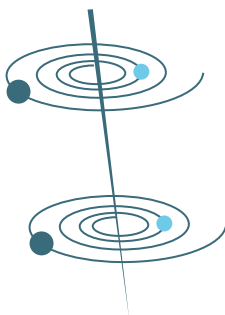


ПІДСУМОВУЕМО

1. Для підтримання окремих категорій платників податків та стимулювання економічного розвитку держава застосовує податкове стимулювання, важливим інструментом якого є податкові пільги.
2. Найпоширенішими видами податкових пільг є: звільнення від сплати певних податків, зниження податкових ставок, можливість отримання пільг для фізичних осіб, податкові кредити та відшкодування ПДВ.
3. Для стимулювання розвитку бізнесу, підтримання інновацій, залучення інвестицій, відновлення діяльності після кризи (війни, пандемії) для певних категорій платників встановлюються податкові канікули — тимчасове повне або часткове звільнення від сплати податків.

ДОСВІД 4

ЯКА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ЗА УХИЛЕННЯ ВІД СПЛАТИ ПОДАТКІВ?



Справедливі податки — основа сильної держави, а їх несплата — це крадіжка майбутнього в кожного з нас.

Святослав Вакарчук, український музикант і композитор, лідер гурту «Океан Ельзи», громадський діяч

Заплати податки і спи спокійно.

Найдавніший кам'яний напис афоризм у давньоримському місті Кесарія Палестинська

- ♦ Чому несплата податків шкодить не лише державі, а й кожній людині?
- ♦ Чи справедливо, коли одні чесно платять податки, а інші — ухиляються?
- ♦ Як Ти вважаєш, що краще: суворо карати за ухилення від сплати податків чи виховувати свідоме ставлення до цього обов'язку?

УХИЛЕННЯ ВІД СПЛАТИ ПОДАТКІВ

ПІЗНАЄМО



Важливим аспектом фінансового регулювання в Україні й інших державах є відповідальність за ухилення від сплати податків.



Ухилення від сплати податків — це коли людина або компанія свідомо приховує свої доходи чи обманює державу, щоб заплатити менше податків або взагалі їх не платити.

Підприємці, які прагнуть ухилятися від сплати податків, часто вдаються до різних хитрощів. Основні з них такі:

- ♦ Приховування доходів — навмисне заниження своїх доходів або невідображення доходів у звітності, щоб зменшити офіційний прибуток.
- ♦ Фіктивні операції — використання підставних компаній або документів для збільшення штучних витрат і зменшення податкових зобов'язань.
- ♦ Несплата податків — повна відмова від сплати податків або затримка податкових платежів без законних підстав.

♦ Маніпуляції з ПДВ — оформлення підроблених документів для незаконного отримання бюджетного відшкодування або використання схем для зменшення податкового кредиту.

А найбільш витонченим способом вважаються офшорні схеми, коли бізнес реєструють у країнах із дуже низькими податками, щоб вивести туди прибутки та приховати справжніх власників компанії. Такі дії завдають шкоди державі та суспільству.



Офшор — це держава або територія зі сприятливими податковими умовами (низькими або нульовими податками), спрощеною звітністю та можливістю приховувати реальних власників бізнесу, що використовується для залучення іноземних компаній.



Офшорна схема — це реєстрація компанії в державі з дуже низькими або нульовими податками для зменшення податкових платежів, збереження грошей за кордоном або приховування справжніх власників бізнесу.



ЦІКАВІ ФАКТИ

- ♦ «Більше ніж половина світової торгівлі здійснюється через офшори. Понад половина банківських активів світу та третина прямих іноземних інвестицій від багатонаціональних корпорацій укорінені в офшорах», — пише **Ніколас Шаксон**, британський журналіст, у своїй книзі «Острови скарбів. Податкові гаваї та люди, що вкрали світ». За його даними, 83 зі 100 найбільших американських корпорацій і 99 зі 100 найбільших європейських — мають дочірні компанії в офшорах.
- ♦ За даними міжнародної моніторингової компанії **«Tax Justice Network»**, за можливі люди світу тримають в офшорах близько 11,3 трлн дол. США (це рівень ВВП США чи Євросоюзу). Цифри офшорних грошей компаній ще вищі. Компанії використовують офшори для оптимізації оподаткування, приховування прибутків, захисту активів, проведення фінансових операцій, посередницької та холдингової діяльності.
- ♦ **Олівер Буллоу**, британський журналіст, який займається проблемами корупції та офшорів, стверджує, що світ втрачає щороку через офшори від 7 до 20 трлн дол. США. Тобто близько 10 % власної економіки.



ПРАЦЮЄМО З ІНФОРМАЦІЄЮ

Перейди за покликанням <https://qr.orioncentr.com.ua/r5Tq7> або скористайся QR-кодом і дізнайся більше цікавої інформації про офшори.



ПРАКТИКУЄМО

Виконай в електронному додатку завдання «Розпізнай порушення».

МОДЕЛЮЄМО



Уяви, що Ти — власник / власниця магазину. У Тебе є два варіанти: працювати чесно й платити всі податки або ж приховувати частину доходів, щоб зекономити. Які наслідки можуть бути в обох випадках. Як Твій вибір вплине на Тебе, працівників і громаду?

ЯКА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ЗА УХИЛЕННЯ ВІД СПЛАТИ ПОДАТКІВ?

ПІЗНАЄМО



Ухилення від сплати податків може призвести до серйозних правових наслідків. Законодавство України передбачає суворі заходи контролю за податковими правопорушеннями, а державні органи регулярно проводять перевірки для їх виявлення. Особлива увага приділяється великим підприємствам, міжнародним фінансовим операціям та використанню офшорних схем.

За ухилення від сплати податків передбачені такі види відповідальності: фінансова, адміністративна та кримінальна (рис. 93).



Рис. 93. Види відповідальності за ухилення від сплати податків



ЦІКАВІ ФАКТИ

- ♦ **Аль Капоне:** легендарний гангстер щоразу уникав відповідальності за свої злочини (контрабанду, рекет, азартні ігри), але був ув'язнений на 11 років саме за несплату 388 тис. дол. США податків.
- ♦ **Кріштіану Роналду:** футбольна суперзірка звинувачувалася в ухиленні від сплати податків на суму понад 14,5 млн євро. Роналду погодився на угоду із судом — дістав 23 місяці умовного ув'язнення й зобов'язався сплатити майже 19 млн євро.
- ♦ **Ліонель Мессі:** аргентинський футболіст і володар «Золотого м'яча» разом із батьком був засуджений в Іспанії за ухилення від сплати податків на суму 4,1 млн євро. У 2016 році суд призначив Мессі 21 місяць ув'язнення умовно та штраф, але завдяки угоді він сплатив понад 2 млн євро компенсації.



ПРАЦЮЄМО З ІНФОРМАЦІЄЮ

Перейди за покликанням <https://qr.orioncentr.com.ua/tqafB> або скористайся QR-кодом і дізнайся більше про фінансову, адміністративну та кримінальну відповідальність за порушення податкового законодавства України.



ДИСКУТУЄМО

Дай аргументовані відповіді на запитання.

1. Чому держава суворо карає за ухилення від сплати податків?
2. Як податки впливають на розвиток держави?
3. Чи можна вважати ухилення від податків незначним порушенням?



МОДЕЛЮЄМО

1. Виконай у робочому зошиті:

- ♦ моделювальний мінікейс;
- ♦ завдання «Зміни майбутнє».

2. Виконай в електронному додатку завдання «Вид відповідальності».



ДОСЛІДЖУЄМО

Виконай в електронному додатку завдання. Знайди відповідність між правопорушенням і розміром адміністративного стягнення.



ПРАКТИКУЄМО

- 1. Виконай в електронному додатку завдання «Розпізнай форму відповідальності».**
- 2. Розв'яжи в робочому зошиті задачу.**

ПЕРЕВІРЯЄМО



Виконай в електронному додатку:

1. Завдання «Так чи ні?».
2. Тести.

ПІДСУМОВУЄМО



1. Розрізняють чотири форми ухилення від податків: приховування доходів, фіктивні операції, несплата податків, маніпуляції з ПДВ.
2. За ухилення від сплати податків передбачені такі види відповідальності: фінансова, адміністративна та кримінальна. Фінансова відповідальність реалізується через штрафи, пеню, обмеження фінансування. Адміністративна відповідальність передбачає накладення адміністративних стягнень, таких як штрафи, попередження або обмеження певних прав. Кримінальна відповідальність передбачає штрафи, позбавлення права займати певні посади, а в деяких випадках — конфіскацію майна.
3. Запровадження різних форм відповідальності дозволяє ефективно реагувати на порушення та запобігати їх повторенню. Важливим завданням держави є посилення контролю, удосконалення механізмів виявлення порушень та формування високого рівня податкової культури серед громадян і підприємців.

ОЦІНЮЄМО



Продовж у робочому зошиті речення. Проаналізуй надані відповіді та зроби висновок про свої успіхи чи труднощі.

ОПАНОВУЮЧИ ТЕМУ, Я

запам'ятав / запам'ятала
дізнався / дізналася
спробував / спробувала
навчився / навчилася
зрозумів / зрозуміла
мав / мала труднощі з

ТЕМА 9

ЦИФРОВІ ТЕХНОЛОГІЇ ДЛЯ ВЕДЕННЯ БІЗНЕСУ

ОЗНАЙОМИВШИСЬ ІЗ МАТЕРІАЛАМИ ТЕМИ, ТИ БУДЕШ:

ЗНАТИ ТА РОЗУМІТИ:

- основні цифрові інструменти, що використовуються в сучасному бізнесі
- принципи роботи провідних онлайн-платформ
- поняття цифровізації та автоматизації бізнес-процесів і їхню роль у підвищенні ефективності підприємницької діяльності

УМІТИ ЗАСТОСОВУВАТИ:

- цифрові інструменти для ведення бізнес-процесів (планування, комунікація, фінанси)
- знання про цільову аудиторію для вибору ефективних цифрових каналів просування товарів і послуг
- доступні інструменти аналітики для оцінювання ефективності онлайн-кампаній

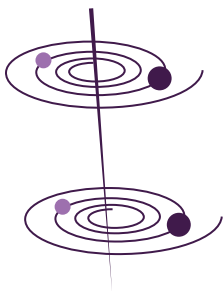
САМОСТІЙНО УХВАЛЮВАТИ МОТИВОВАНІ РІШЕННЯ:

- щодо вибору цифрових інструментів для конкретного бізнес-завдання, обґрунтовуючи свій вибір
- щодо розроблення стратегії цифрового маркетингу
- щодо оцінювання можливостей, пов'язаних із впровадженням нових цифрових технологій

ВИРАЖАТИ СТАВЛЕННЯ:

- через оцінювання впливу цифрових технологій на розвиток підприємництва в Україні та світі
- щодо переваг і недоліків цифровізації для підприємців та споживачів

ДОСВІД 1

ЩО ТАКЕ ЦИФРОВІЗАЦІЯ ТА ІНТЕРНЕТ РЕЧЕЙ
У БІЗНЕСІ?

Майбутнє бізнесу — у твоїх руках, якщо використовуєш цифрові інструменти.

Сатья Наделла, генеральний директор «Microsoft»

У світі, де роль технологій стрімко зростає завдяки штучному інтелекту, роботам та автоматизації, твої цифрові навички і вміння бути з технологіями на «ти» стануть ключем до успіху в майбутньому.

Тарас Кицмей, співзасновник ІТ компанії «SoftServe»

- ♦ Як би Ти бачив / бачила власний бізнес, у якому смартфон, годинник чи навіть рюкзак допомагають заробляти гроші?
- ♦ Якими навичками Ти маєш володіти, щоб уміло користуватися цифровими послугами бізнесу?

ЩО ТАКЕ ЦИФРОВІЗАЦІЯ?

ПІЗНАЄМО



Сучасний світ дуже стрімко змінюється. Сьогодні важко уявити, як жили люди без смартфонів, а розраховуватися в магазині за товари чи оплачувати послуги за допомогою мобільних додатків — звичайна практика, якою вміють користуватися навіть діти. Переведення бізнес-процесів у цифровий формат дістало назву «цифровізація».

 **Цифровізація** — це використання сучасних технологій, таких як комп'ютери, смартфони й інтернет, для покращення роботи бізнесу.

Цифровізація є головним рушієм розвитку бізнесу в сучасному світі. Вона змінює спосіб ведення справ, покращує ефективність, знижує витрати та надає нові можливості. Цифровізація — це не лише модна тенденція, а й необхідність для бізнесу, який хоче бути конкурентоспроможним, сучасним і зростати. Вона відчинить двері до нових можливостей, які раніше здавалися недосяжними, особливо для малого та середнього бізнесу.

Цифровізація дозволяє переводити бізнес-процеси в цифровий формат і робить бізнес зручнішим для клієнтів, допомагає власникам заощаджувати час і гроші: замість паперових чеків у магазині видають електронні, а замість рекламних листівок компанії надсилають повідомлення через електронну пошту чи месенджери. Розглянь детальніше *рис. 94* і дізнайся, що варто знати про цифровізацію бізнес-процесів.

Реклама в інтернеті — ефективна

Можна точно націлити рекламу на потрібну аудиторію. Це дозволить показувати її тільки тим, хто реально цікавиться Твоїм продуктом

Онлайн-присутність — це потреба

Бізнесу важливо мати сторінку в соцмережах або сайт. Це — Твоя цифрова вітрина, яка працює цілодобово

Цифрові інструменти — це просто

В інтернеті є багато безкоштовних сервісів, які дозволять створити сайт, вести облік, приймати оплату

Клієнтський сервіс — миттєвий

Люди очікують відповіді в месенджерах за хвилини. Чат-боти — це канали для швидкої підтримки

Бізнес без офісу — реальність

Онлайн-документи, дистанційна робота, хмарні сервіси дозволяють працювати без витрат на оренду

Дані — це суперсила

Аналітика продажів, поведінки клієнтів, ефективності реклами — усе це допомагає ухвалювати розумні рішення і рости швидше

Рис. 94. Цифровізація бізнес процесів

ЦІКАВІ ФАКТИ

- ♦ Компанія «SoftServe» починалася з маленької команди у Львові. Сьогодні це найбільша глобальна ІТ компанія з українським корінням, у якій працює понад 10 тисяч людей у багатьох країнах, яка створює інноваційні рішення, що допомагають бізнесам, організаціям і державам працювати ефективніше та робити життя людей зручнішим і безпечнішим.
- ♦ Великі бренди кросівок запустили функцію віртуального примірювання взуття. Достатньо просканувати стопу за допомогою камери смартфона й отримати найкращий розмір для кожної пари кросівок. Це зробили завдяки AR технологіїм (доповненій реальності). У результаті продажі зросли, бо стало весело й легко обирати модель.

Цифровізація охоплює створення онлайн-магазинів, автоматизацію обліку, цифровий маркетинг і використання даних для ухвалення рішень (див. рис. 95).

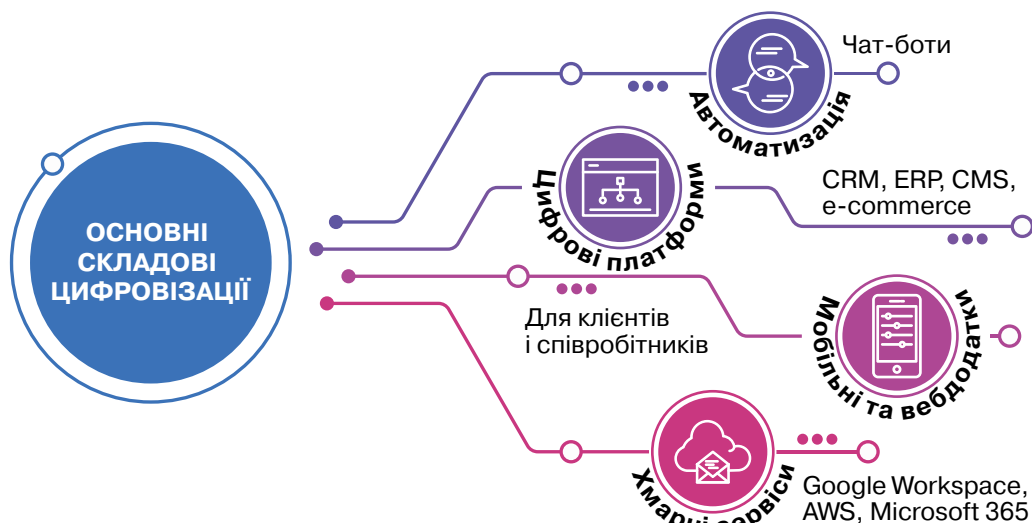


Рис. 95. Основні складові цифровізації

МОДЕЛЮЄМО

Виконай у робочому зошиті або електронному додатку завдання «Бізнес онлайн».

ПРАКТИКУЄМО

Виконай в електронному додатку завдання:

1. «Як цифровізація допомагає бізнесу?».
2. «Правда — неправда».

ДИСКУТУЄМО

Дай відповіді на запитання.

1. Як Ти вважаєш, чи краще, що бізнеси стають цифровими?
2. Чому цифровий бізнес є привабливішим для споживачів і підприємців?
3. Що в цифровізованому бізнесі може бути проблемним чи небезпечним?

ПРАЦУЄМО З ІНФОРМАЦІЄЮ



Перейди за покликанням <https://qr.orioncentr.com.ua/3zj4G> або скануй QR-код і дізнайся, що кажуть експерти: дев'ять важливих фактів про цифровізацію бізнесу.

ЩО ТАКЕ ІНТЕРНЕТ РЕЧЕЙ?

ПІЗНАЄМО

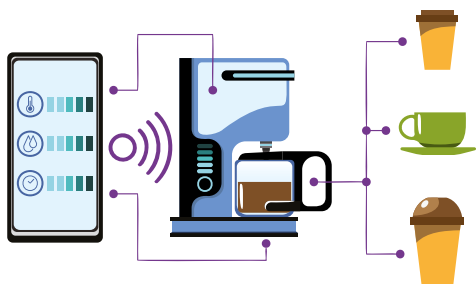
Уяви будинок, у якому світло вмикається, коли Ти заходиш до кімнати, холодильник повідомляє, що закінчилося молоко, а годинник синхронізує Твоєму смартфону, що запізнюєшся на урок. Це не фантастика — це Інтернет речей, або англійською — Internet of Things (IoT).

Ми звикли, що в інтернеті «сидять» люди: пишуть, читають, дивляться відео. Але сьогодні в інтернеті вже активно «сидять» і речі — побутова техніка, датчики, транспорт, навіть сміттєві баки. Вони збирають інформацію, обмінюються нею й аналізують її без участі людини. Це відкриває безліч можливостей як для життя, так і для бізнесу, медицини, освіти чи охорони довкілля.

 **Інтернет речей (IoT)** — це мережа фізичних пристроїв, які підключені до інтернету та можуть обмінюватися даними між собою без участі людини.

Це можуть бути:

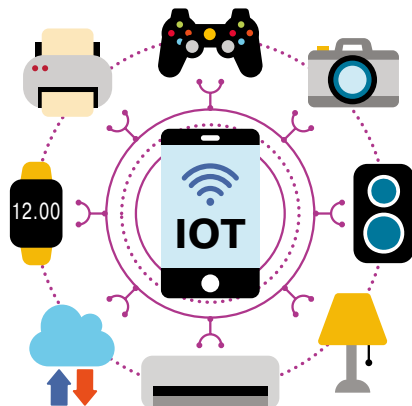
- ♦ розумні годинники, які відстежують пульс і надсилають дані на смартфон;
- ♦ холодильники, що повідомляють про відсутність продуктів;
- ♦ розетки, які можна вмикати зі смартфона;
- ♦ датчики в теплицях, що регулюють поливання.



Наприклад, розумний термостат у кав'ярні регулює температуру, щоб клієнтам було комфортно, а датчики в магазині повідомляють, коли закінчуються продукти. IoT допомагає бізнесу автоматизувати процеси та краще розуміти потреби клієнтів.

Окрім датчиків та інших «розумних» речей, необхідними компонентами IoT є наявність мережі, через яку здійснюється передавання даних (Wi-Fi чи Bluetooth), та відповідної аналітичної системи, яка швидко обробляє дані для ухвалення рішень.

Головна ідея IoT, як це показано на рисунку: речі не лише «працюють» — вони взаємодіють, аналізують інформацію і ухвалюють рішення в реальному часі.



Це робить наше життя зручнішим, бізнес — ефективнішим, а міста — розумнішими.

ЦІКАВІ ФАКТИ

- ♦ Світова мережа кав'ярень «**Starbucks**» використовує IoT для керування кавомашинами та холодильниками. Датчики повідомляють, коли потрібні поповнити запаси кави чи відремонтувати обладнання. Завдяки цьому компанія щороку заощаджує 100 млн дол. США, оптимізувавши роботу 32 тисяч закладів.
- ♦ Глобальний гігант електронної комерції «**Amazon**» використовує IoT у своїх логістичних центрах для оптимізації процесів доставляння. Роботи вбудованими сенсорами переміщують товари по складу, а IoT системи відстежують температуру, вологість і розташування кожного пакунка. Завдяки цим технологіям компанія може обробляти мільйони замовлень на день, зменшуючи кількість помилок і пришвидшуючи доставляння. Впровадження IoT рішень зменшило час оброблення одного замовлення на 20 %.

ПРАЦЮЄМО З ІНФОРМАЦІЄЮ



Перейди за покликанням <https://qr.orioncentr.com.ua/hYoU0> або скористайся QR-кодом і дізнайся про десять найпопулярніших галузей використання Інтернету речей.

ДИСКУТУЄМО

Дай відповіді на запитання.

1. Чи варто малому бізнесу в місцевості, де повільний інтернет, витрачати кошти на IoT?
2. Чи потрібно впроваджувати IoT пристрої в школах? Наприклад, датчики температури або розумні системи освітлення?
3. Чи не занадто ми довіряємо техніці, коли даємо можливість «розумним речам» ухвалювати рішення без участі людини?
4. Які ризики для приватності можуть виникнути, якщо у Твоєму помешканні з'являться IoT пристрої?

ДОСЛІДЖУЄМО

Виконай в електронному додатку вправу «Як працює Інтернет речей у реальному світі».

МОДЕЛЮЄМО

Виконай у робочому зошиті:

1. Завдання «Цифрові ідеї».
2. Моделювальну вправу «Як Софії правильно організувати ефективний бізнес».

ЯК ЦИФРОВІЗАЦІЯ ТА ІНТЕРНЕТ РЕЧЕЙ ЗАСТОСОВУЮТЬСЯ В БІЗНЕСІ?

Цифровізація та Інтернет речей (IoT) сьогодні активно змінюють бізнес. Вони допомагають йому працювати швидше, ефективніше й орієнтуватися на потреби клієнтів.

Варто зазначити, що цифровізація та IoT мають як переваги, так і виклики, які можуть стати суттєвими недоліками (див. рис. 96).



Рис. 96. Переваги і недоліки цифровізації та IoT



ЦІКАВІ ФАКТИ

- ♦ Українська компанія «**Yalantis**» розробила додаток та систему керування «розумним приміщенням» для українського виробника «ConnectHome». Користувачі можуть контролювати пристрої через мобільний додаток чи сайт, отримувати сповіщення, переглядати статистику змін температури тощо.
- ♦ Один із лідерів у галузі розроблення IoT рішень в Україні компанія «**Acropolis**» розробила систему для моніторингу здоров'я в режимі IoT для екстрених випадків — сенсори та пристрої, які передають важливі параметри здоров'я людини. Компанія відслідковує стан обладнання, підключає датчики та робить аналітику.

ДОСЛІДЖУЄМО

Досліди, що таке «цифровий двійник». Знайди приклади його використання в реальному житті. Проаналізуй, як «цифровий двійник» допомагає:

- ♦ прогнозувати несправності обладнання;
- ♦ тестувати нові продукти без наявності їхніх фізичних прототипів;
- ♦ оптимізовувати роботу конвеєра.

МОДЕЛЮЄМО

Уяви, що Ти директор / директорка невеликого заводу з виробництва меблів. Змодельуй, як можна підвищити ефективність роботи завдяки застосуванню IoT.

РОБОТА В ПАРІ / ГРУПІ

Об'єднайтеся в групи і виконайте завдання.

1. Придумайте бізнес з IoT (наприклад, розумна пляшка для води, яка нагадує, коли пити). Представте класу, як він працює і допомагає людям із різними потребами (наприклад, вібрація для людей із порушенням зору).
2. Створіть сценарій 15 секундного відео для TikTok (Instagram, Facebook), яке рекламує ваш уявний IoT продукт (наприклад, розумний рюкзак).
3. Подумайте, як місцевий магазин (наприклад, із морозивом) може використати цифровізацію чи IoT. Придумайте три ідеї, зокрема одну для інклюзії (наприклад, меню шрифтом Брайля в додатку).

ПЕРЕВІРЯЄМО

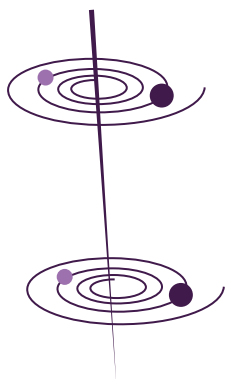
Виконай в електронному додатку тестові завдання.

ПІДСУМОВУЄМО

1. Цифровізація та Інтернет речей (IoT) — це як супергерої для бізнесу! Вони роблять усе швидшим, дешевшим і зручнішим, а ще допомагають усім — від людей з інвалідністю до клієнтів із різних країн.
2. Переваги цифровізації та IoT — у зменшенні витрат, швидкому доступі до послуг, врахуванні потреб різних груп клієнтів, а також у підвищенні точності роботи.
3. Виклики впровадження цифрових технологій та IoT пов'язані з високою вартістю обладнання, ризиками кібератак і необхідністю навчання працівників новим навичкам.

ДОСВІД 2

ЯК ФУНКЦІОНУЄ «ДЕРЖАВА У СМАРТФОНІ»?



Держава у смартфоні для мене — це коли українець може вирішити будь яку свою життєву чи бізнесову ситуацію онлайн в один клік і бажано зі смартфона...

Михайло Федоров, український підприємець, ініціатор електронного сервісу державних послуг «Дія»

Усе починалося з прагнення зробити державні послуги зручними й доступними. Але в умовах війни цифрові сервіси стали єдиним способом підтримувати функціонування держави.

Валерія Іонан, співзасновниця компанії «Quadrate 28» й онлайн журналу для підприємців «MC Today»

- ♦ Як би змінилося Твоє щоденне життя, якби всі документи й довідки можна було отримати за один клік, не виходячи з дому?
- ♦ Чи справді технології можуть зробити державні послуги більш чесними, прозорими та зручними для громадян?

ЩО ТАКЕ «ДЕРЖАВА У СМАРТФОНІ»?



ПІЗНАЄМО

Сьогодні смартфон — це не лише спосіб слухати музику, спілкуватися в соцмережах чи бавитися в ігри. Через нього вже можна спілкуватися з державою: отримувати довідки, записуватися до лікаря, реєструвати місце проживання чи навіть слідкувати за своїми документами. Це називається «держава у смартфоні» — коли більшість важливих послуг доступні онлайн, швидко та без зайвого стресу. Для покоління, яке звикло до всього цифрового, це відкриває нові можливості й змінює уявлення про те, як має працювати влада.

Це не лише технічне нововведення, а й новий підхід до управління, де головною метою є спростити життя людей, зробити державу прозорішою, доступнішою та ближчою до кожного.

Але як саме це влаштовано і що це означає для нас у майбутньому?

«Держава у смартфоні» — це концепція, за якої більшість державних послуг і сервісів стають доступними онлайн через цифрові технології, зокрема мобільні додатки або вебпортали. Вона означає, що громадяни можуть взаємодіяти з державою — отримувати документи, подавати заяви, оплачувати послуги, реєструвати бізнес тощо — швидко, зручно і без потреби особисто відвідувати державні установи.

Ознайомся з основними принципами реалізації концепції «Держава у смартфоні» (див. рис. 97).



Рис. 97. Концепція «Держава у смартфоні»

В Україні концепція «Держава у смартфоні» реалізується через мобільний застосунок та вебпортал «Дія», запущені у 2020 році. Сьогодні через «Дію» громадяни можуть отримувати документи в цифровому форматі (паспорти, водійські посвідчення, свідоцтва про народження дітей тощо), послуги, пільги та соціальну допомогу, користуватися електронним підписом, одружуватися тощо.

ПРАЦЮЄМО З ІНФОРМАЦІЄЮ



Перейди за покликанням <https://qr.orioncentr.com.ua/JBXMx> або скористайся QR-кодом і переглянь відеоматеріал «Держава у смартфоні: цікаві факти про застосунок «Дія»».

Розглянь *рис. 98* та дізнайся, які можливості для громадян надає «Держава у смартфоні».



Рис. 98. «Держава у смартфоні» для громадян

ЦІКАВІ ФАКТИ

- ♦ «Держава і я» — саме так за первісним задумом розшифровувався бренд «Дія». У 2021 році Україна стала першою державою у світі, де цифровий паспорт у «Дії» набув такої самої юридичної сили, як і паперовий. «Дією» користуються понад 20 мільйонів українців. З моменту відкриття через «Дію» зареєстровано більше ніж 500 тисяч нових бізнесів.
- ♦ Цифровими документами в смартфоні користуються також у Польщі, Південній Кореї. Схожі проекти впроваджуються у Великій Британії, Фінляндії, США. Громадяни Естонії користуються цифровою ID картою, з якою можуть онлайн отримувати державні послуги, керувати банківськими рахунками, голосувати через інтернет.

ЯК «ДЕРЖАВА У СМАРТФОНІ» ДОПОМАГАЄ БІЗНЕСУ?

ПІЗНАЄМО

Для підприємців «Держава у смартфоні» означає спрощення ведення бізнесу, адже багато процесів можна виконати онлайн.

Це потужний інструмент, який кардинально змінює правила гри для бізнесу, роблячи його ведення простішим і прозорішим.

«Держава у смартфоні» значно скорочує час на започаткування власної справи й усуває корупційні ризики. Окрім реєстрації, бізнес може

отримати ліцензії, дозволи, витяги та виписки, надіслати податкову звітність і сплатити податки, і все — через смартфон або комп'ютер. Це економить час і гроші, які раніше витрачалися на відвідування державних установ.

Крім того, «Держава у смартфоні» забезпечує прозорість і доступ до державних даних. Бізнес може перевірити інформацію про своїх партнерів, їхній юридичний статус і фінансову історію, що підвищує довіру та зменшує ризики. Наприклад, через відкриті реєстри можна швидко перевірити, чи немає в компанії боргів або чи є вона надійною. Це створює чесне конкурентне середовище.

Також цифрові платформи стають інструментом для державної підтримки бізнесу. Завдяки «Державі у смартфоні» підприємці можуть швидко подати заявку на участь у державних програмах, отримати гранти чи кредити (див. рис. 99).



Рис. 99. «Держава у смартфоні» для бізнесу

МОДЕЛЮЄМО

Виконай у робочому зошиті моделювальну вправу «Відкриття бізнесу через застосунок «Дія»».

ПЕРЕВІРЯЄМО

1. Виконай в електронному додатку вправи «Смартфон громадянина» і «Що зробити в «Дії?»».
2. Виконай в робочому зошиті або електронному додатку завдання-вікторину «Чи знаєш Ти свою е-державу?».

ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ «ДЕРЖАВИ У СМАРТФОНІ»



ПІЗНАЄМО

«Держава у смартфоні» — це майбутнє, яке вже стало частиною нашого життя, але її успіх залежить від того, наскільки добре Ти будеш розвивати цифрову освіту і дбати про безпеку онлайн. Переваги та недоліки «Держави у смартфоні» можна розглядати як дві сторони однієї медалі: технології, що спрощують життя, можуть за певних обставин створювати нові проблеми. Розглянь уважно *рис. 100*.

ПЕРЕВАГИ

- ✓ **Доступність цілодобова**
Послуги доступні з будь-якого місця, у будь-який час — через смартфон або комп'ютер
- ✓ **Швидкість і зручність**
Реєстрація бізнесу, зміна місця проживання, отримання довідок — займає хвилини
- ✓ **Прозорість і антикорупція**
Менше людського фактора — менше шансів на корупцію. Синхронізація з реєстрами
- ✓ **Цифрові документи**
Мають юридичну силу в цифровому форматі
- ✓ **Підтримка**
Субсидії, компенсації, гранти — усе доступне онлайн

НЕДОЛІКИ

- ✗ **Кібербезпека**
Збільшення цифрових точок доступу створює ризики витоку даних або хакерських атак
- ✗ **Цифрова нерівність**
Не всі громадяни мають смартфони, стабільний інтернет або цифрову грамотність
- ✗ **Правові виклики**
Законодавство не завжди встигає за технологіями — потрібен час на адаптацію законів
- ✗ **Технічні збої**
Застосунок може тимчасово не працювати, що створює труднощі для користувачів
- ✗ **Залежність**
Надмірна автоматизація може ускладнити доступ для людей з особливими потребами

Рис. 100. Переваги та недоліки «Держави у смартфоні»



ДИСКУТУЄМО

Як Ти вважаєш, «Держава у смартфоні» має більше переваг чи недоліків? Обґрунтуй свою позицію.



ПРАКТИКУЄМО

Виконай у робочому зошиті завдання «Переваги і недоліки «Держави у смартфоні»».

РОБОТА В ПАРІ / ГРУПІ

**Розгляньте ситуацію.**

15 річна Олена з Коломиї шиє та оздоблює етновिशивкою екосумки й хоче продати їх державному закладу вищої освіти через тендер на електронній системі публічних закупівель «Prozorro», інтегрований із «Дією». Вона не знає, як подати заявку, і боїться, що її дані вкрадуть.

Для довідки: «Prozorro» — це електронна система публічних закупівель в Україні, яка забезпечує прозорість і конкуренцію в тендерах, де державні та комунальні замовники купують товари, роботи чи послуги.

Дайте відповіді на запитання.

- ♦ Як «Дія» допоможе Олені? Які виклики можуть виникати?
- ♦ Як зробити бізнес Олени доступним для користувачів і водночас захищеним від хакерів?

Обговоріть, як Олена використає «Prozorro» та «Дію». Запропонуйте спосіб захисту персональних даних Олени. Напишіть, як ухвалені рішення допоможуть урахувати інклюзію.

ДИСКУТУЄМО

**Дай відповіді на запитання.**

1. Чи хочеш Ти, щоб усі державні послуги містилися в смартфоні?
2. Чи добре, що держава знає Твої дані? Чи це може бути небезпечно?
3. Чи потрібно вчити всіх користуватися такими додатками, як «Дія»?

МОДЕЛЮЄМО

**Виконай завдання.**

1. Придумай, яку послугу Ти б додав / додала до «Дії»?
2. Уяви, що Ти відкриваєш кав'ярню. Напиши, як «Дія» допоможе Тобі.

ПЕРЕВІРЯЄМО



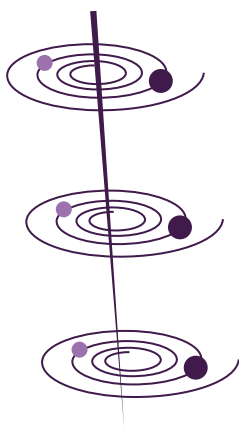
Виконай у робочому зошиті або електронному додатку тестові завдання.

ПІДСУМОВУЄМО



«Держава у смартфоні» спрощує ведення бізнесу, дозволяючи підприємцям швидко реєструвати ФОП, сплачувати податки чи брати участь у тендерах. Реальні приклади показують її ефективність. У 2023 році «Дія» обробила 250 тисяч реєстрацій ФОП, заощадивши мільйони годин. Ти можеш використати ці інструменти для власного бізнесу, зробивши його зручним і доступним для всіх.

ДОСВІД 3

ЩО ТАКЕ ЦИФРОВІ ФІНАНСОВІ ПОСЛУГИ
ТА ІНСТРУМЕНТИ?

Технології дозволяють тобі заробляти й економити одразу зі смартфона.

Джек Дорсі, американський підприємець, співзасновник Twitter і Square

Технологія найкраща, коли вона об'єднує людей.

Метт Мулленвеґ, американський підприємець, співзасновник системи керування вебконтентом «WordPress»

Якщо ти не дивишся в майбутнє й не намагаєшся покращити наявні технології — ти відстанеш.

Ґвінн Шотвелл, американська підприємниця, президентка аерокосмічної корпорації «SpaceX»

- ♦ Пригадай, коли Ти платив / платила за щось за допомогою смартфона чи купував / купувала щось онлайн?
- ♦ Як цифрові фінансові застосунки змінюють наше життя?

ЩО ТАКЕ ЦИФРОВІ ФІНАНСОВІ ПОСЛУГИ?



ПІЗНАЄМО

У сучасному світі цифрові технології стрімко змінюють спосіб, у який ми взаємодіємо з грошима.

Цифрові фінансові послуги — це інструменти, які дозволяють керувати грошима через інтернет або смартфон.

Такі послуги з'явилися, бо люди хочуть, щоб усе було швидко, зручно і без зайвих відвідувань банку. Наприклад, Ти можеш користуватися грошима через інтернет або смартфон: переказати гроші друзям через додаток, оплатити щось у магазині смартфоном або перевірити, скільки грошей є на картці, не йдучи до банку. Це зручно, швидко і не потрібно носити багато готівки.

Розглянь основні види цифрових фінансових послуг:



Рис. 101. Основні види цифрових фінансових послуг

ЦІКАВІ ФАКТИ

- ◆ Перший цифровий платіж у світі зробили в 1997 році у Фінляндії — купили газовану воду через SMS!
- ◆ Понад 3,6 мільярда людей користуються онлайн банкінгом. Це майже половина населення Землі.
- ◆ Україна — серед лідерів світу за безконтактними платежами. Близько 95 % оплат в Україні здійснюються безконтактно — смартфоном, смартгодинником або банківською картою з NFC (технологія безпроводного передавання даних малого радіуса дії, яка дозволяє обмінюватися інформацією між пристроями на відстані близько 10 см). Це один із найвищих показників у світі!
- ◆ Українські банки та стартапи вже підтримують оплату через смартприкраси, наприклад, каблучки із чипом NFC.
- ◆ Щороку в Україні через мобільні додатки здійснюється понад 2 мільярди транзакцій! Найпопулярніший спосіб — оплата через QR коди. Це швидко і зручно.
- ◆ Раніше держава витрачала на одну офлайн послугу понад 1500 грн. Зараз витрата на одну послугу в онлайні — у шість разів дешевше — у середньому 242 грн.

ДИСКУТУЄМО

Дай аргументовану відповідь на запитання.

- ◆ Як безпечніше платити: через смартфон чи готівкою?

РОБОТА В ПАРІ / ГРУПІ

Придумайте назву та три функції для уявного мобільного додатка для платежів. Намалюйте логотип і презентуйте ідею класу.

МОДЕЛЮЄМО

Ти хочеш оплатити підписку на стримінговий сервіс за 150 грн/міс. через додаток банку. У Тебе є 500 грн на картці. Змодельуй:

1. Скільки місяців Ти зможеш оплачувати підписку?
2. Що зробиш, якщо сервіс попросить підтвердити платіж через SMS?

ПРАКТИКУЄМО

Виконай у робочому зошиті завдання:

1. «Оплата покупки через цифровий сервіс».
2. «Безпечне користування цифровими фінансами».

ЯКІ ІНСТРУМЕНТИ ЦИФРОВИХ ФІНАНСОВИХ ПОСЛУГ ТИ МОЖЕШ ВИКОРИСТОВУВАТИ?

ПІЗНАЄМО

У сучасному світі фінансові послуги доступні не лише в банках, а й у Твоєму смартфоні. Для цього існують спеціальні інструменти цифрових фінансів, які допомагають легко, швидко та безпечно керувати грошима. Розглянемо, що це за інструменти і як ними користуватися.

Інструменти цифрових фінансових послуг — це програми чи сервіси, які допомагають Тобі керувати грошима. Найпопулярніші з них представлені на *рис. 102*.

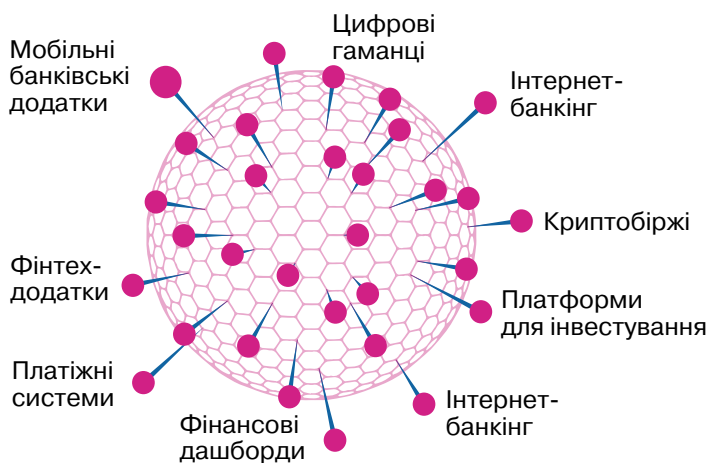


Рис. 102. Інструменти цифрових фінансових послуг



ПРАЦУЄМО З ІНФОРМАЦІЄЮ

Перейди за покликанням <https://qr.orioncentr.com.ua/ltFDp> або скористайся QR-кодом і розглянь детальніше інформацію про популярні цифрові інструменти та приклади їх використання.

ЦІКАВІ ФАКТИ

- ♦ Україна потрапила в трійку світових лідерів із використання криптоактивів, поступившись тільки В'єтнаму та Філіппінам. Користувачів криптовалюти серед українців більше, ніж у інших європейських країнах і США.
- ♦ Перша криптовалютна картка в Україні — «Weld Money». «Юнекс Банк» у співпраці з «Mastercard» запустили першу криптовалютну картку для всіх користувачів в Україні. Власники таких карток могли оплачувати свої покупки за допомогою криптовалюти. Однак команда платформи «Weld Money» оголосила про припинення діяльності в Україні через військові та регуляторні обмеження.

РОБОТА В ПАРІ / ГРУПІ

У групах по 3–4 особи оберіть один інструмент цифрових фінансових послуг («Monobank», «Google Pay», «Приват24»). Назвіть три причини й обґрунтуйте, чому цей інструмент найкращий для підлітків, і презентуйте класу (2 хв).

ПРАКТИКУЄМО

1. У робочому зошиті розглянь ситуації та виконай завдання, розв'яжи кросворд.
2. Виконай в електронному додатку завдання «Мій цифровий банкінг».

ЯКІ ПЕРЕВАГИ ТА РИЗИКИ ЦИФРОВИХ ФІНАНСОВИХ ПОСЛУГ?

ПІЗНАЄМО

Цифрові фінансові послуги — справжні помічники в повсякденному житті. Вони роблять Твоє життя зручнішим, але мають і певні ризики.

Щоб отримати максимальну користь від цифрових фінансових послуг та уникнути проблем, важливо бути обережним / обережною. Переваги роблять ці сервіси дуже зручними, але Ти маєш завжди пам'ятати про ризики, щоб захистити свої гроші. Тому використовуй надійні паролі, перевіряй сайти перед оплатою і не відповідай на підозрілі повідомлення.

Щоби безпечно користуватися цими сервісами, розберемося, яка з них користь і на що треба звернути увагу. Для цього розглянь уважно *рис. 103*.



Рис. 103. Переваги й недоліки цифрових фінансових послуг



ЦІКАВІ ФАКТИ

- ♦ Шахраї використовують інструменти штучного інтелекту (ШІ). За допомогою ШІ злочинці можуть підробити Твої світлини, відео і навіть голос. Вони зламують акаунти в месенджерах та просять позичити гроші в друзів власника акаунту. Щоби бути переконливішими, шахраї надсилають голосові повідомлення, клонуючи голос людини за допомогою ШІ, використовуючи записи, які людина раніше надсилала в чатах.
- ♦ В Україні за підтримки НБУ стартувала освітня онлайн гра «Здолай шахрая!», створена Українською міжбанківською асоціацією членів платіжних систем «ЄМА». Її мета — підвищити обізнаність громадян щодо правил безпечного користування платіжними інструментами та сервісами. «Здолай шахрая!» — це гра симуляція, де гравці потрапляють у змодельовані ситуації різних видів платіжного шахрайства, отримують інформацію про наслідки ухвалених ними рішень і поради, як розпізнавати шахрайство та захищатися.



ДИСКУТУЄМО

Дай відповідь на запитання.

1. Чи варто довіряти цифровим фінансовим сервісам свої гроші?
2. Назви одну перевагу й один ризик, які впливають на Твій вибір.

РОБОТА В ПАРІ / ГРУПІ

У групах по 3–4 особи придумайте сценарій, як шахраї можуть украсти гроші через цифрові сервіси, і два способи, як цьому запобігти. Презентуйте класу (2 хв).

Наприклад, «Шахрай надсилає фальшиве повідомлення — не натискай!».

ПРАКТИКУЄМО

У робочому зошиті розглянь ситуації та виконай завдання.

ЯК БЕЗПЕЧНО КОРИСТУВАТИСЯ ЦИФРОВИМИ ФІНАНСОВИМИ ПОСЛУГАМИ?

ПІЗНАЄМО

Цифрові фінансові послуги, такі як мобільні додатки банків, онлайн-платежі чи навіть криптовалюти, роблять наше життя зручнішим. Ти можеш переказувати гроші, оплачувати покупки чи інвестувати, не виходячи з дому. Але водночас із цими можливостями з'являються ризики. Щоб Твої гроші й особисті дані залишалися в безпеці, дотримуйся простих правил, які допоможуть захистити свої дані від шахраїв:



- Використовуй офіційні додатки та сайти
- Увімкни двофакторну автентифікацію
- Регулярно оновлюй програмне забезпечення
- Використовуй складні паролі та менеджери паролів
- Слідкуй за сповіщеннями про транзакції



- Не вводь дані на підозрілих сайтах
- Не користуйся публічним Wi-Fi для фінансових операцій
- Не передавай свої дані третім особам
- Не ігноруй підозрілі активності на банківській карті
- Не зберігай паролі у відкритому вигляді

Рис. 104. Як безпечно користуватися фінансовими послугами

ДИСКУТУЄМО

Чи варто ділитися паролем від банківського додатка з другом, якщо він обіцяє повернути гроші?

 ПРАЦЮЄМО З ІНФОРМАЦІЄЮ

Перейди за покликанням <https://qr.orioncentr.com.ua/4Mcgx> або скористайся QR-кодом і дізнайся більше про шахрайство на фінансовому ринку, нові методи й інструменти протидії злочинцям.

 ЦІКАВІ ФАКТИ

- ◆ Шахрайство стабільно входить у трійку найпоширеніших злочинів у галузі фінансів — разом із корупцією та відмиванням коштів. У середньому кожна друга компанія у світі стикалася з певною формою шахрайства, але більшість не повідомляє про це офіційно.
- ◆ Опитування показало, що серед найбільш вразливих груп фінансових шахраїв — молодь (18–24 роки) і люди, старші за 65 років.

 ПРАКТИКУЄМО

Виконай у робочому зошиті завдання.

 МОДЕЛЮЄМО

Виконай в електронному додатку завдання «Розкрий шахрайську схему!».

 ПЕРЕВІРЯЄМО

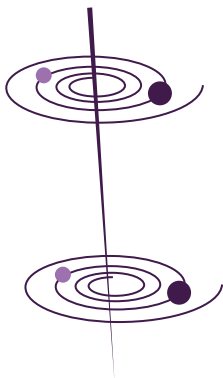
Виконай в електронному додатку тестові завдання.

 ПІДСУМОВУЄМО

1. Цифрові фінансові послуги з'явилися, бо люди хочуть, щоб усе було швидко, зручно і без зайвих відвідин банку. Це інструменти, які дозволяють керувати грошима через інтернет або смартфон. Такі послуги є зручними, швидкими і не потребують використання готівки.
2. У сучасному світі фінансові послуги — у Твоєму смартфоні. Для цього існують спеціальні інструменти цифрових фінансових послуг — це програми чи сервіси, які допомагають Тобі керувати грошима.
3. Щоб отримати максимальну користь від цифрових фінансових послуг і уникнути проблем, важливо бути обережним / обережною. Переваги роблять ці сервіси дуже зручними, але варто завжди пам'ятати про ризики, щоб захистити свої гроші. Тому слід використовувати надійні паролі, перевіряти сайти перед оплатою і не відповідати на підозрілі повідомлення.

ДОСВІД 4

ЯК БІЗНЕС ВИКОРИСТОВУЄ ШТУЧНИЙ ІНТЕЛЕКТ?



Штучний інтелект, глибоке навчання, машинне навчання — що б ви не робили, якщо ви цього не розумієте, навчіться. Інакше через три роки ви станете динозавром.

Марк К'юбан, американський підприємець мільярдер, інвестор

Штучний інтелект має величезний потенціал для вирішення найбільших проблем суспільства — від змін клімату до нерівності в охороні здоров'я. Ви користуйтеся його відповідально, щоб створити справедливіший світ.

Кетрін Горман, співзасновниця та продюсерка подкасту «Talking Machines»

- ♦ Чи користувався / користувалася Ти сервісами «Netflix» або «Spotify»?
- ♦ Як штучний інтелект персоналізує контент для Тебе, рекомендує товари або покращує обслуговування?

ЩО ТАКЕ ШТУЧНИЙ ІНТЕЛЕКТ І ЯК ВІН ПРАЦЮЄ В БІЗНЕСІ?

ПІЗНАЄМО



У сучасному світі стрімкого розвитку технологій невід'ємною частиною бізнес-середовища поступово стає штучний інтелект (ШІ). Його вплив уже помітний у багатьох галузях — від фінансів до охорони здоров'я, від виробництва до маркетингу. Компанії, які вміло інтегрують ШІ у свої процеси, отримують значні переваги: підвищення ефективності, зниження витрат і поліпшення якості обслуговування клієнтів.

Штучний інтелект (ШІ) — це комп'ютерні системи, які імітують людські здібності, такі як аналіз, навчання, ухвалення рішень чи творчість. У бізнесі ШІ діє як розумний помічник, що обробляє величезні обсяги даних швидше і точніше, ніж людина. Його основа — це алгоритми, які «вчать» на основі даних, щоб виконувати конкретні завдання.

III використовує кілька провідних технологій (див. рис. 105).

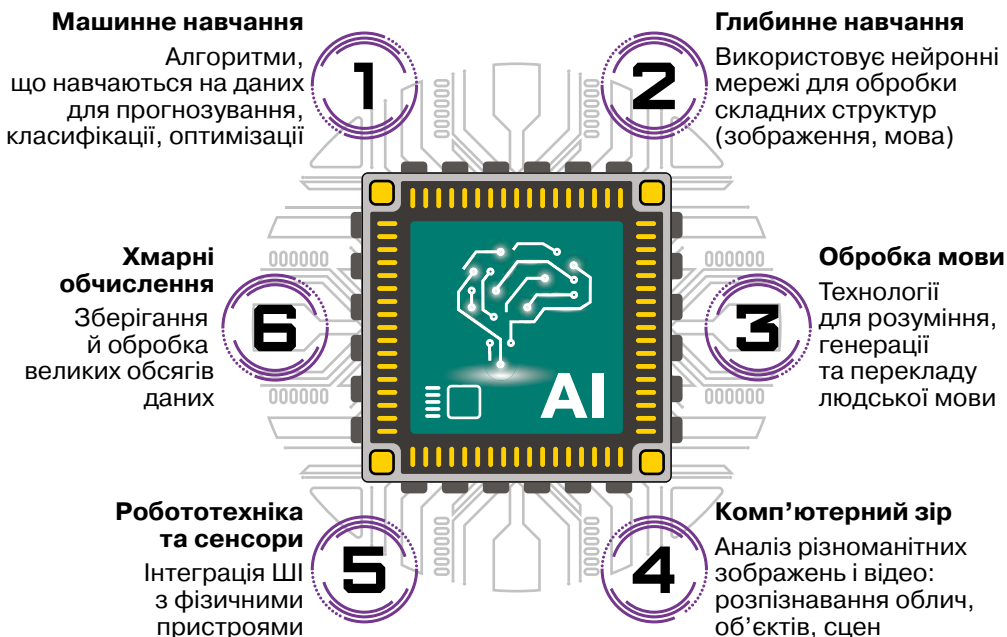


Рис. 105. Як працює ШІ

У бізнесі ШІ працює так: Ти вводиш дані (наприклад, інформацію про продажі), алгоритм їх аналізує та пропонує рішення (наприклад, як збільшити прибуток). Це економить час і допомагає ухвалювати кращі рішення.

Ось кілька прикладів використання ШІ в бізнесі:

1. Чат-боти. Уяви, що замовляєш піцу онлайн, а чат-бот відповідає на Твої запитання про меню чи доставку. Це економить час працівників.

2. Рекомендаційні системи. Різноманітні стримінгові сервіси пропонують Тобі контент на основі Твоїх попередніх переглядів чи прослуховувань.

3. Логістика. Великі маркетплейси використовують ШІ для планування маршрутів доставлення, щоб зменшити витрати на паливе.

4. Маркетинг. ШІ аналізує, які рекламні кампанії приваблюють більше клієнтів, й оптимізує їх.



МОДЕЛЮЄМО

Уяви, що Ти власник / власниця інтернет-магазину одягу. Опиши, як можна впровадити чат-бот для спілкування з клієнтами: які функції він виконуватиме та як допоможе покращити сервіс.

ЦІКАВІ ФАКТИ



- ♦ Галузь дослідження ШІ заснували в 1956 році. Саме тоді термін «штучний інтелект» уперше використано на конференції в Дартмутському коледжі, яку організував **Джон Маккарті**, який і вигадав цей термін.
- ♦ Перша гра в шахи проти ШІ відбулася в 1950 році. **Алан Тюрінг** розробив алгоритм, який міг грати в шахи на основі математичних обчислень, що стало одним із перших застосувань ШІ.
- ♦ 4 мільярди гаджетів сьогодні облаштовані технологією штучного інтелекту. Найчастіше — це система розпізнавання голосу.
- ♦ За шість років очікується зростання ринку програм із ШІ в 50 разів, з 1,4 до 59,8 млрд дол. США. Тож 38 % професій у США стануть неактуальними через розвиток штучного інтелекту.

ДИСКУТУЄМО



Дай відповіді на запитання.

1. Чи може штучний інтелект повністю замінити людей у бізнесі?
2. У яких галузях бізнесу використання ШІ найефективніше?

ЯКІ ПЕРЕВАГИ ДАЄ ШТУЧНИЙ ІНТЕЛЕКТ ДЛЯ БІЗНЕСУ ТА ЯКІ ОБМЕЖЕННЯ ЙОГО ВПРОВАДЖЕННЯ?

ПІЗНАЄМО



ШІ надає бізнесу безліч можливостей, допомагаючи економити ресурси, залучати клієнтів і залишатися конкурентоспроможним. Він корисний як для великих компаній, так і для маленьких підприємців, які хочуть розвиватися. Зокрема, у роздрібній торгівлі магазини використовують ШІ для прогнозування попиту та створення персоналізованих знижок. У виробництві ШІ перевіряє якість продукції на конвеєрі швидше, ніж людина. А в галузі фінансів банки застосовують ШІ для виявлення шахрайських операцій, аналізуючи транзакції в реальному часі.

ШІ потребує інвестицій у технології, навчання працівників і захист даних. Для маленьких бізнесів це може бути викликом, але навіть прості інструменти, як чат-боти, уже доступні за низькою ціною.

Щоб зменшити ризики від використання ШІ, спеціалісти рекомендують:

- ♦ використовувати надійні системи захисту даних;
- ♦ перевіряти алгоритми на упередженість;
- ♦ навчати працівників працювати разом із ШІ, а не замість нього.

Поряд із великими перевагами застосування ШІ в бізнесі можна знайти і слабкі сторони, зазначені на *рис. 106* на с. 266.

ПЕРЕВАГИ

- ✓ **Економія часу та грошей**
Автоматизує рутинні завдання, знижуючи витрати
- ✓ **Прогнозування**
Аналізує дані для передбачення попиту та зменшення ризиків
- ✓ **Персоналізація**
Пропонує клієнтам товари й послуги за їхніми інтересами
- ✓ **Оптимізація процесів**
Швидко обробляє дані, звіти та клієнтську інформацію
- ✓ **Інновації**
Сприяє створенню нових продуктів і технологій

НЕДОЛІКИ

- ✗ **Висока вартість**
Розроблення ШІ потребує значних ресурсів і часу
- ✗ **Брак творчості**
Діє за алгоритмами, не здатен мислити нестандартно
- ✗ **Немає емоцій**
Не має співчуття, тому не підходить для догляду
- ✗ **Скорочення робочих місць**
Автоматизація замінює людей у рутинних завданнях
- ✗ **Етичні ризики**
Збирає дані про покупки та поведінку людей, може виникати дискримінація, не несе відповідальність за помилки

Рис. 106. Переваги та недоліки застосування ШІ

ЦІКАВІ ФАКТИ

- ◆ Експерти припускають, що до 2030 року роботи замінять 30 % людської праці, тобто майже 800 мільйонів робочих місць.
- ◆ «Google» використовує ШІ для пошукових запитів. Від 2015 року компанія використовує штучний інтелект під назвою «RankBrain», щоб покращити результати пошуку і краще розуміти, чого саме шукає користувач.
- ◆ «Amazon» аналізує замовлення та профілі користувачів за допомогою ШІ, щоби покращити процес рекомендації продуктів.
- ◆ «Netflix» використовує машинні алгоритми для аналізу смаків людей і налаштування стрічки відповідно до цих даних.
- ◆ «Apple» звернулася до штучного інтелекту для розроблення функції FaceID (розпізнавання обличчя).

ПРАЦЮЄМО З ІНФОРМАЦІЄЮ

Перейди за покликанням <https://qr.orioncentr.com.ua/HDmld> або скористайся QR-кодом і дізнайся більше про роль ШІ в бізнесі.



ДОСЛІДЖУЄМО



Виконай в електронному додатку завдання «Переваги й обмеження використання ШІ в бізнесі».

РОБОТА В ПАРІ / ГРУПІ



Об'єднайтеся в групи та проведіть гру «Створюємо етичний ШІ». Визначте між групами ролі:

- ♦ розробники ШІ (пропонують ідею продукту);
- ♦ користувачі (ставлять запитання про етику, безпеку, конфіденційність);
- ♦ контролери (оцінюють, чи відповідає продукт етичним нормам).

Проаналізуйте, чи вдалося створити «етичний» ШІ.

ДИСКУТУЄМО



Дай відповіді на запитання.

1. Чи може ШІ ухвалювати рішення, які впливають на життя людей (наприклад, кредитування, лікування)?
2. Як уникнути упередженості в алгоритмах?
3. Хто має нести відповідальність за помилки ШІ?

ПРАКТИКУЄМО



Виконай у робочому зошиті завдання «Штучний інтелект і ризики його використання в бізнесі».

ЯК ПІДГОТУВАТИСЯ ДО ВИКОРИСТАННЯ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ В БІЗНЕСІ?

ПІЗНАЄМО



ШІ стає невід'ємною частиною бізнесу, і в майбутньому він буде ще важливішим. Якщо Ти хочеш стати підприємцем / підприємницею, Тобі потрібно знати, як використовувати ШІ, щоб залишатися конкурентоспроможним / конкурентоспроможною. Здобуття знань у галузі новітніх технологій та наближення до професій, що формуватимуть майбутнє, доступне кожному / кожній. Сьогодні існує можливість здобути освіту за спеціальностями, пов'язаними із ШІ, який трансформує сфери від фінансів до медицини. Хто володітиме цими інструментами — матиме суттєву перевагу. Зараз саме час зробити перші кроки в цьому напрямі, щоб не лише відповідати викликам часу, а й випереджати їх.

Розглянь *рис. 107*, щоб зрозуміти, із чого Ти можеш почати.

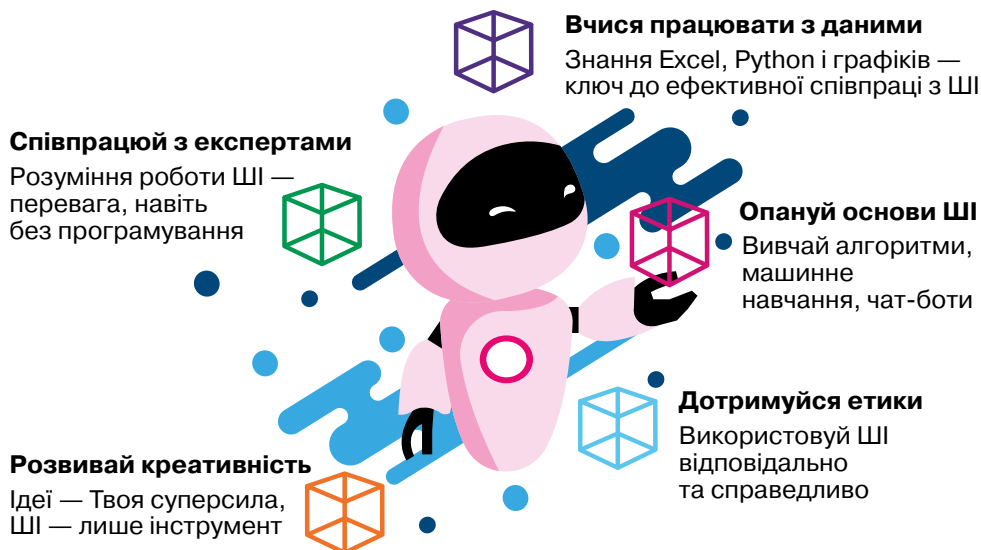


Рис. 107. Здобуття знань у галузі новітніх технологій

Щоб освоїти ШІ-технології, Ти можеш скористатися порадами та ресурсами, які можуть у цьому допомогти. Зокрема, Ти маєш змогу:

- ♦ відвідувати онлайн-курси провідних фахівців;
- ♦ переглядати відео та вебінари експертів;
- ♦ читати спеціалізовані блоги та форуми, знайомлячись із досвідом спільноти;
- ♦ виконувати проекти і розвивати спеціальні навички.

Читання актуальної літератури може також Тобі допомогти здобути глибокі знання із ШІ та інших технологій.

ЯК ШТУЧНИЙ ІНТЕЛЕКТ ВПЛИНЕ НА ТВОЮ КАР'ЄРУ?



ПІЗНАЄМО

У майбутньому ШІ змінить багато професій. Наприклад, маркетологи використовуватимуть ШІ для аналізу реклами, а підприємці — для створення нових продуктів. Твоє завдання — навчитися працювати разом із ШІ, щоби бути попереду. Для роботи в галузі штучного інтелекту потрібний набір специфічних навичок, який поєднує як технічні навички (hard skills), так і м'які (soft skills). Вони допомагають фахівцям ефективно використовувати ШІ-системи. Детальніше про основні навички, які знадобляться для кар'єри в цій галузі, можна дізнатися з *рис. 108* на с. 269.



Рис. 108. Навички для роботи в галузі штучного інтелекту

Попри розвиток ШІ, повністю автоматизувати найближчим часом не вдасться професії, що потребують творчості, соціальних і технічних навичок, а також тих, що пов'язані з етикою.

ПРАЦЮЄМО З ІНФОРМАЦІЄЮ



1. Перейди за покликанням <https://qr.orioncentr.com.ua/a28pp> або скористайся QR-кодом і дізнайся про десять галузей, які ШІ може замінити в майбутньому.



2. Перейди за покликанням <https://qr.orioncentr.com.ua/m0Wk3> або скористайся QR-кодом і дізнайся більше про десять професій майбутнього.

ПРАКТИКУЄМО

Виконай у робочому зошиті завдання.

 ДОСПІДЖУЄМО

Обери одну з професій, яка, на Твою думку, не дуже залежатиме від ШІ. Чому Ти вважаєш, що обрана Тобою професія більше залежатиме від людського фактора, а не від ШІ?

 ПЕРЕВІРЯЄМО

Виконай в електронному додатку:

1. Моделювальну вправу «Як ШІ вплине на кар'єру?».
2. Тестові завдання.

 ПІДСУМОВУЄМО

1. Штучний інтелект (ШІ) — це технологія, яка імітує розумові здібності людини: аналізує, навчається, ухвалює рішення. ШІ вже активно використовується в маркетингу, логістиці, обслуговуванні клієнтів, фінансах. Віртуальні асистенти, чат-боти, персоналізована реклама — все це приклади застосування ШІ.
2. За допомогою ШІ бізнес може швидше обробляти дані й точніше передбачати потреби клієнтів. Використання ШІ дозволяє економити час і ресурси, а також підвищувати якість обслуговування.
3. Водночас важливо враховувати етичні питання: приватність даних, прозорість рішень, вплив на працевлаштування.

 ОЦІНЮЄМО

Продовж у робочому зошиті речення та оціни рівень своїх знань.

ОПАНОВУЮЧИ ТЕМУ, Я

запам'ятав / запам'ятала

дізнався / дізналася

спробував / спробувала

навчився / навчилася

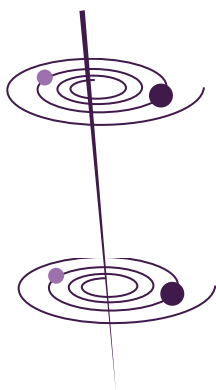
зрозумів / зрозуміла

мав / мала труднощі з



ВИСНОВКИ

ПІДКОРЮЄМО ПРОСТІР ВСЕСВІТУ ПІДПРИЄМНИЦТВА СПІЛЬНО!



Секрет успіху — наполеглива праця, відданість своїй справі, любов до людей, а головне — ніколи, ніколи, ніколи не здаватися!

Тарас Демкура, український підприємець, колекціонер, меценат, видавець

Завжди ставте перед собою високі цілі, наполегливо працюйте та щиро дбайте про те, у що вірите. І коли ви спотикаєтесь — зберігайте віру. А коли вас збивають із ніг — одразу піднімайтесь і ніколи не слухайте тих, хто каже, що ви не можете або не маєте йти далі.

Гілларі Клінтон, американська політична діячка, дипломатка, юристка

- ♦ *Що з вивченого курсу допомогло Тобі зрозуміти, чи готовий / готова Ти брати на себе відповідальність, ухвалювати рішення та діяти ініціативно як справжній підприємець / справжня підприємниця?*
- ♦ *Які особисті якості та навички Ти вважаєш найбільш корисними для створення власної справи, і над чим ще варто попрацювати, щоб стати успішним / успішною в бізнесі?*

ПІДСУМОВУЄМО



Бути підприємцем / підприємницею — це не лише про гроші. Це про ініціативу, рішучість, відповідальність і бажання змінювати світ на краще. Ми з Тобою впродовж року підкорювали Всесвіт Підприємництва, подорожуючи різними планетами та формуючи власний досвід підприємливої особистості.

Ми зазирали в справжній світ бізнесу — з його викликами, можливостями та сучасними інструментами.

Ми дискутували про економічний спосіб мислення, дізнавалися, як важливо планувати свій час, розставляти пріоритети, вчилися діяти з повагою до інших і формувати хорошу репутацію.

Опанування мистецтва створення бізнес-плану дозволило зрозуміти весь непростий шлях: від ідеї до прибутку. Ти розібрався / розібралася, як впливають капітал, доходи і витрати на успіх справи.

Разом ми оцінювали, чи вистачить власних коштів для розвитку власної справи, коли краще шукати позики, і що таке альтернативне фінансування.

Ти зрозумів / зрозуміла, що бізнес — це не лише про прибуток, капітал, доходи і витрати, а й про соціальну відповідальність. Успішний підприємець думає не тільки про себе, а й про навколишній світ.

І Ти знаєш, що чесність бізнесу у взаємовідносинах із державою — це не лише морально, а й вигідно. А ще Ти занурився / занурилася у світ Інтернету речей і штучного інтелекту, щоб іти в ногу із часом.

На шляху свого бізнес-становлення Ти обов'язково припускати-мешся помилок, що цілком нормально. Якщо Ти знатимеш про ці помилки завчасно — зможеш ставитися до них не як до катастрофічних наслідків, а як до нових можливостей. Ознайомся із 10 помилками підприємців-новачків, яких вони найчастіше припускаються під час створення власного бізнесу:



Рис. 109. Помилки підприємців новачків

Ознайомся з порадами від українських бізнесменів і бізнес-леді — Тараса Кицмея (співзасновника IT-компанії «SoftServe»), Юрія Заремби (засновника та директора SaaS-платформи для автоматизації юридичних документів «AXDRAFT»), Олександра Ярусевича (співзасновника маркетплейсу репетиторів «BUKI»), Марії Гаврилук (співзасновниці

бренду виняткових речей «Gunia project»), які допоможуть Тобі уникати помилок підприємців-новачків:



Рис. 110. Поради від українських бізнесменів і бізнес леді

А ще українські та зарубіжні бізнесмени та бізнес-леді вважають, що успішний підприємець / успішна підприємниця завжди вміє правильно збалансовувати життєві цінності. Методику аналізу та планування життя вони рекомендують проводити за допомогою колеса балансу власних життєвих цінностей. Це важливо, оскільки Ти зможеш навчитися знаходити баланс у таких важливих сферах життя, як кар'єра, фінанси, саморозвиток, здоров'я, оточення і спілкування, стосунки, дозвілля та духовність.

МОДЕЛЮЄМО



Змоделюй у робочому зошиті «Колесо балансу власних життєвих цінностей». Оціни власні пріоритети та проаналізуй, на що Тобі варто звернути увагу, щоб уже сьогодні правильно ставити цілі та досягати балансу цінностей.

Як бачиш, шлях підприємця / підприємниці — це завжди виклики. Проте успішні бізнесмени й бізнес-леді не бояться проблем — вони їх прораховують і діють на випередження. Якщо Ти відчуваєш у собі ініціативу, рішучість, відповідальність і бажання змінювати світ на краще — отже, цей курс — Твій перший крок і дороговказ у велику подорож Всесвітом Підприємництва.



ПРАКТИКУЕМО

Виконай в електронному додатку інтерактивні завдання:

1. «Мій бізнес шлях».
2. «Правда — неправда».
3. «Так чи ні».
4. «Мій перший крок».
5. «Розподіли правильно».
6. Задачі.



ДОСПІДЖУЕМО

Виконай у робочому зошиті завдання.



ПЕРЕВІРЯЕМО

Виконай в електронному додатку тестові завдання для виявлення Твоїх знань з основ підприємництва.



ОЦІНЮЕМО

Проаналізуй, наскільки добре Ти опанував / опанувала курс, даючи відповіді на питання, та зроби висновок про його корисність для Твого майбутнього.

ОПАНОВУЮЧИ КУРС, Я

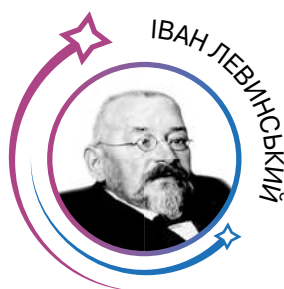
запам'ятав / запам'ятала
дізнався / дізналася
спробував / спробувала
навчився / навчилася
зрозумів / зрозуміла
мав / мала труднощі з

ВИДАТНІ ПІДПРИЄМЦІ

Етап I. Період первинного нагромадження капіталу
(кінець XVIII ст. – кінець XIX ст.)

Джон Д. Рокфеллер — нафта і мільярди. Рокфеллер починав із маленької нафтової компанії, але швидко зрозумів, що головне — не просто видобувати нафту, а контролювати її переробку та продаж. Його компанія «Standard Oil» стала монополістом: вона контролювала 90 % ринку США. Підприємець вважав, що прибуток — це інструмент, щоб змінювати світ, і віддав мільйони доларів на університети, науку, лікарні. Навіть сьогодні його статки (якщо перерахувати на сучасні гроші) були б найбільшими в історії.

Артемій Терещенко — засновник родинної бізнес-імперії. Він починав із дрібної торгівлі кормовим зерном в ятці, а за кілька років уже продавав деревину та зерно на південь. Згодом родина Терещенків починає будувати цукрові заводи та завдяки цьому набуває мільйонних статків. Це допомагає розпочати меценатську діяльність. Артемій будував лікарні, школи, допомагав бідним, тобто спрямовував кошти на розвиток громади.



Іван Левинський — архітектор і підприємець Львова. Іван закінчив Львівську політехніку та в юному віці відкрив архітектурну майстерню, а в 1888 му — завод із виробництва керамічної плитки і печей. Його фабрика була однією з найбільших у Східній Галичині: близько 1900 року на підприємстві працювало до 800 майстрів. Паралельно архітектор утілював власні проекти у Львові: стадіони, житлові будинки, готелі, театр і вокзал. Його плитка зі стилізованими українськими орнаментами стала візитівкою модерністської архітектури міста.

Ендрю Карнегі — король сталі, що став благодійником. Карнегі емігрував у США із Шотландії без грошей. Він починав робітником, а потім вклав кошти у виробництво сталі — і створив одну з найпотужніших компаній свого часу. Але замість того, щоб жити в розкоші, він витратив майже всі свої статки на будівництво бібліотек, театрів, університетів. Його фраза «Хто помирає багатим — помирає з ганьбою» стала гаслом для багатьох бізнесменів.



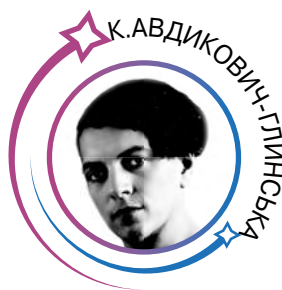
Етап II. Індустріальний розвиток (початок XX ст. – 1930-ті рр.)

Генрі Форд — людина, яка поставила світ на колеса.

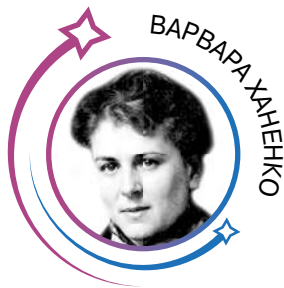
Форд не винайшов автомобіль, але він зробив його доступним для кожної родини. Завдяки конвеєру його автомобілі «Model T» вироблялися в кілька разів швидше й дешевше. Він також першим почав платити робітникам вищу заробітну плату — щоб вони могли купувати те, що виробляють. Форд не лише створив компанію, він змінив увесь світогляд: авто стало не розкішшю, а звичайним засобом пересування.



Климентина Авдикович-Глинська — жінка, яка перетворила цукор на імперію. Після втрати чоловіка Климентина не зневірилася. Вона невпинно думала, як вийти із ситуації цілковитого безгрошів'я. Продала швейну машинку, купила на виручене цукор і... створила бізнес. Так народилася її перша кондитерська майстерня, а згодом — легендарна фабрика «Фортуна Нова» у Львові. Тож донька священника та громадського діяча, колишня викладачка інституту для дівчат стала підприємницею. У 1920-х роках її цукерки купували в Галичині, на фабриці працювало понад 100 людей, більшість — жінки. Але Климентина була не лише бізнес-леді — вона підтримувала жіночі організації, влаштовувала виставки, допомагала іншим ставати на ноги. Підприємниця не тільки варила карамель — вона будувала українську економіку. І навіть після втрати бізнесу залишилася символом сили, витримки й жіночого підприємництва.



Варвара Ханенко — освітянка та колекціонерка. Дочка цукрового магната Степана Терещенка, одного з найбагатших людей Лівобережної України. Варвара разом із чоловіком, Богданом Ханенком, юристом і колекціонером, організувала першу ремісничу школу у Василькові, виставки народного мистецтва, заснувала майстерні та створила приватний музей. Після революційних подій Варвара відмовилася виїжджати, зберегла та подарувала колекцію Києву — її ім'я назавжди пов'язане з культурною спадщиною України.

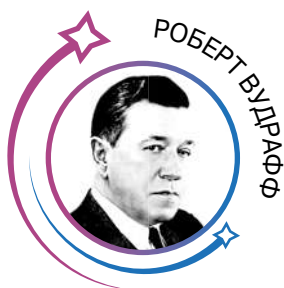


Етап III. Післякризовий перехід — маркетингова орієнтація (1930-ті – 1950-ті рр.)



Есте Лаудер — королева косметики. Есте з дитинства захоплювалася кремами, які виготовляв її дядько. Вона починала продавати косметику в салонах краси, пропонуючи пробники — новинку того часу. Згодом жінка заснувала власну компанію, яка з маленького бізнесу виросла у світовий бренд. «Estee Lauder» сьогодні — це десятки преміум-брендів у всьому світі. Підприємниця, яка народилася в незаможній емігрантській родині, вірила, що краса — це не розкіш, а доступний засіб для впевненості кожної жінки.

Гарланд Сандерс — полковник із кухні. Сандерс у віці 40 років почав готувати смажену курку в невеликому придорожньому кафе в штаті Кентуккі. Його рецепт із 11 секретних трав і спецій здобув популярність серед водіїв і подорожніх. Через 20 років Сандерс розпочав продавати франшизу під брендом «Kentucky Fried Chicken» (KFC). Його впізнаваний образ — білий костюм, метелик і звання «полковник Кентуккі» — став символом довіри та смаку. Він створив не лише рецепт, а й легенду: вік, брак стартового капіталу та життєві труднощі не завадили йому побудувати одну з найбільших фаст-фуд-мереж у світі. Його приклад надихає мільйони — почати ніколи не пізно.



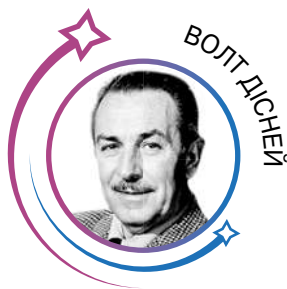
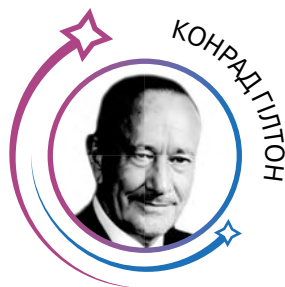
Роберт Вудрафф — архітектор глобального успіху «Coca-Cola». Президент «The Coca-Cola Company» перетворив кока-колу з американського бренду на глобальний символ способу життя. Підприємець зробив ставку на масовий маркетинг, розширив дистрибуцію по всьому світу та зробив напій обов'язковим елементом американської армії: під час Другої світової понад 60 мобільних заводів забезпечували солдатів колою навіть на фронті. Саме це заклало фундамент для всесвітньої впізнаваності бренду. Його головний принцип: «Кока-кола має бути доступною будь-де, будь-коли та будь-кому». Завдяки цьому «Coca-Cola» стала першою справжньою глобальною торговою маркою, що об'єднала покоління і культури.

Етап IV. Постіндустріальний розвиток (1950-ті – 1980-ті рр.)



Рей Крок — батько фаст-фуд-революції. Якось 52-річний Рей, продавець багатофункціональних машин-міксерів, натрапив на невеликий ресторанчик братів Макдональдів і побачив у ньому потенціал. Він запропонував їм франчайзинг і вже за кілька років перетворив «McDonald's» на глобальну мережу. Його головна ідея — стандарти, швидкість і доступність. Крок не вигадав фаст-фуд, але зробив його зручним і масовим. «McDonald's» став символом американського способу життя.

Конрад Гілтон — творець готельного люксу. Починаючи з одного невеликого готелю, випускник військового інституту Конрад Гілтон побудував першу справжню міжнародну готельну мережу. Його готелі стали символом статусу, якості та бездоганного сервісу. У 1950–60-х роках «Hilton» відкрив двері для мандрівників у найбільших містах світу. Підприємець зробив готель не тільки місцем для ночівлі, а й частиною мандрівного досвіду.



Волт Дісней — чарівник анімаційної імперії. Дісней зробив революцію в індустрії розваг: створив першого популярного анімаційного персонажа — Міккі Мауса, а згодом вийшов перший у світі повнометражний анімаційний фільм «Білосніжка і семеро гномів», який став касовим хітом. Студія Діснея вперше показала, що анімація — це не лише для дітей, це — повноцінне мистецтво й бізнес. У 1955 році він відкрив перший «Disneyland» — парк, у якому ожили казкові світи. Дісней заклав основу сучасного медіабренду: компанія, що почалася з олівця і фантазії, перетворилася на гіганта з фільмами, серіалами й атракціонами по всьому світу.

Етап V. Глобальний період (від 1990-х років – донині)



Стів Джобс — візіонер «Apple». Стів із дитинства захоплювався технікою, але понад усе його цікавило, як зробити технології простими та красивими. Він створив «Apple» у гаражі, вигадав перший персональний комп'ютер із графічним інтерфейсом, потім iPod, iPhone, iPad. Навіть коли його звільнили з власної компанії, він повернувся і зробив її найдорожчою у світі. Його здатність бачити наперед і створювати продукти, які ніхто до нього не уявляв, зробила його легендою.

Опра Вінфрі — американська телеведуча, що стала мільярдеркою. Опра народилася в бідній родині на півдні США. Пережила важке дитинство, насильство та злидні, але зуміла пробитися на телебачення. Її шоу — «The Oprah Winfrey Show» — стало найпопулярнішим у США, а вона першою серед темношкірих жінок потрапила до списку мільярдерів. Опра створила власну телекомпанію, видає журнал і активно підтримує освітні ініціативи, особливо для дівчат в Африці. Вона довела, що навіть із найскладнішого старту можна побудувати імперію, якщо вірити в себе.



Сара Блейклі — американська мільярдерка «зі штанів».

Сара продавала факсові апарати та не знала нічого про моду, коли одного дня обрізала свої колготки й створила перші лосини. Так народився бренд «Spanx», що спеціалізується на жіночій коригувальній білизні. Вона самостійно розробила пакування, розсилала коробки в магазини, писала листи від руки. Її ніхто не сприймав серйозно — поки Опра Вінфрі не згадала про «Spanx» у своєму шоу. Сара стала наймолодшою жінкою-мільярдеркою, яка самостійно створила власний бізнес, не маючи інвесторів.

Олена Кошарна — українка, що керує мільярдами.

Олена — українка з канадським корінням, яка керує інвестиційним фондом «Horizon Capital» з активами понад 1,6 млрд дол. США. Вона підтримує українські компанії в ІТ, агросекторі, виробництві, допомагає їм виходити на міжнародні ринки. Олену неодноразово визнавали найвпливовішою жінкою в бізнесі, зокрема як № 1 у рейтингу «Top 100 Power Women Leaders». Вона активно представляє Україну на глобальних форумах, просуває прозорість, гендерну рівність та економічне зростання.



Олексій Вадатурський — Герой України, аграрний новатор і символ стійкості.

Олексій Вадатурський створив власну агропромислову справу. В 1991 році з мінімальними ресурсами він заснував компанію «Нібулон», яка згодом стала одним із лідерів аграрного ринку. Вадатурський не лише вирощував зерно — він інвестував у власний флот, елеватори, портову інфраструктуру й логістику, перетворивши «Нібулон» на інноваційний агропромисловий холдинг. Його модель — незалежність від держави, прозорість, стратегія на експорт і довіра до українського села. Він вірив у майбутнє агросектора як ключа до економічного суверенітету. Підприємець загинув під час ракетного обстрілу, але «Нібулон» працює і є символом стабільності та інновацій у агросекторі.

ДОДАТОК 2

ДЕСЯТЬ ПОРАД ДЛЯ ТИХ, ХТО ПРАГНЕ ЗАПОЧАТКУВАТИ ВЛАСНУ СПРАВУ

З оптимізмом готуйся до глобальних змін у своєму житті, які не гарантують отримання конкретного результату. Без готовності ризикувати створення бізнесу неможливе в принципі

Без мінімальних навичок комунікабельності неможливо створити бізнес. Умій знаходити спільну мову з людьми, використовуй правильну тактику в кожній окремій ситуації

Будь винахідливим / винахідливою. Хочеш створити успішний проєкт — не поспішай винаходити велосипед, придивися до оригінальних бізнес-ідей

Умій розподіляти обов'язки та делегувати повноваження. Якщо Ти маєш зацікавлення в розвитку власної справи — не концентруй всі важелі контролю у своїх руках

Ідеї потребують захисту на ранніх стадіях. Нові задуми — вразливі. Не варто ділитися ними надто рано. Найкраще — обговорювати їх, коли вже є чіткий план реалізації

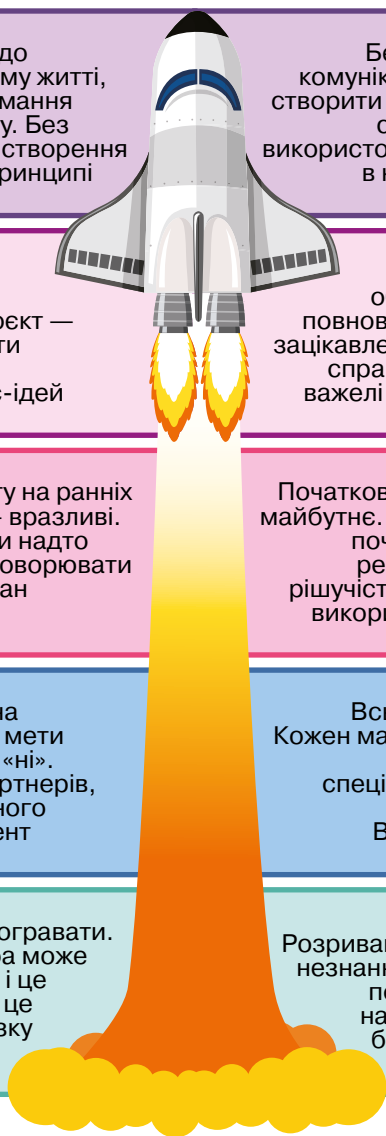
Початковий капітал не визначає майбутнє. Багато успішних справ починалися з мінімальних ресурсів. Головне — ідея, рішучість, здатність ефективно використовувати можливості

Відмова — не остаточна відповідь. На шляху до мети часто доведеться чути «ні». Шукай підтримку та партнерів, бо достатньо лише одного «так» у потрібний момент

Всьому можна навчитися. Кожен має доступ до інформації та можливість знайти спеціалістів, які допоможуть реалізувати ідею. Все — в зоні досяжності

Умій тримати удар і програвати. Кожна серйозна спроба може закінчитися невдачею, і це нормально. Сприймай це як досвід, а не як поразку

Розривай шаблони. Часом саме незнання стандартів дозволяє побачити нове. Інновації народжуються там, де не бояться мислити інакше



МЕТОД «ФІШБОУН»

Один із методів розгляду ризиків — «Фішбоун» («кістяк риби», fishbone diagram, або діаграма Ісікави) — це спосіб ідентифікувати потенційні причини виникнення конкретного ризику (наслідку), з яким може зіткнутися підприємець.

Знаний фахівець у галузі управління якістю Каору Ісікава є одним із розробників нової концепції організації виробництва, втіленої в корпорації «Тойота». Запропонована ним схема наочно показує роботу над покращенням якості виробничих процесів, полегшує розуміння і кінцеву діагностику певної проблеми чи ризику.

Візуально діаграма нагадує скелет риби, де «голова» — це конкретний ризик, а «кістки» — основні причини, що можуть його спричинити.

Цей метод дає можливість виявити взаємозв'язки між різними чинниками та зрозуміти досліджуваний процес, цінний інструмент для підприємця, який прагне глибоко зрозуміти потенційні ризики свого бізнесу та розробити ефективні стратегії для їх подолання. Регулярне використання методу може допомогти підприємцю ухвалювати більш обґрунтовані рішення та підвищити стійкість свого бізнесу до зовнішніх і внутрішніх викликів.

Схема складається із чотирьох основних блоків, представлених у вигляді голови, кісток і хвоста риби. Кожен із них відповідає за конкретні складові:

- ♦ голова — проблема, що потребує аналізу;
- ♦ хребет — головні складові проблеми (категорії проблеми);
- ♦ верхні кістки (або ті, що розміщені з правого боку у вертикальному положенні схеми) — основні причини виникнення складових проблеми;
- ♦ нижні кістки (або ті, що розміщені з лівого боку у вертикальному положенні схеми) — факти, що є підтвердженням причин виникнення проблеми;
- ♦ хвіст — відповідь на поставлене питання, висновки.

Ознайомтеся з прикладом виконання методу «Фішбоун» на наступній сторінці.



Отже, важливо розрізняти причини виникнення проблем, що залежать безпосередньо від підприємців, та ті, що формуються під впливом зовнішнього середовища. Внутрішні чинники, які є наслідком дій підприємців, мають контролюватися й можуть бути усунені або скориговані завдяки ефективному управлінню та вдосконаленню процесів. Натомість зовнішні чинники не завжди можна змінити, однак їх варто враховувати й передбачати можливі наслідки. У таких випадках підприємець / підприємниця має адаптувати свою діяльність, обираючи гнучкі стратегії реагування. Саме поєднання контролю внутрішніх процесів і вміння пристосовуватися до зовнішніх умов забезпечує стійкість бізнесу.

ГЛОСАРІЙ

А

Адміністративна відповідальність (с. 240)
Альтернативне фінансування (с. 96)
Альтруїзм (с. 197)
Аналіз конкурентів (с. 46)
«Ангельські інвестори» (с. 104)

Б

Банківський кредит для бізнесу (с. 79)
Бізнес етикет (с. 35)
Бізнес ідея (с. 50)
Бізнес команда (с. 57)
Бізнес партнер (с. 61)
Бізнес план (с. 113)
Бізнес планер (с. 33)
Бізнес проєкт (с. 95)
Благодійник (с. 201)
Благодійництво (с. 201)
Блювошинг (с. 210)
Бренд (с. 162)
Бухгалтер (с. 124)

В

Велике підприємництво (с. 16)
Венчурний капітал (с. 101)
Відшкодування збитків (с. 151)
Вивчення трендів (с. 46)
Виробничий план (с. 115)
Власні кошти (с. 71)
Внутрішня корпоративна політика (с. 191)
Волонтер (с. 195)
Волонтерська діяльність (с. 197)
Волонтерство (с. 195)

Г

Грант (с. 107)

Д

Дезінформація в рекламі (с. 172)
«Держава у смартфоні» (с. 251)
Державна підтримка (с. 89)
Державний грант (с. 90)
Ділова репутація (с. 36)
«Дія» (с. 251)

Договір страхування (с. 154)
Донор у краудфандингу (с. 98)
Дослідження ринку (с. 45)

Е

Екозвички (с. 40)
Екологічна відповідальність бізнесу (с. 211)
Екологічне оподаткування (с. 212)
Економіст (с. 124)
Економічний спосіб мислення (с. 24)
Енергоаудит (с. 126)
Енергоаудитор (с. 127)
Енергоетикет (с. 38)
Енергоефективний та енергоощадний бізнес (с. 94)
Енергоефективність (с. 39, 91)
Енергозбереження (с. 91, 126)
Етичні межі (с. 192)
Ефективне використання власних коштів (с. 76)
Ефективне управління фінансами (с. 123)
Ефективність (с. 76, 123)

З

Загальна система оподаткування (с. 220)
Збиток (с. 122)
Збір за місця для паркування транспортних засобів (с. 227)
Збори (с. 217)
Звільнення від сплати податку (с. 234)
Зелена економіка (с. 38)
Зменшення податкової ставки (с. 232)
Зменшення ризику (с. 139)
Зовнішня корпоративна політика (с. 191)

І

Ідеальний бізнес партнер (с. 62)
Ідентифікація ризиків (с. 142)
Інвестор (с. 115)
Інструменти цифрових фінансових послуг (с. 258)
Інтернет речей (с. 246)
Інфлюенсер (с. 179)

Інформування (с. 161)

ІТ спеціаліст (с. 55)

К

Капітал (с. 118)

Капітальні витрати (с. 121)

Керівник (с. 55)

Команда (с. 54)

Комунікатор (с. 55)

Комунікація (с. 65)

Конкуренти (с. 47)

Контент (с. 179)

Корпоративна соціальна
відповідальність (с. 206)

Корпоративна філантропія (с. 202)

Краудфандинг (с. 98)

Кредитні спілки (с. 84)

Кримінальна відповідальність (с. 240)

Л

Лізинг (с. 87)

М

Мале підприємництво (с. 15)

Маніпуляції з ПДВ (с. 238)

Маніпуляція в рекламі (с. 172)

Маркетинговий план (с. 115)

Маркетолог (с. 55)

Матриця ризиків (с. 143)

Метод «Pomodoro» (с. 33)

Меценат (с. 203)

Меценатство (с. 203)

Мікропідприємництво (с. 15)

Мікрофінансування (с. 82)

Місцеві податки (с. 225)

Н

Нагадування (с. 162)

Несплата податків (с. 237)

О

Об'єкти впливу на соціальну сферу (с. 190)

Об'єкт оподаткування (с. 218)

Операційні витрати (с. 121)

Опитування (с. 46)

Організаційний план (с. 115)

Офшор (с. 238)

Офшорна схема (с. 238)

Оцінювання ризиків (с. 143)

П

Партнерство (с. 62)

Передавання ризику (с. 138)

Переконання (с. 162)

Персоналізація в рекламі (с. 169)

Підприємець (с. 19)

Підприємницька діяльність (с. 23)

Підприємливість (с. 24)

Пільговий кредит (с. 90)

Піраміда Керролла (с. 208)

Податки (с. 217)

Податкова пільга (с. 90, 218)

Податкова ставка (с. 218)

Податкові канікули (с. 234)

Податкові пільги для фізичних
осіб (с. 235)

Правило «жаби» (с. 32)

Прибуток (с. 122)

Прийняття ризику (с. 139)

Принцип Парето (с. 32)

Приховування доходів (с. 237)

Профайлінг (с. 36)

Пріоритети (с. 32)

Програми енергозбереження (с. 126)

Продукт менеджер (с. 55)

Р

Реалізація ризику (с. 138)

Реклама (с. 160)

Релокація бізнесу (с. 137)

Репутація бізнесу (с. 190)

Ризик (с. 135)

Ризик у бізнесі (с. 135)

Ризик у підприємницькому
середовищі (с. 137)

Ринок (с. 45)

Роль у команді (с. 54)

С

Середнє підприємництво (с. 16)

Система оподаткування (с. 216)

Соціальна відповідальність
бізнесу (с. 40)

Соціальна мережа (с. 176)

Соціально відповідальний бізнес (с. 188)

Спонсор (с. 203)

Спонсорство (с. 203)

Спостереження (с. 46)

Спрощена система оподаткування (с. 221)

Сталий розвиток (с. 41)

Стартап (с. 95)

Стартовий капітал (с. 119)

Статутний капітал (с. 119)

Стимулювання розвитку бізнесу (с. 89)

Страхова оцінка (с. 154)

Страхова послуга (с. 152)

Страхова премія (с. 151, 154)

Страхова сума (с. 152)

Страхове відшкодування (с. 155)

Страховий випадок (с. 148)

Страховий захист (с. 150)

Страховий збиток (с. 155)

Страховий поліс (с. 154)

Страховий ризик (с. 150)

Страховий фонд (с. 151)

Страховик (с. 151)

Страхувальник (с. 151)

Страхування (с. 151)

Суб'єкти впливу на соціальну сферу (с. 190)

Суб'єкт оподаткування (с. 218)

Т

Тайм менеджмент (с. 29)

Таргетинг (с. 170)

Торговельна марка (с. 162)

Транспарентність (с. 192)

Туристичний збір (с. 227)

У

Уникнення ризику (с. 139)

Управління ризиками (с. 137)

Управління фінансами (с. 123)

Ухилення від сплати податків (с. 237)

Ф

Фіктивні операції (с. 237)

Філантропія (с. 202)

Фінансист (с. 55)

Фінансова відповідальність (с. 239)

Фінансовий план (с. 115)

Фінансовий резерв (с. 122)

Франшиза (с. 156)

ФОП (с. 16)

Ц

Цільова аудиторія (с. 46)

Цифрові інструменти для планування часу (с. 33)

Цифрові фінансові послуги (с. 256)

Цифровізація (с. 243)

Ч

Час як ресурс (с. 30)

Чат бот (с. 264)

Ш

Штучний інтелект (с. 263)

Н

Hard skills (с. 268)

Р

«Prozorro» (с. 255)

С

SMART метод (с. 32)

Soft skills (с. 268)

SWOT аналіз (с. 48)

ПРАЦЮЄМО З ІНФОРМАЦІЄЮ



Перелік усіх термінів і понять з їхнім визначенням можна знайти за покликанням <https://qr.orioncentr.com.ua/C5RI1> або QR-кодом.

КНИЖКОВА ПОЛИЦЯ

ЦІКАВІ КНИГИ З ОСНОВ ПІДПРИЄМНИЦТВА Й УСПІШНОГО ВЕДЕННЯ БІЗНЕСУ



ОСНОВНА ЛІТЕРАТУРА

1. *Апопій В. В.* Основи підприємництва : навч. посіб. Київ : Ліра К, 2014. 324 с.
2. *Василик О., Павлюк К.* Податкова система України : підручник. Київ : Центр навчальної літератури, 2020. 544 с.
3. *Должанський І. З., Загорна Т. О.* Бізнес план. Технологія розробки. Київ : Центр на вчальної літератури, 2019. 384 с.
4. *Ерфан Є. А., Гук Х. Я.* Загальнодержавні податки і збори як основні джерела формування державних доходів. Науковий вісник Ужгородського національного університету. 2019. Вип. 24 (2). С. 9–16. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvuimevcg_2019_24%282%29_4.
5. *Журавель Т. М., Нагайчук Н. Г.* Страхування у схемах : навч. посіб. Львів : Новий світ 2000. 2012. 390 с.

6. Кові Ш. 7 звичок надзвичайно ефективних людей. Харків : КСД, 2024. 512 с.
7. Котлер Ф., Лі Н. Корпоративна соціальна відповідальність. Як зробити якомога більше добра для вашої компанії та суспільства. Київ : Стандарт, 2005. 302 с.
8. Краснянський М. Ю. Енергозбереження : навч. посіб. Київ : Кондор, 2025. 136 с.
9. Крисоватий А., Фролова Т. Податкова система : підручник. Київ : Знання, 2021. 630 с.
10. Криховець-Хом'як Л., Длугопольський О., Вірковська А. Економіка (профільний рівень) : підруч. для 11 кл. ЗЗСО. Тернопіль : Астон, 2019. 296 с. : іл.
11. Куліков М. Мініпідручник «Створення власного бізнесу». Дніпро, 2024. URL: https://naurok.com.ua/mini_pidruchnik_stvorennya_vlasnogo_biznesu_362390.html.
12. Лях Т. Л. Мотивація до волонтерської діяльності. Вісник Луганського національного університету імені Тараса Шевченка. 2012. № 22 (8). С. 84–91. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/vlup_2012_22\(8\)_13](http://nbuv.gov.ua/UJRN/vlup_2012_22(8)_13).
13. Маляренко В. А., Немировський І. А. Енергозбереження та енергетичний аудит : навч. посіб. 2-ге вид., перероб. і доп. Харків : НТУ «ХПІ», 2010. 344 с. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/270039807.pdf>.
14. Остервальд А., Пінье І. Створюємо бізнес модель. Київ : Наш формат, 2017. 288 с. : іл.
15. Підприємництво і фінансова грамотність : підруч. для 8 кл. ЗЗСО / за заг. ред. д-ра екон. наук, проф. А. Кузнецової. Київ : Оріон, 2025. 208 с. : іл.
16. Станкус Т., Крот Ю. Місцеві податки і збори. Харків : Фактор, 2017. 80 с.
17. Тіль П. Від нуля до одиниці. Нотатки про стартапи, або як створити майбутнє. Київ : Наш формат, 2023. 184 с.
18. Фарат О. В. Етика бізнесу : навч. посіб. Львів : Вид-во Львівської політехніки, 2018. 212 с. URL: <https://vlp.com.ua/node/18696>.
19. Хобта Л. Ю. Суспільна значущість меценатства, благодійності та спонсорства: світовий контекст. Український історичний журнал. 2006. С. 154–158.
20. Чуницька І., Богріновцева Л. Вплив цифрових технологій на розвиток фінансового ринку України. Економіка та суспільство. № 49. 2023. URL: https://doi.org/10.32782/25240072/2023_49_60.
21. Шевчук І. Б. Бізнес у соціальних мережах : навч. посіб. Львів : Вид-во ННБК «АТБ». 2021. 219 с.

СПИСОК ДЖЕРЕЛ



Перелік усіх використаних джерел у розрізі тем можна знайти за покликанням <https://qr.orioncentr.com.ua/mN1JV> або QR-кодом.

ПЗ6 Підприємництво і фінансова грамотність : підручник для 9 кл. ЗЗСО / за заг. ред. д-ра екон. наук, проф. А. Кузнецової. — Київ : УОВЦ «Оріон», 2026. 288 с. : іл.
ISBN 978-966-991-511-5

УДК 334.72+336]*к.л9(075.3)

Навчальне видання

КУЗНЕСЦОВА Анжела Ярославівна, СИДОРОВА Олена Володимирівна,
МАСЛОВ Владислав Олександрович, СЛОБОДА Лариса Ярославівна,
ДУНАС Наталя Володимирівна, НАГАЙЧУК Неля Григорівна,
ШНИЦЕР Олеся Павлівна, ДОВГАНЬ Андрій Іванович,
ЧАСНІКОВА Олена Володимирівна, СИНЯ Ірина Ананіївна,
НАКОНЕЧНА Галина Михайлівна, СТЕЦІВ Ірина Романівна,
ПОЛКОВСЬКА Галина Григорівна, КРИХОВЕЦЬ-ХОМ'ЯК Лілія Ярославівна

ПІДПРИЄМНИЦТВО І ФІНАНСОВА ГРАМОТНІСТЬ

**Підручник для 9 класу
закладів загальної середньої освіти**

Рекомендовано Міністерством освіти і науки України

Підручник відповідає Державним санітарним нормам і правилам
«Гігієнічні вимоги до друкованої продукції для дітей»

Головна редакторка *І. В. Красуцька*
Редакторка *Н. О. Дорожкіна*
Головна художниця *І. П. Медведовська*
Художня редакторка *І. П. Медведовська*
Технічний редактор *Е. А. Авраменко*
Коректорка *Ю. А. Полулященко*

В оформленні підручника використано світлини з вільних джерел мережі «Інтернет»
та матеріали, зокрема графічні елементи, із сайту www.freepik.com,
який належить компанії «Freepik Company, S.L.»

Бренди та ресурси зображуються лише з освітньою метою
і не є закликом для їх купівлі / відвідування.

Формат 70×100 ¹/₁₆. Ум. друк. арк. 23,4 + 0,324 форзац.
Обл.-вид. арк. 19,56 + 0,55 форзац.

Наклад 60 533 пр.

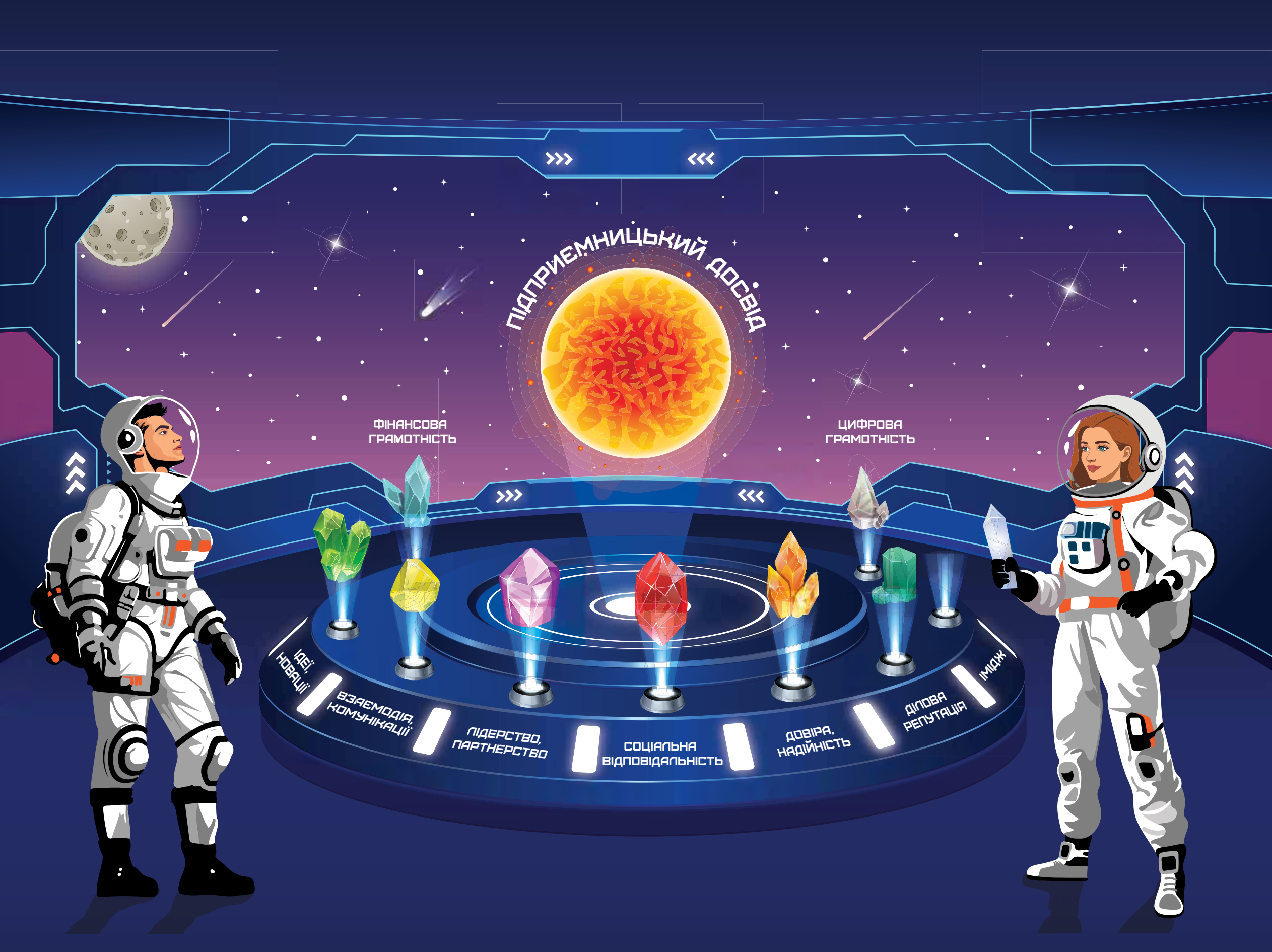
Зам. №

ТОВ «Український освітянський видавничий центр «Оріон»

Свідоцтво «Про внесення суб'єкта видавничої справи до державного реєстру
видавців, виготівників і розповсюджувачів видавничої продукції»
Серія ДК № 4918 від 17.06.2015

Віддруковано:

ТОВ «ВБ «Аванпост-Прим» вул. Дениса Монастирського, 3/3, м. Київ, 03035
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи ДК № 3843 від 22.07.2010



ПІДПРИЄМНИЦЬКИЙ ДОСВІД

ФІНАНСОВА
ГРАМОТНІСТЬ

ЦИФРОВА
ГРАМОТНІСТЬ

ІДЕЇ,
ІНОВАЦІЇ

ВЗАЄМОДІЯ,
КОМУНІКАЦІЇ

ЛІДЕРСТВО,
ПАРТНЕРСТВО

СОЦІАЛЬНА
ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ

ДОВІРА,
НАДІЙНІСТЬ

ДІЛОВА
РЕПУТАЦІЯ

ІМІДЖ



ISBN 978-966-991-511-5



9 789669 915115