

Гене́за

**Тетяна ГІЛЬБЕРГ
Ольга СУХОВІЙ**

НОВА УКРАЇНЬКА
ШКОЛА

СТАНЬ
АВТОРОМ
ВЛАСНОГО
УСПІХУ



ПІДПРИЄМНИЦТВО І ФІНАНСОВА ГРАМОТНІСТЬ

9

КЛАС

Тетяна Гільберг
Ольга Суховій

ПІДПРИЄМНИЦТВО І ФІНАНСОВА ГРАМОТНІСТЬ

Підручник для 9 класу
закладів загальної середньої освіти

*Рекомендовано Міністерством освіти
і науки України*



Київ
«Генеза»
2026

УДК 334.72+336](075.3)
Г46

*Рекомендовано Міністерством освіти і науки України
(наказ Міністерства освіти і науки України від 27.01.2026 № 110)*

**Видано за рахунок державних коштів.
Продаж заборонено**

Відповідає модельній навчальній програмі
«Підприємництво та фінансова грамотність. 8–9 класи»
для закладів загальної середньої освіти
(авт. Беспалко І. В., Войтицька Л. В., Тригуб О. В., Ролік В. А.)

Науковий редактор: **Корнилюк Роман Васильович**, професор
кафедри банківської справи та страхування Київського
національного економічного університету імені Вадима Гетьмана,
доктор економічних наук



Інтерактивний електронний
додаток до підручника
<https://cutt.ly/AtDqYrW>

Інтерактивні методичні
матеріали до підручника
<https://faino.school/>



Гільберг Т. Г.
Г46 Підприємництво і фінансова грамотність : [під-
руч. для 9-го кл. закл. заг. серед. освіти] / Тетяна
Гільберг, Ольга Суховій. — Київ : Генеза, 2026. —
216 с. : іл.
ISBN 978-617-8468-44-6.

УДК 334.72+336](075.3)

ISBN 978-617-8468-44-6

© Гільберг Т. Г., Суховій О. В., 2026
© «Генеза», оригінал-макет, 2026

ЗМІСТ

<i>Шановні дев'ятикласники та дев'ятикласниці!</i>	<i>5</i>
Розділ I. ГРОШІ ТА ЇХ ПРИЗНАЧЕННЯ	6
Тема 1. Еволюція грошових відносин. Види, форми та функції грошей	7
§ 1. Гроші: роль у житті кожної людини та суспільства. Які види грошей існують сьогодні	7
§ 2. Що визначає цінність грошей та що їх знецінює. Яка роль національної валюти у творенні держави	13
Тема 2. Історія сучасної гривні	19
§ 3. Гривня: короткий екскурс в історію – від становлення до сучасності.	19
§ 4. Як виготовляють гроші	24
Розділ II. БАНКІВСЬКІ ТА НЕБАНКІВСЬКІ ФІНАНСОВІ УСТАНОВИ	31
Тема 1. Банківська система України	32
§ 5. Як працює банківська система України та чому вона стосується кожного з нас	32
Тема 2. Небанківські фінансові установи	37
§ 6. Які функції виконують небанківські фінансові установи	37
<i>Узагальнення 1. Оглядове фінансове колесо</i>	<i>43</i>
Розділ III. БАЗОВІ ФІНАНСОВІ ПОСЛУГИ ТА ПРОДУКТИ	44
Тема 1. Фінансові послуги та їх використання під час досягнення фінансових цілей	45
§ 7. Які види фінансових послуг існують та як вони допомагають у досягненні наших цілей	45
Тема 2. Депозити. Гарантування вкладів фізичних осіб.	50
§ 8. Що таке депозити та яка їхня роль в економіці держави	50
§ 9. Як оформити депозит у банку.	57
Тема 3. Кредити. Формування кредитної історії	65
§ 10. Кредит: сутність, роль. Які види кредитування існують на практиці.	65
§ 11. Як користуватися кредитами розумно й не зіпсувати свою кредитну історію	73
Тема 4. Страхування	81
§ 12. Страхування: навіщо потрібне та як воно працює	81
Тема 5. Пенсійне забезпечення	90
§ 13. Пенсія чи пасивний дохід: що обрати для фінансової незалежності після завершення трудової діяльності.	90
Тема 6. Фінансові інвестиції та ризики	97
§ 14. Інвестиції: шлях до фінансового добробуту чи ризикована гра	97

Розділ IV. ЗАХИСТ ПРАВ СПОЖИВАЧІВ ФІНАНСОВИХ ПОСЛУГ	104
Тема. Законодавство України у сфері фінансових послуг і захист прав споживачів	105
§ 15. Що має знати кожен громадянин про фінансові договори та права споживача	105
<i>Узагальнення 2. Оглядове фінансове колесо</i>	113
Розділ V. ОСНОВИ ПІДПРИЄМНИЦТВА	114
Тема 1. Підприємництво та його роль у розвитку держави.	115
§ 16. Що таке підприємництво, як воно працює та яку роль відіграє в розвитку країни	115
Тема 2. Особливості підприємницької діяльності	123
§ 17. Як підприємництво змінює країну і чому це стосується кожного з нас	123
§ 18. У чому сутність шкільного соціального підприємництва	130
§ 19. Як сформувати команду	139
Тема 3. Вибір підприємницької ідеї.	147
§ 20. Як обрати підприємницьку ідею	147
Тема 4. Обрання бізнес-моделі підприємства	155
§ 21. Як обрати бізнес-модель шкільного підприємства	155
Тема 5. Маркетингове дослідження ринку	162
§ 22–23. Як маркетинг, маркетингова стратегія та дослідження ринку впливають на успіх бізнесу	162
Тема 6. Інвестиційне та фінансове планування.	174
§ 24. Як спланувати фінанси та залучити інвестиції для власної справи.	174
Тема 7. Проєктний менеджмент	181
§ 25. Як керувати проєктами: що таке проєктний менеджмент і як його інструменти допомагають планувати успіх	181
Тема 8. Розроблення власного бренду	187
§ 26. Яка роль брендів у бізнесі.	187
Тема 9. Реалізація проєкту.	194
§ 27. Як ефективно реалізувати проєкт: від організації виробництва до комунікації з клієнтами та фінансової звітності	194
Тема 10. Презентація бізнес-ідей. Запуск проєкту.	202
§ 28. Як ефективно презентувати та запускати бізнес-ідеї шкільних підприємств	202
Тема 11. Підбиття підсумків проєкту	209
§ 29. Як оцінити проєкт	209

Шановні дев'ятикласники та дев'ятикласниці!

Фінанси – це не лише цифри, бюджети та рахунки. Це частина нашого життя, наш щоденний вибір, наш внутрішній стан, наші мрії та гідність. Ми живемо у світі, де гроші – це не лише засіб обміну, а й дзеркало наших цінностей, вірувань і рівня свободи.

Ми будемо говорити про фінанси, економіку, підприємництво, а також про мислення, поведінку, силу вибору, віру в себе та свободу.

Ви дізнаєтеся, що за кожною гривнею стоїть не лише номінал, а й історія, емоція, дія. І саме від вас залежить, як ви будете з ними поводитися.

Ми намагатимемося навчити вас ефективно взаємодіяти зі світом фінансів, поліпшувати свою фінансову грамотність та отримувати гідні результати; займати активну, підприємницьку позицію у створенні нового, важливого та цінного як для вас, так і для суспільства; утілювати свої бажання та мрії, не боятися, надихатися та не здаватися, незалежно від кількості спроб.

Сьогодні Україна переживає непростий етап своєї історії. Бути свідомим громадянином означає не лише дбати про особистий добробут, а й розуміти важливість спільної дії, знань, поваги та сили духу.

Цей підручник – не просто набір теоретичних матеріалів, проблемних питань, практичних ситуацій – тут ви знайдете інтерактивні блоки, що допоможуть вивчити тему й зрозуміти, відчувати та застосувати набуті знання в реальному житті.

Ознайомтеся з рубриками, які допоможуть вам орієнтуватися в підручнику:

- **Обговорення в групі** – спільне обговорення ідей, ситуацій.
- **Дискусійний клуб** – зона зіткнення ідей, протилежні думки, аргументи.
- **Моделюємо ситуацію** – застосування знань у змодельованих життєвих обставинах і розв'язання розрахункових задач.
- **Час для роздумів** – рефлексія, усвідомлення, особисте ставлення.
- **Коротко про головне** – підсумок уроку/теми.
- **Перевіряємо себе** – тести, вправи на закріплення матеріалу.
- **Фінансовий геній** – додаткові завдання для тих, хто хоче знати й уміти більше.
- **Цікавий факт** – несподіване й корисне доповнення до теми.
- **Топпорада** – порада, яка мотивує або формує практичну навичку.
- **На замітку (словничок)** – терміни й стислі визначення.
- **Думки в дорогу** – короткі настанови з фінансової мудрості.

Фінансова грамотність – не лише набуття знань, це стан розуму й душі. Істина не в тому, що ми вивчаємо, а в тому, як ми це втілюємо.

Бажаємо вам цікавої подорожі світом фінансів і підприємництва!

З повагою, авторки

РОЗДІЛ I

ГРОШІ ТА ЇХ ПРИЗНАЧЕННЯ

Притча про мудрого батька та справжній спадок

Жив колись заможний і мудрий чоловік. Все життя він невпинно працював, примножуючи свої статки, але робив це не заради розкоші, а задля добробуту своєї родини та допомоги іншим. Було в нього троє дорослих синів, яких він любив понад усе.

Коли відчув батько наближення старості, він покликав синів до себе і сказав:

– Діти мої, я все життя працював і нагромадив чимале багатство. Але перш ніж я залишу його вам, я хочу переконатися, що ви зумієте ним мудро розпорядитися. Я даю кожному з вас по гаманцю із золотими монетами. Вирушайте у подорож світом і поверніться за рік. Я хочу побачити, як ви використаєте ці гроші, щоб зробити щось справді цінне.

Сини взяли гроші й розійшлися різними шляхами.

Рівно за рік вони повернулися до батьківського дому.

Першим почав розповідати старший син:

– Батьку, я вклав гроші в прибуткову справу. Я купив рідкісні товари за морем і продав їх тут утричі дорожче. Ось, поглянь, я примножив твій капітал! – і він висипав на стіл удвічі більшу купу золота.

Другим говорив середній син:

– А я, тату, вирішив, що гроші мають приносити радість. Я купив собі розкішний маєток, влаштовував гучні бенкети, подорожував і насолоджувався життям. Я витратив усе до останньої монети, але прожив цей рік як король!

Наймолодший син підійшов до батька з порожнім гаманцем.

– Батьку, – почав він, – я побачив, що в сусідньому селі сталася велика посуха. Люди голодували, а їхні поля були випалені сонцем. Я купив на твої гроші зерно та інструменти для селян, допоміг їм збудувати дамбу та відновити систему зрошення. Вони зібрали чудовий урожай, і тепер їхні родини врятовані від голоду. Я не приніс тобі золота, але я приніс тобі вдячність сотень людей.

Почувши це, батько підвівся, обійняв молодшого сина і сказав:

– Саме тобі я залишу увесь свій спадок. Бо твої брати ще не зрозуміли головного. Один навчився гроші заробляти, інший – витрачати. Але тільки ти збагнув їхнє справжнє призначення. Гроші – це не мета, а інструмент. Інструмент, який може примножити не лише золото, а й добро у світі, урятувати життя та дати надію.

- Які «ризики» та «прибутки» ви вбачаєте в підході кожного з братів?
- Чи можна поєднати підходи трьох братів у житті однієї людини? Наприклад, чи може вміння заробляти гроші (старший брат) слугувати для допомоги іншим (молодший брат), а вміння насолоджуватися грошима (середній брат) посилювати почуття повноти життя?
- Які почуття, думки викликає у вас ця притча?

ТЕМА 1. ЕВОЛЮЦІЯ ГРОШОВИХ ВІДНОСИН. ВИДИ, ФОРМИ ТА ФУНКЦІЇ ГРОШЕЙ

§ 1. Гроші: роль у житті кожної людини та суспільства. Які види грошей існують сьогодні

Що для вас гроші? Чи замислювалися ви коли-небудь, що гроші – це не лише банкноти та монети, а й своєрідне відображення нашого внутрішнього стану та цінностей суспільства?

КЛЮЧОВІ ТЕРМІНИ І ПОНЯТТЯ

- Гроші
- Безготівкові гроші
- Готівка

1. Чому ставлення до грошей визначає наш рівень добробуту в майбутньому

У різних людей і народів ставлення до грошей дуже різняться. У країнах, де дітей з раннього віку навчають фінансової грамотності, гроші сприймаються як інструмент свободи та відповідальності. У країнах, де ця тема заборонена, гроші часто стають джерелом страху, сорому або навіть залежності.

На особистому рівні бідна людина може мати багато образ і страхів, пов'язаних із грошима: «я недостойний», «усі багаті – злодії», «гроші – зло». Багата людина – не обов'язково щаслива, але часто вона має інше уявлення про гроші: «гроші – це енергія, можливість діяти, допомагати, творити».

На суспільному рівні грошова культура відображає загальний рівень зрілості, довіри, відкритості. Там, де поширена фінансова освіта, більше економічної стабільності, менше тіньової економіки¹, більше успішного та довготривалого підприємництва.

ЧАС ДЛЯ РОЗДУМІВ

1. Чому, на вашу думку, ставлення до грошей різне в бідних і багатих людей? Як змінюється суспільство, коли людина змінює ставлення до грошей? **2.** Чому серед українців багато підприємців, людей, що мріють працювати на себе та постійно намагаються реалізувати свої ідеї? **3.** Як гроші впливають на стосунки в родині?

ОБГОВОРЕННЯ В ГРУПІ

Продовжте речення: **1.** Гроші дають змогу... **2.** Гроші можуть призвести до...

ТОППОРАДА (ЧОМУ ДОХІД ЗАЛЕЖИТЬ ВІД САМООЦІНКИ)

Ваш дохід безпосередньо пов'язаний з тим, як ви себе оцінюєте. Якщо людина переконана, що «більше мені не треба», «вистачить і цього», – мозок не шукає шляхів до зростання. Натомість ті, хто бачить у собі цінність, легше приймають фінансові рішення, ведуть перемовини,

¹ Тіньова економіка – господарська діяльність, яка розвивається поза державним обліком та контролем, а тому не відображається в офіційній статистиці.

ризикують обдумано, вірять у себе. Запитайте себе: «Скільки коштує година мого життя?», проте оцініть її не лише в грошах, а й у цінностях, які ви створюєте за цей час.

2. Що цікавого та повчального розповість історія виникнення грошей та які види та форми грошей існують

Гроші з'явилися набагато пізніше за становлення народного господарства: спочатку давні племена використовували засоби обміну (худобу, рибу, прикраси міняли на хліб, м'ясо, тканини), причому різні народи використовували різні засоби для обміну. Наприклад, у Мексиці як «гроші» використовувалися какао-боби, на островах Океанії – перлини та черепашки, на Алясці та в Канаді – шкурки цінних звірів.

Згодом з'явилися металеві гроші, спочатку у вигляді злитків, а в VII ст. до н. е. в Лідії – карбовані монети. У IX ст. в Китаї виникли перші паперові гроші, а в XX ст. вони витіснили готівку, поступившись місцем електронним грошам (мал.1).

Бл. 6000 р. до н. е. Бартер. Люди обмінювали товари та послуги без грошей (риба, фрукти, зерно тощо).



Бл. 4000 р. до н. е. Початок видобутку золота. Золото стало першим цінним матеріалом для прикрас і майбутніх грошей.



Бл. 630–600 рр. до н. е.

Перші монети (Лідія). У Лідії з'явилися перші стандартизовані золоті та срібні монети.

2500–2000 рр. до н. е.

Товарні гроші. Як засіб обміну використовували пшеницю, худобу, мушлі, сіль тощо.



508 р. до н.е. Афіни: розвиток торгівлі. Реформи Клісфена сприяли економічному зростанню та поширенню грошового обігу.



211 р. до н. е. Рим: денарій. Римська імперія створила єдину монетну систему із золотими й срібними грошима.

Середні віки Векселі та обмінні листи. Торговці використовували письмові зобов'язання – прообраз чеків і банківських документів.

XI ст. н. е. Паперові гроші в Китаї (династія Сун). З'явилися перші банкноти, які частково замінили металеві монети.



XVIII–XIX ст. Сучасні чеки та банківські системи. З'явилися друковані чеки, поширилися безготівкові розрахунки.



1950–1958 рр. Кредитні картки. Перша універсальна картка – Diners Club (1950), згодом – BankAmericard (Visa) та MasterCard (1958).



2008–2009 рр. Криптовалюти. Створення Bitcoin започаткувало еру децентралізованих цифрових грошей.



Кінець XX – початок XXI ст. Електронні платежі. Розвиток ECash, банківських переказів, мобільних гаманців (GPay, Apple Pay).



Мал. 1. Еволюція грошей

Гроші – це загальний еквівалент, який використовується для вимірювання цінності усіх товарів і послуг, здійснення їхнього кругообігу та нагромадження багатства.

ОБГОВОРЕННЯ В ГРУПІ

Як ви вважаєте, що було головним чинником виникнення грошей: зручність, довіра чи контроль? Чому? Як ви визначали б «справедливу» ціну в умовах натурального обміну? Чи можливо це взагалі?

Розгляньмо, які види грошей існують та як вони класифікуються в сучасній фінансовій системі.

Види грошей

Вид грошей	Опис
Повноцінні гроші	Мають внутрішню цінність (золота монета)
Неповноцінні гроші	Матеріальна цінність нижча за номінал
Національні гроші	Грошова одиниця держави (гривня, євро)
Іноземні гроші	Гроші інших держав у міжнародному обігу
Електронні гроші	Одиниці цінності, що зберігаються на електронному пристрої та використовуються як засіб платежу через банківські картки, онлайн-банкінг, електронні гаманці
CBDC (цифрові валюти центрального банку)	Окремий вид електронних грошей, але державних і спеціально створених у цифровій формі
Криптовалюти	Цифрова валюта, яка використовує криптографію для безпеки; незалежні цифрові активи, які зазвичай не підпорядковані державам

Основні форми грошей залежно від способу їх використання

Готівка – це банкноти та монети, якими розраховуються фізично.

Безготівкові гроші – це гроші на рахунках банків, які «пересуваються» без фізичного передавання.

- Перейшовши за посиланням <https://cutt.ly/YrlezDqn> або QR-кодом, ознайомтеся з інформацією «Що таке криптовалюта». Що нового та цікавого ви дізналися?



ЧАС ДЛЯ РОЗДУМІВ

1. Як ви гадаєте, чи зникне готівка в майбутньому, якщо цифрові платежі стануть основними? **2.** Як ви поставилися б до світу, де гроші замінили б енергію або час?

Отже, гроші – це фактор не лише матеріальний, а й соціальний: вони впливають на стосунки між людьми, колективну реальність, розвиток суспільства. Історія грошей – це історія довіри: гроші працюють лише тоді, коли ми всі погоджуємося, що вони мають цінність.

3. Які функції грошей існують і як вони пов'язані з нами

Гроші не лише виконують економічні функції, а й допомагають людям взаємодіяти, планувати майбутнє, розвивати суспільство. Вони є не тільки засобом купівлі, а й інструментом, що глибоко взаємодіє з внутрішнім світом людини. У класичній економічній теорії та в економічних підручниках М. І. Савлука, С. П. Стеценка, Д. І. Коваленка, О. В. Дзюблюка та багатьох інших, прийнято виокремлювати п'ять функцій грошей (мал. 2).

Функції грошей (класичний підхід/традиційна теорія)

1. **Міра цінності** → вимір цінності будь-якого товару чи послуги



2. **Засіб обігу** → посередництво між продавцем і покупцем у процесі торгового обміну



3. **Засіб платежу** → використання для розрахунків за послуги, сплати податків і боргів



4. **Засіб нагромадження та збереження цінності** → зберігання для майбутнього використання та збереження цінності з часом

5. **Світові гроші** → використання в міжнародних розрахунках, у зовнішній торгівлі як міжнародний платіжний і резервний засіб

Мал. 2. Функції грошей

У сучасній світовій економічній науці (зокрема, у працях західних економістів, як-от Paul Samuelson, N. Gregory Mankiw та інших, в останніх роботах вітчизняних науковців) дедалі частіше використовується узагальнений підхід.

Згідно з ним, виокремлюють лише три основні (фундаментальні) функції грошей:

- Міра цінності
- Засіб обігу
- Засіб нагромадження та збереження цінності

З точки зору сучасної науки:

Засіб платежу – це різновид використання засобу обігу та міри цінності (наприклад, коли гроші платять за борг або податки).

Світові гроші – це не окрема функція, а використання тих самих грошей у міжнародних відносинах (не функція, а сфера використання).

Проте точний перелік функцій грошей і нині є предметом активних наукових дискусій, особливо в умовах розвитку сучасних фінансових технологій та цифрових валют.

Міра цінності	
Гроші дають змогу оцінити й порівняти цінність/вартість товарів і послуг в одних одиницях. Наприклад, ціна телефона визначається в грошовому еквіваленті, а не кількістю риби чи хутра.	Ми вчимося оцінювати речі, час і навіть власну працю. Людина, яка знає свою цінність, робить більш усвідомлений вибір, уміє краще домовлятися, обирати гідні варіанти.
Засіб обігу	
Гроші – посередник в обміні: вони дають змогу купувати та продавати. Люди можуть купувати, продавати товари, не витрачаючи час на пошук вигідного бартерного обміну. Наприклад, ви хочете купити книжку. Замість обміну її на щось інше ви просто платите гроші та отримуєте книжку.	Ця функція відображає вміння давати й приймати. Люди, які легко витрачають і отримують, зазвичай відкриті до життя, вони відкрито обмінюються цінностями. Ті, хто боїться витрат, можуть мати внутрішній бар'єр довіри або страх втрати.
Засіб нагромадження та збереження цінності	
Гроші можна зберігати для майбутніх потреб/витрат або інвестування. Наприклад, якщо ви відкладаєте частину своєї зарплати, ви можете заощадити кошти на подорож або новий гаджет.	Нагромадження пов'язане з базовим почуттям безпеки. Деякі зберігають, бо планують, мріють, і це може бути проявом далекоглядності, любові до майбутнього. Інші бояться втратити або залишитися без нічого. Нагромадження може бути як проявом мудрості, так і ознакою тривоги й недовіри до світу. Тут важливо досліджувати: я зберігаю з любові до майбутнього чи зі страху перед ним?

ДИСКУСІЙНИЙ КЛУБ

1. Як ви відчуваєте гроші: як свободу, інструмент, страх, обмеження чи щось інше? **2.** Яка функція грошей, на вашу думку, найважливіша? **3.** Чи може криптовалюта стати головною світовою валютою?

ЦІКАВИЙ ФАКТ

У 2024 р. НБУ ініціював зміну назви розмінних монет з «копійка» на «шаг».

МОДЕЛЮЄМО СИТУАЦІЮ

Розробіть дизайн монети 50 шагів: назва, вигляд (ураховуючи історичні факти її походження), із чого вона виготовлена, чи має вона свою цінність і яку саме, де і як її можна використовувати. Презентуйте в класі та оберіть разом найкращу, на ваш погляд, монету.

КОРОТКО ПРО ГОЛОВНЕ

Гроші – це загальний еквівалент, який використовується для вимірювання цінності усіх товарів і послуг, здійснення їхнього кругообігу та нагромадження багатства. Вони виникли як відповідь на потребу людей зручно, точно та надійно обмінюватися товарами та послугами. За етапами проходження еволюції та способом використання гроші, відповідно, поділяються на: товарні, металеві, паперові, кредитні; готівкові, безготівкові. Гроші виконують такі функції: міри цінності, засобу обігу, засобу платежу й засобу нагромадження та збереження цінності.

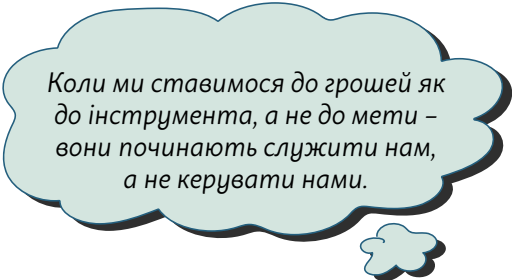
ПЕРЕВІРЯЄМО СЕБЕ

1. Які функції виконують гроші?
2. Доберіть прислів'я про гроші. Спробуйте їх пояснити.
3. Прочитайте висловлювання. Про які аспекти грошових відносин у них ідеться?
 - Між статком і нестатком – середина, де балансує більшість громадян... там ходять гроші – це душевний стан... (С. Губерначук).
 - Гроші – то, врешті-решт, величина перемінна, їх усе одно ніколи не буває задосить... (О. Забужко).
 - Від трудів праведних не наживеш палат кам'яних (Народне прислів'я).
 - Гроші – добрий слуга, але поганий господар (Народне прислів'я).
4. Саморефлексія. Як змінилося ваше розуміння грошей за цей урок? Які три головні риси повинні мати якісні, надійні гроші, що користуються довірою у людей?
5. Складіть коротку притчу, вірш або мініоповідання (п'ять-сім речень) про гроші. Передайте в ньому, як гроші можуть допомагати людині, соціуму, служити добрим справам, розвивати суспільство та поліпшувати життя людей.

ФІНАНСОВИЙ ГЕНІЙ (НА ВИБІР)

1. Поясніть, як ви розумієте вислів: «Сила грошей – це енергія руху, довіри та вибору». Проілюструйте цей вислів. Презентуйте в класі.
2. Опишіть, що для вас означають гроші (п'ять слів або коротких фраз). Можливо, ваше перше усвідомлене враження про гроші з дитинства. Що ви відчуваєте, коли чуєте слово «гроші»?

ДУМКИ В ДОРОГУ



Коли ми ставимося до грошей як до інструмента, а не до мети – вони починають служити нам, а не керувати нами.

Шановне учнівство, сподіваємося, що ви не лише позбулися упереджень щодо грошей, а й усвідомили: гроші – це не про жадібність чи обмеження, а про можливості, вибір і відповідальність.

§ 2. Що визначає цінність грошей та що їх знецінює. Яка роль національної валюти у творенні держави

*Чи завжди гроші мають однакову цінність?
Що буде, якщо грошей стане забагато?*

1. Що таке цінність грошей та як інфляція впливає на неї

КЛЮЧОВІ ТЕРМИНИ І ПОНЯТТЯ

- Цінність грошей
- Інфляція
- Валюта
- Курс валюти

Цінність грошей – це їхня купівельна спроможність, тобто кількість товарів і послуг, які можна придбати за певну суму. Що вища купівельна спроможність, то цінніші гроші.

МОДЕЛЮЄМО СИТУАЦІЮ

1. Вам подарували 1000 грн на день народження. Як зміниться їхня цінність через рік? Від чого це залежить і як можна зберегти цю цінність?

2. Як ви вважаєте, як інфляція може вплинути на ваше рішення зберігати гроші «під подушкою» або інвестувати їх?

3. Ви збираєте гроші на новий смартфон. Що небезпечніше для вашої цілі: зростання ціни саме на смартфон чи загальне подорожчання всіх товарів і послуг?

Інфляція – це постійно існуюча тенденція до зростання середнього рівня цін.

Тобто інфляція – це стійке підвищення загального рівня цін на товари та послуги, що призводить до зниження купівельної спроможності грошей: на ту саму суму згодом можна купити менше, бо гроші знецінюються.

Це тривалий процес, а не разове зростання цін, і він може бути як помірним, що стимулює економіку, так і високим, що руйнує її.

Для оцінювання рівня інфляції використовують Індекс споживчих цін (ІСЦ), який показує зміну вартості кошика товарів та послуг за певний період. До нього зараховують продукти харчування, одяг, ліки, комунальні послуги, пальне, побутову техніку тощо.

Виокремлюють такі причини інфляції:

1. **Інфляція попиту** – виникає, якщо сукупний попит перевищує можливості економіки виробляти товари та послуги.

2. **Інфляція витрат (пропозиції)** – з'являється через зростання витрат виробництва: подорожчання сировини, енергії, логістики тощо.

Додаткові чинники, що можуть посилювати інфляцію:

- **Надмірна емісія грошей** – грошей друкують більше, ніж потрібно економіці
- **Зовнішні шоки** – війна, пандемія, енергетичні кризи, порушення ланцюгів постачання

Види інфляції класифікують за причинами (попит, витрати (позиції), формами прояву (відкрита, прихована), за ступенем передбачуваності (очікувана, неочікувана) та збалансованістю (збалансована, незбалансована).



Види інфляції (за темпами зростання)

повзуча – до 10 % на рік – контрольована, повільна;
галопаюча – 10–50 % на рік – стрімка, нестабільна;
гіперінфляція – понад 50 % на місяць – руйнує економіку

ЦІКАВИЙ ФАКТ

У 1923 р. в Німеччині за один долар давали чотири трильйони марок. Люди використовували гроші як обгортки, паливо або навіть шпалери.

Україна в 1990-ті рр. також пережила гіперінфляцію – ціни зростали в кілька разів щотижня.

ОБГОВОРЕННЯ В ГРУПІ

Ви – команда економічних радників для вигаданого міста, де рівень інфляції за останній рік склав 15 %. Місцева влада просить вас розробити план дій для населення, щоб допомогти людям адаптуватися до нових економічних умов.



- Опишіть основні проблеми, з якими стикаються жителі міста через інфляцію (зростання цін на продукти, знецінення заощаджень, зниження реальних доходів тощо).
- Запропонуйте чотири-шість порад або рішень, як громадяни можуть адаптуватися, наприклад: інвестування, зміна споживчих звичок, пошук додаткового доходу тощо.
- Придумайте гасло або слоган для інформаційної кампанії, який мотивуватиме людей діяти.
- Додайте (за можливості) приклади з реального світу – як інші держави чи люди справлялися з інфляцією.

2. Що таке валюта та навіщо вона потрібна

Валюта – це грошова одиниця, яка є законним платіжним засобом у певній державі або використовується для міжнародних розрахунків. Наприклад, гривня – валюта України, долар США – валюта Сполучених Штатів Америки, а євро – спільна валюта держав Єврозони.

Валюта використовується:

- для розрахунків усередині держави (купівля товарів, оплата послуг, заробітна плата, податки);

- у зовнішній торгівлі (обмін між державами, імпорту та експорту);
- для заощаджень, інвестицій і нагромадження цінності;
- для порівняння цін на міжнародному рівні (наприклад, ціни на нафту визначаються в доларах США).

Випуском національної валюти займається центральний банк або інший валютний орган держави. Ця валюта має офіційний статус і приймається до оплати на території держави.

Розрізняють такі види валют:

Види валют

Вид валюти	Приклади	Характеристика
Національна	Українська гривня (для України), польський злотий (для Польщі), швейцарський франк (у межах Швейцарії)	Законний засіб платежу в межах однієї держави
Іноземна	Для українців: євро, злотий, фунт стерлінгів тощо (усі валюти, крім гривні)	Валюта інших держав, що обмінюється на національну
Світова резервна	Долар США, євро, фунт стерлінгів, японська ена, китайський юань, швейцарський франк	Використовується в міжнародних розрахунках, зберігається в резервах центральних банків різних держав

У світі існує понад 180 офіційних валют. Найдорожча з них нині (2025 р.) – кувейтський динар (1 кувейтський динар ≈ 3,2 долара США). Євро – офіційна валюта для 20 держав Європейського Союзу. Однак деякі держави використовують євро, не будучи членами ЄС або єврозони: Косово та Чорногорія офіційно використовують євро, хоча не є членами ЄС.

ЦІКАВИЙ ФАКТ

Найстарішою валютою, що досі перебуває в обігу, є британський фунт стерлінгів. Його історія налічує понад 1200 років, починаючи з VIII ст.

ДИСКУСІЙНИЙ КЛУБ

1. Як ви вважаєте, чи є наявність національної валюти важливим аспектом економічної незалежності та стабільності держави? **2.** Чи має готівка майбутнє в епоху цифрових фінансів? Як на це впливають інфляція, війна, нестабільність, історичний досвід?

Отже, стабільна національна валюта – ознака економічної стійкості та розвитку держави. Вона використовується для розрахунків усередині та за межами держави (часто має обмежене використання), заощаджень і фінансових операцій, а також свідчить про довіру до уряду, силу економіки та здатність держави виконувати свої фінансо-

ві зобов'язання. Деякі держави прив'язують свою валюту до долара США для зниження інфляції та підтримки стабільності.

Національною грошовою одиницею України є гривня. Вона є єдиним законним платіжним засобом на території держави та ознакою державного суверенітету та економічної незалежності (мал. 3).



Засіб обігу та платежу. Усі платежі, транзакції, виплати (зарплата, стипендія, податки) здійснюються в гривні
Міра цінності. Усі ціни в державі визначаються в гривнях
Засіб нагромадження. Гривню використовують для заощаджень

Мал. 3. Роль гривні у функціонуванні держави

Розгляньмо, що таке валютний курс.

Курс валюти – це кількісне співвідношення обміну однієї національної грошової одиниці на валюти інших держав.



Наприклад, коли кажуть, що один долар США коштує 41,58 грн, то йдеться саме про курс. Існують різні *режими валютного курсу*, тобто способи, за якими держава (через свій центральний банк) визначає, як формуватиметься курс національної валюти щодо інших валют.

Режими валютного курсу

Плаваючий курс	- Курс валюти вільно змінюється залежно від попиту й пропозиції на валютному ринку. - Держава не втручається в його формування. Приклад: долар США, євро, британський фунт
Фіксований курс	Держава закріплює курс своєї валюти щодо іншої (наприклад, долара США) і підтримує його через інтервенції¹. Приклад: Саудівська Аравія прив'язує ріал до долара США
Керований плаваючий курс	- Курс переважно плаваючий, але центральний банк (в Україні НБУ) може час від часу втручатися, щоб не допустити різких коливань. - Найпоширеніший режим у сучасному світі. Приклад: Україна, Китай

¹ Валютна інтервенція – це коли НБУ виходить на валютний ринок і купує або продає іноземну валюту, щоб вплинути на курс національної валюти.

МОДЕЛЮВАННЯ СИТУАЦІЇ

Уявіть, що НБУ встановлює фіксований курс: 1 долар = 41 грн.

1. Скільки гривень ви отримаєте за 100 доларів?
2. Скільки доларів зможете купити за 2500 гривень?
3. Подумайте, у чому полягає перевага фіксованого курсу для вашої родини. Які проблеми, на вашу думку, можуть виникнути через фіксований курс?

3. Яка роль національної грошової одиниці в стабільному функціонуванні держави

Національна валюта – це не просто гроші. Це символ національного духу, самоцінності, здатності самостійно створювати, приймати рішення і не залежати від зовнішнього контролю. Якщо держава має незалежну валюту, знижується рівень колективної тривожності. За рахунок власної грошової одиниці держава може регулювати інфляцію і підтримувати курс, забезпечувати внутрішню стабільність цін, підсилювати незалежність економіки.

ЧАС ДЛЯ РОЗДУМІВ

1. Уявіть, що ви відомий блогер, який пише про економіку. Вам потрібно написати пост на тему «Чи довіряти гривні: чому українці заощаджують у доларах?». Які три-чотири ключові причини такої поведінки ви назвали б і які кроки, на вашу думку, держава має зробити, щоб люди більше довіряли гривні та тримали в ній свої заощадження? 2. Під час війни, коли економіка держави перебуває в надзвичайно складному становищі, роль гривні стає ще критичнішою. Як, на вашу думку, гривня допомагає державі вистояти у війні? Наведіть приклади. Які головні виклики постають перед гривнею у воєнний час? Чи може держава «друкувати» гривневі банкноти в будь-якій кількості, щоб фінансувати оборону, і які наслідки це матиме? Як дії Національного банку України можуть підтримувати або послаблювати довіру до гривні?

ТОППОРАДА (ЯК ЗБЕРЕГТИ ЗАОЩАДЖЕННЯ У ВАЛЮТІ)

Не чекайте зростання курсу – формуйте свою валютну стратегію. Обговоріть із батьками/учителями, як і коли обмінювати валюту, щоб нагромадження працювали на вас, а не проти.

1. **Диверсифікація:** зберігайте заощадження не лише в гривні, а й частково у світових валютах (доларах, євро).

2. **Таймінг:** не обмінюйте спонтанно, а стежте: курс змінюється сезонно (перед великодними та різдвяними святами, бюджетними виплатами). Плануйте обміни.

3. **Часова перспектива:** якщо гривня зміцнюється, це непогано! Ви можете купити більше іноземних товарів/послуг, поїхати за кордон або вигідно інвестувати у валюту.

КОРОТКО ПРО ГОЛОВНЕ

Цінність грошей із часом змінюється під впливом інфляції, тому важливо вміти зберігати та примножувати їхню реальну цінність.

Валюта – це офіційний грошовий засіб держави, який забезпечує розрахунки, обмін і взаємодію економік у світі. Національна валюта – це грошова одиниця держави, яку емітує центральний банк або

уповноважений державний орган. Це символ державності, інструмент економічної політики, засіб стабілізації фінансів.

Стабільна національна валюта є основою економічної безпеки, фінансової системи та державного суверенітету.

ПЕРЕВІРЯЄМО СЕБЕ

1. Уявіть, що вам потрібно обміняти 350 євро на долари США. Перейдіть на офіційний сайт НБУ, дізнайтеся поточний курс гривні до євро та долара й розрахуйте, скільки доларів ви отримаєте після конвертації.

2. Що таке інфляція? Чи може бути корисна інфляція? Чому інфляція небезпечна для пенсіонерів? Як може виграти боржник від інфляції?

3. Що сталося б, якби Україна перейшла на долар? Як зміна курсу гривні впливає на життя звичайної родини?

4. Прочитайте назву валюти й спробуйте вгадати, валютою якої держави вона є: 1) фунт стерлінгів (GBP); 2) єна (JPY); 3) злотий (PLN); 4) юань (CNY); 5) крона (CZK)

5. Як ви можете використовувати знання про валюту у своєму житті? Напишіть три-п'ять речень.

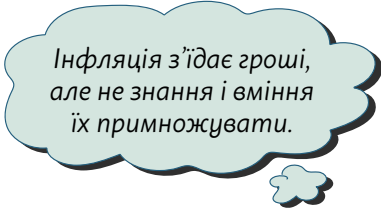
ФІНАНСОВИЙ ГЕНІЙ (НА ВИБІР)

1. Уявіть, що Україна вирішила зафіксувати обмінний курс гривні до долара США на рівні 1 долар США = 45 гривень. Це означає, що Національний банк України (НБУ) зобов'язується підтримувати цей курс, продаючи чи купуючи долари на ринку.

- Ви маєте 300 доларів США, скільки гривень ви за них отримаєте за фіксованим курсом?
- Потім ви вирішили купити євро, і курс становить 1 євро = 50 гривень. Скільки євро ви зможете купити за отримані гривні?
- Назвіть одну перевагу та одну потенційну проблему для вашої родини в разі запровадження плаваючого курсу (порада: подумайте про ціни на імпортні товари, поїздки за кордон, стабільність сімейного бюджету та коливання курсу гривні).

2. «Моя особиста валюта». Запишіть п'ять якостей, які є вашою «внутрішньою валютою» (наприклад, чесність, креативність, доброта, витривалість, почуття гумору). Запишіть по одному реченню, у яких окреслите, як ця внутрішня валюта допоможе вам досягти своїх цілей.

ДУМКИ В ДОРОГУ



Інфляція з'їдає гроші,
але не знання і вміння
їх примножувати.

*Шановне учнівство, незважаючи на інфляцію чи економічні зміни,
можна зберегти й примножити цінність грошей. Головне – мислити
стратегічно, бути уважними й діяти своєчасно.*

Можливості є завжди – треба лише навчитися їх бачити.

ТЕМА 2. ІСТОРІЯ СУЧАСНОЇ ГРИВНІ

§ 3. Гривня: короткий експурс в історію – від становлення до сучасності

Що ви знаєте про історію української гривні?

Чи відомо вам, звідки походить її назва?

Чому національну валюту України назвали саме так?

КЛЮЧОВІ ТЕРМІНИ І ПОНЯТТЯ

- Гривня

1. З давньої історії українських грошей

Історія українських грошей – це захоплива мандрівка крізь століття, що відображає політичні, економічні та культурні трансформації нашої держави. Вона починається ще за часів могутньої Київської держави, проходить крізь феодальну роздробленість, імперські випробування, революційні зміни та радянське минуле і, зрештою, веде до сучасної незалежної України з її національною валютою – гривнею.

Слово «гривня» походить від назви прикраси – «гривна». Це був обруч зі срібла або золота, який носили на шії, тобто «на загривку». І разом це був засіб, яким можна було в той чи інший спосіб розрахуватися. Отже, ця прикраса стала мірою ваги, а потім – грошовою одиницею.

Князь Володимир Великий почав карбувати златники та срібники (кінець X ст.). На монетах зображувався тризуб (мал. 4) – символ княжої влади, що згодом став гербом України. Паралельно ще деякий час використовували дирхеми та дрібні одиниці: куни (шкурки куніці), ногати, резани, векші, але з часом вони зникли.

Далі почали використовувати срібний злиток (X–XIII ст.). Його назва походить від прикраси «гривна». Для дрібних розрахунків поряд із гривнею (мал. 5) залишалися куни та інші маленькі одиниці.

Після занепаду Київської держави гривня поступово зникла з обігу, перетворившись на грошово-лічильне поняття (XIII–XIV ст.).

Далі в обігу були монети Золотої Орди (мал. 6): динар, дирхем, данг, пул (XIV ст.), паралельно з ними також використовувалися празькі гроші, шеляги. У XV–XVII ст. цей список розширився солідами, дукатами, ортинами, талерами, тинфами та боратинками.

Попри поширеність золотих, срібних і мідних монет чужоземного походження, упродовж другої половини XIV ст. у Львові карбували



Мал. 4. Золота монета часів Володимира Великого



Мал. 5. Срібна гривня. XIII ст.



Мал. 6. Мідна монета Золотої Орди – пул. Карбування 1370 р., у гирлі Дніпра



Мал. 7. Півгроши́к
Владислава Ягайла.
XIV–XV ст.



Мал. 8. Тригрошовик (шаг)
1765 р.

жали Австро-Угорській імперії, використовували австрійські гульдени, крони, інші монети.

ЦІКАВИЙ ФАКТ

Перше згадування «гривні» у значенні грошової одиниці трапляється в «Повісті минулих літ». Літопис оповідає, що князь Олег Віщий, прийшовши з Півночі, став владарювати в Києві і *«встановив варягам давати від Новгорода гривень триста на рік, заради миру»*.

ОБГОВОРЕННЯ В ГРУПІ

Чому для виготовлення монет використовували зазвичай золото та срібло?

2. Які історичні передумови відродження української національної валюти

Початок ХХ ст. став періодом відродження національної валюти. Під час Визвольних змагань 1917–1921 рр. Українська Народна Республіка запровадила карбованці, а згодом – гривню, яка ділилася на 100 шагів.

Художник Георгій Нарбут, проєктуючи ескіз банкноти в 100 карбованців, звернув увагу на тризуб як знак, характерний для найдавніших національних грошей України – златників та срібників князя Володимира, і вмонтував його до композиції ескізу (мал. 9).



Мал. 9. Купюра
100 гривень. 1918 р.

так званий півгроши́к (мал. 7), а в Києві князь Володимир Ольгердович (1363–1394) випускав дрібні срібні денарії.

За часів Гетьманщини (XVII–XVIII ст.) здійснювалися спроби власного карбування, але в обігу були польські гроші та російські рублі. Отже, гривня не використовувалася в обігу. Водночас існувало таке поняття, як «шаг». Шаг – це міра грошової лічби, яка була поширена на українських землях в XVI–XVIII ст. і відповідала спочатку цінності трьох польських грошей чи двох московських копійок, а згодом означала 1/2 копійки (мал. 8).

До початку ХХ ст. на українських землях, що входили до складу Російської імперії, основною валютою був російський рубль і копійки. На територіях, що належали Австро-Угорській імперії, використовували австрійські гульдени,

крони, інші монети.

У радянський період (1922–1991) на території України в обігу були радянські рублі, а гривня зникла з грошового обігу. Лише з проголошенням незалежності в 1991 р. постало питання про створення власної валюти.

Становлення гривні – це не лише поява нової валюти, а важливий етап утвердження економічної незалежності України. Після проголошення незалежності в 1991 р. країна опинилася в складній економічній ситуації. Радянський рубль продовжував циркулювати, але поступово втрачав довіру. У 1992 р. як тимчасовий крок було запроваджено купони, які мали замінити рублі. У народі їх називали «купоно-карбованцями». Вони швидко знецінювалися через гіперінфляцію, і це серйозно впливало на добробут людей.

У такій ситуації виникла нагальна потреба у власній, повноцінній національній валюті. Назва «гривня» була обрана не випадково – вона має глибокі історичні корені. Це не просто грошова одиниця – це повернення до власної ідентичності, спадкоємності державності.

2 вересня 1996 р. в Україні стартувала грошова реформа, і гривня офіційно стала національною валютою. Обмін купонів на гривні відбувався за курсом 100 000 карбованців за 1 гривню. Протягом кількох тижнів старі купюри поступово вилучалися з обігу, а нові – гривні та копійки – входили в повсякденне життя людей.

Гривня – це національна валюта України (код UAH, символ ₴), введена в обіг у вересні 1996 р. Щороку 2 вересня відзначається День української гривні.

ЦІКАВИЙ ФАКТ

Перші гривневі банкноти були надруковані ще в 1992 р. не в Україні, а в Канаді, адже на той момент у держави ще не було власної друкарні, здатної забезпечити потрібну якість та захист.

Дизайн купюр, створений художниками Василем Лопатою і Борисом Максимовим, відображає ключові постаті української історії: на них з'явилися князі Володимир Великий, Ярослав Мудрий, гетьман Богдан Хмельницький та інші видатні діячі, які уособлюють незалежність і силу української держави (мал. 10).



Мал. 10. Історичні постаті на українських банкнотах

- Визначте, яку історичну особистість зображено на кожній купюрі.

Гривня стала для України не лише новими грошима, а й важливим знаком того, що держава прагне мати як політичну, так і економічну незалежність, будує власну фінансову систему, орієнтовану на стабільність і розвиток. Сам факт появи гривні закріпив статус України як самостійної держави, здатної формувати власне майбутнє.

ЧАС ДЛЯ РОЗДУМІВ

Чи можна стверджувати, що гривня – це не лише сучасна валюта, а й історичний символ України? Аргументуйте свою думку.

3. Розвиток грошової одиниці в сучасній Україні

Після введення гривні у вересні 1996 р. як національної валюти України її розвиток віддзеркалював економічні, політичні та соціальні трансформації держави. Розгляньмо основні етапи цього розвитку:

1. Стабілізація та перші кризи (1996–2008).

- Початковий курс гривні складав приблизно 1,76 грн за 1 долар США.
- У 1998 р. через фінансову кризу гривня девальвувала¹ до понад 5 грн за 1 долар США.
- У 2000–2008 рр. спостерігалася відносна стабільність, зокрема ревальвація² до 4,85 грн за 1 долар у 2005–2008 рр.

2. Глобальна фінансова криза (2008–2009). Світова економічна криза спричинила різке падіння гривні: з 5 до 7,8 грн за 1 долар.

3. Геополітична нестабільність (2014–2015).

- Анексія Криму та війна на Донбасі спричинили глибоку девальвацію: курс сягнув понад 27 грн за 1 долар.
- У 2015 р. НБУ перейшов до режиму плаваючого валютного курсу.

4. Повномасштабне вторгнення Росії (2022 – дотепер).

- У 2022 р. НБУ зафіксував курс на рівні 29,25 грн за 1 долар, а з липня – підвищив до 36,56 грн.
- Для 2025 р. було закладено середній курс на рівні 42,4 грн за 1 долар.
- Нині зростає роль безготівкових розрахунків і цифрових фінансових сервісів.

Незважаючи на економічні труднощі, гривня і під час війни забезпечує розрахунки, соціальні та оборонні витрати. Українські економісти досліджують впровадження е-гривні – цифрової форми валюти, яка відповідатиме сучасним викликам і відкриє нові можливості для економіки держави.

Українська гривня визнана однією з найзахищеніших валют у світі завдяки складним елементам безпеки.

- **У групі.** Перейшовши за посиланням <https://cutt.ly/Xrle8pqE> або QR-кодом, ознайомтеся з таблицею «Етапи розвитку грошової одиниці України – від давнини до сучасності». Які факти до характеристик кожного етапу ви можете додати?



ДИСКУСІЙНИЙ КЛУБ

Вам доручено створити символ для нової гривневої банкноти (наприклад, 2000 ₴). Кого з історичних особистостей ви зобразили б на ній? Поясніть свій вибір. Який колір та елементи дизайну ви використали б?

¹ Девальвація – зниження цінності національної валюти щодо інших валют.

² Ревальвація – підвищення курсу національної валюти відносно інших валют.

ТОППОРАДА (ЯК ЦІНУВАТИ ГРОШІ)

Цінують свої гроші не лише як засіб платежу й нагромадження, а й як символ свободи, історії та могутності держави. Навіть одна гривня може стати мільйоном, якщо ви вкладете її з розумом.

КОРОТКО ПРО ГОЛОВНЕ

Гривня як грошова одиниця України сформувалася завдяки розвитку торгівлі, укоріненню державності та прагненню до політичної та економічної незалежності. Після здобуття незалежності в 1991 р. Україна користувалася нестабільною тимчасовою валютою – купоно-карбованцем. У вересні 1996 р., після грошової реформи, було запроваджено гривню, яка стала не лише засобом платежу, а й символом незалежності та національної ідентичності.

ПЕРЕВІРЯЄМО СЕБЕ

1. Дізнайтесь у старших членів родини: як відбувався процес зміни валюти? Чи були зручні в користуванні купоно-карбованці? Чи стали люди почуватися безпечніше після грошової реформи й введення в обіг гривні?

2. За допомогою інтернет-джерел порівняйте грошову історію України та інших держав: які з них також відновили історичні назви своїх валют?

3. Перейшовши за посиланням <https://cutt.ly/SrlrwgRp> або QR-кодом, перегляньте відео та розкажіть, як із часом змінювалася банкнота. Що цьому сприяло? Яка з банкнот вам сподобалася найбільше?



4. Уявіть, що ви створюєте презентацію про історію гривні. Які три найважливіші факти ви обрали б для своєї презентації?

ФІНАНСОВИЙ ГЕНІЙ

Перейшовши за посиланням <https://cutt.ly/Jrle4UEh> або QR-кодом, здійсніть віртуальну екскурсію до Музею грошей Нацбанку та занотуйте коротко три-шість фактів, що вас вразили.



ДУМКИ В ДОРОГУ

Гроші – це не лише засіб обміну,
а й носій культури, сили народу
та історії. Поважаючи свою
валюту, ми поважаємо себе.

*Шановне учнівство, тримати в руках гривню –
це ніби тримати частинку історії та гідності своєї держави.
А подальше вивчення фінансової грамотності –
ваш особистий внесок у зміцнення стабільності української
економіки та національної валюти.*

§ 4. Як виготовляють гроші

*Де, на вашу думку, виробляють гроші?
Як думаєте, чому створення
купюри – це складний технологічний процес,
а не просто друк на папері?*

1. Які етапи включає процес виготовлення банкнот

Чи замислювалися ви, як з'являються гроші, якими ми користуємося щодня? Це складний і ретельно контрольований процес. Він поєднує науку, мистецтво й сучасні технології. В Україні за це відповідає Національний банк України (НБУ), а безпосередньо виробництвом займається спеціальне підприємство – Банкотно-монетний двір (БМД), який розташований у Києві.

КЛЮЧОВІ ТЕРМІНИ І ПОНЯТТЯ

- Банкотно-монетний двір
- Українська нумізMATика

Банкотно-монетний двір Національного банку України – це відокремлений структурний підрозділ, що спеціалізується на виготовленні банкнот і монет України, бланків державних цінних паперів, документів суворого обліку та знаків поштової оплати, а також цінних паперів на замовлення іноземних держав.

Виготовлення банкнот включає чотири етапи.

Етапи виготовлення банкнот

Розробка
дизайну
та захисних
елементів

Виготовлення
паперу

Друк
банкнот

Контроль
якості
та фасування

На *першому етапі* художники та дизайнери НБУ створюють макет банкноти. Він включає комплекс зображень, портретів, орнаментів, а також захисних елементів, які роблять підробку майже неможливою.

Другий етап – виготовлення паперу. Гроші друкують на спеціальному папері, який дуже міцний. Його виготовляють переважно з бавовняних волокон. Він не рветься і не розмокає так легко, як звичайний папір. Саме на цьому етапі в папір додають водяні знаки та захисні стрічки. Папір виготовляє Фабрика банкнотного паперу НБУ.

Друк банкнот відбувається на *третьому етапі*. Він включає:

- **офсетний друк:** наносять фонове зображення та основні кольори;
- **інтагліо-друк (глибокий друк):** це найважливіший етап. Фарбу наносять під дуже високим тиском, тому зображення на банкноті стають рельєфними, їх можна відчутися на дотик. Це є також одним з вирішальних захисних елементів;
- **серійні номери та інші елементи:** додають унікальні серійні номери та інші дрібні деталі.

Завершальним, *четвертим етапом* є суворий контроль якості, який проходить банкнота. Спеціальні машини перевіряють відповідність усім стандартам безпеки та дизайну. Неякісні купюри знищуються. Після цього банкноти фасують у пачки і поміщають у спеціальні сховища НБУ.

ЦІКАВИЙ ФАКТ

НБУ випустив нову банкноту, присвячену боротьбі України проти російських загарбників. Вона має незвичайний вертикальний дизайн (мал. 11).

ЧАС ДЛЯ РОЗДУМІВ

Поясніть, чому кожен етап є важливим для захисту грошей від підробок?



1

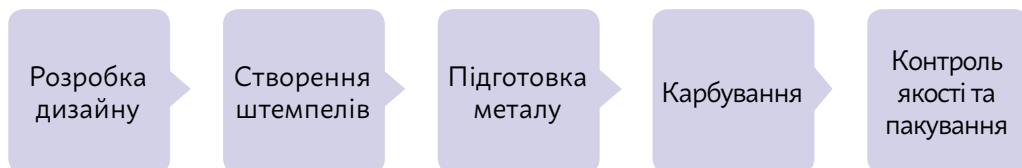
2

Мал. 11. Пам'ятна банкнота номіналом 20 гривень зразка 2023 р. «ПАМ'ЯТАЄМО! НЕ ПРОБАЧИМО!». Аверс (1), реверс (2).

2. Як виготовляють монети

Металеві гроші (монети) виготовляють на монетному дворі. Процес їх виробництва інший. Він включає п'ять етапів.

Етапи виготовлення монет



На *першому етапі* художники створюють ескізи для аверсу (лицьова сторона) та реверсу (зворотна сторона) монети, а також для гурту (край монети).

Другий етап – створення спеціальних металевих форм – штемпелів. Вони є дзеркальним відображенням майбутньої монети, і саме ними на метал наносять зображення. Штемпелі виготовляють з дуже міцної сталі.

Підготовка металу – *третій етап*. Для монет використовуються різні метали та сплави: сталь, латунь, нікель, мідь, цинк, алюміній, нейзильбер. Метал надходить у вигляді рулонів або листів. З них за допомогою штампів на пресі вирізають круглі заготовки – монетні кружки.

Четвертий етап. Гуртки подають під потужні преси. За один удар преса штемпелі одночасно з двох сторін наносять зображення на гурток. У цей самий момент формується і гурт монети (гладкий, рифлений або з написом). Сила тиску преса може сягати сотень тонн!

Завершується виготовлення монет *п'ятим етапом* – ретельним контролем



на відсутність дефектів. Після перевірки їх пакують у спеціальні мішки та відправляють до НБУ.

З Банкотно-монетного двору готові гроші надходять до сховищ Національного банку України. Звідти їх розподіляють між комерційними банками, а банки вже видають їх людям через банкомати, каси, або ж ми отримуємо їх як заробітну плату, пенсії тощо.

ОБГОВОРЕННЯ В ГРУПІ

1. Поясніть, чому саме НБУ, а не приватна компанія має право випускати національну валюту. **2.** Створіть на папері або в графічному редакторі ескіз пам'ятної монети на тему «Моє рідне місто». Укажіть: назву монети; номінал; рік випуску: що зображено на аверсі та реверсі.

3. Що зображено на українських банкнотах та які елементи захисту вони мають

Українська гривня – це не просто платіжний засіб, а справжній витвір мистецтва та інженерії, який поєднує глибоку історичну символіку та найсучасніші технології захисту від підробок.

На лицьовій стороні кожної банкноти зображено видатних історичних діячів України, а на зворотній – архітектурні пам'ятки або символи, що пов'язані з їхньою діяльністю чи певною історичною епохою. Дизайн банкнот різних номіналів є унікальним, але витриманий у єдиному стилі.

Зображення на основних номіналах гривні

Номінал гривні	Лицьова сторона	Зворотна сторона
1 грн	Князь-хреститель Київської держави Володимир Великий	Град Володимира в Києві (руїни Десятинної церкви)
2 грн	Київський князь Ярослав Мудрий	Софійський собор у Києві
5 грн	Гетьман України Богдан Хмельницький	Іллінська церква в селі Суботіві (родовий маєток Хмельницьких)
10 грн	Гетьман України, меценат Іван Мазепа	Києво-Печерська лавра
20 грн	Письменник, учений, громадський діяч Іван Франко	Львівський оперний театр
50 грн	Історик, державний діяч, голова Української Центральної Ради Михайло Грушевський	Будинок Української Центральної Ради. (На модифікованих банкнотах з 2024 р. додано гасло «СЛАВА УКРАЇНІ! ГЕРОЯМ СЛАВА!»)

Номінал гривні	Лицьова сторона	Зворотна сторона
100 грн	Поет, художник, мислитель Тарас Шевченко	Чернеча гора (могила Тараса Шевченка) у Каневі та Дніпро
200 грн	Письменниця Леся Українка	В'їзна вежа Луцького замку
500 грн	Філософ, поет, педагог Григорій Сковорода	Києво-Могилянська академія. (На модифікованих банкнотах з 2024 р. додано гасло «СЛАВА УКРАЇНІ! ГЕРОЯМ СЛАВА!»)
1000 грн	Вчений, філософ, перший президент Академії наук України Володимир Вернадський	Будівля Президії Національної академії наук України. (На модифікованих банкнотах з 2024 року додано гасло «СЛАВА УКРАЇНІ! ГЕРОЯМ СЛАВА!»)

Українські гривні мають високий ступінь захисту від підробки, який постійно вдосконалюється Національним банком України. Елементи захисту можна поділити на ті, що перевіряються візуально або на дотик, і ті, що вимагають спеціального обладнання.

Серед таких елементів:

- **Водяні знаки:** зображення, які видно лише на просвіт.
- **Захисні стрічки:** тонкі смужки, вбудовані в папір.
- **Мікродрук:** дуже дрібний текст, який важко розгледіти без збільшення.
- **Приховані зображення (латентні):** видно під певним кутом.
- **Оптично-змінна фарба (OVI):** змінює колір під різними кутами огляду.
- **Елементи, що світяться в ультрафіолеті (УФ):** видно лише під УФ-лампою.

Основною метою захисту грошей є надання їм такої якості, яка ускладнювала б підробки та забезпечувала б швидке розпізнавання справжності.

- Перейшовши за посиланням <https://cutt.ly/prle8NkV> або QR-кодом, розгляньте елементи захисту на прикладі банкноти 200 грн.



Знання цих елементів захисту допомагає кожному громадянину відрізнити справжні гроші від фальшивих і є важливою частиною фінансової грамотності. Національний банк України регулярно надає актуальну інформацію про всі захисні елементи на своєму офіційному сайті.

ТОППОРАДА (ЯК ВІДРІЗНИТИ СПРАВЖНІ ГРОШІ ВІД ФАЛЬШИВИХ)

Перейшовши за посиланням <https://cutt.ly/NrIrtQNI> або QR-кодом, дізнайтеся, як правильно перевірити справжність банкноти.



ЧАС ДЛЯ РОЗДУМІВ

Оберіть будь-яку українську банкноту. Знайдіть на ній щонайменше три захисні елементи, які були згадані в темі. Опишіть, як ви їх розпізнали (наприклад, водяний знак видно на просвіт). Поясніть, чому знання захисних елементів є важливим для кожного громадянина.

ДИСКУСІЙНИЙ КЛУБ

1. Як ви вважаєте, чи варто НБУ постійно оновлювати дизайн банкнот і додавати нові захисні елементи? Які переваги та недоліки це має?
2. Складніше підробити сучасну банкноту чи монету? Обґрунтуйте свою думку.
3. Як ви вважаєте, хто більше ризикує в разі підробки – фальшивомонетник чи держава? Чому?

МОДЕЛЮЄМО СИТУАЦІЮ

Уявіть, що ви працюєте в нацполіції та викриваєте фальшивомонетників, які намагаються підробити українську гривню. Які елементи захисту, на вашу думку, були б найскладнішими для імітації? Чому?

4. Яке значення української нумізматики

Українська нумізматика – це наукова дисципліна, що вивчає історію грошового обігу та монетного карбування на території України. Колекціонування монет є пов'язаною, але окремою діяльністю.

Вона охоплює тисячоліття, починаючи від античних часів і до сучасної гривні, і є надзвичайно цінним джерелом для вивчення економіки, політики, культури та повсякденного життя різних епох.

Яка роль української нумізматики

1. *Історичне джерело.* Монети та грошові знаки є важливими свідками історії: допомагають датувати події, вивчати торговельні шляхи та політичні впливи
2. *Культурне надбання держави.* Нумізматичні колекції відображають культурне різноманіття та національну ідентичність
3. *Наукова дисципліна.* Її дослідження сприяють розширенню знань про грошовий обіг у Східній Європі
4. *Популярне хобі (колекціонування),* що об'єднує тисячі людей, які збирають і вивчають монети, а також банкноти й медалі як суміжні об'єкти

ЦІКАВИЙ ФАКТ

В Україні діють нумізматичні товариства та музеї (наприклад, музей нумізматики в м. Одеса та м. Острог, Музей грошей НБУ тощо).

Українська нумізматика – це не просто колекціонування грошей, а глибоке занурення в історію, що дає змогу поновому подивитися на розвиток української держави та суспільства крізь призму її фінансової системи.

ОБГОВОРЕННЯ В ГРУПІ

Дізнайтеся, чи існують в Україні музеї або відділи музеїв, які спеціалізуються на нумізматиці. Яку роль вони відіграють у збереженні та популяризації нумізматичної спадщини?



ЧАС ДЛЯ РОЗДУМІВ

Чи вважаєте ви нумізматику цікавим хобі? Хто з вас або ваших друзів чи знайомих займається нумізматикою? Чому люди присвячують себе колекціонуванню та вивченню старих грошей?

5. З якою метою виготовляють пам'ятні та колекційні монети

Пам'ятні та колекційні монети – це не просто платіжні засоби, а справжні витвори мистецтва, що містять у собі глибокий історичний, культурний і художній зміст. Вони відрізняються від звичайних обігових монет своїм призначенням, дизайном, накладом, а часто й металом виготовлення. В Україні емітентом таких монет є Національний банк України.

Ключова відмінність між пам'ятними та колекційними монетами полягає в їхньому призначенні.

Пам'ятні монети випускають на честь знаменних подій, ювілеїв, видатних особистостей, визначних пам'яток культури та архітектури, явищ природи, а також для популяризації спорту, науки тощо. Вони мають обмежений наклад і зазвичай стають об'єктом колекціонування.

Колекційні монети призначені саме для колекціонерів. Вони можуть мати особливий дизайн, вищий ступінь обробки (наприклад, «пруф» – дзеркальну поверхню) та бути виготовленими з дорогоцінних металів (золота, срібла) або недорогоцінних металів (нейзильберу, біметалу, сплаву нордичного золота).

На відміну від пам'ятних і колекційних монет, *обігові монети* призначені для повсякденних розрахунків і карбуються у великій кількості.

Незважаючи на свою особливість, пам'ятні та колекційні монети є *законним платіжним засобом* на території України за їхнім номіналом. Проте їхня колекційна цінність зазвичай значно перевищує номінальну, тому їх рідко використовують для платежів.

ОБГОВОРЕННЯ В ГРУПІ

Скориставшись сайтами НБУ (<https://bank.gov.ua>, <https://coins.bank.gov.ua>), з'ясуйте, які серії пам'ятних монет він випускає. Оберіть із серії, яка вам найбільше сподобалася, дві-три монети та порівняйте їх. Що спільного в їхньому дизайні? Чим вони різняться?

ДИСКУСІЙНИЙ КЛУБ

Чи вважаєте ви, що пам'ятні монети відіграють важливу роль у збереженні та популяризації національної історії та культури? Які критерії, на вашу думку, роблять пам'ятну монету «успішною» з точки зору колекціонерів і суспільства?

КОРОТКО ПРО ГОЛОВНЕ

Виробництво грошей – це складний, багатоступеневий процес, що потребує різноманітних знань: від мистецтва до інженерії. В Україні за виробництво грошей відповідає Національний банк України (НБУ), а безпосередньо виробництвом займається Банкнотно-монетний двір (БМД). Українські гривні мають високий ступінь захисту від підробки.

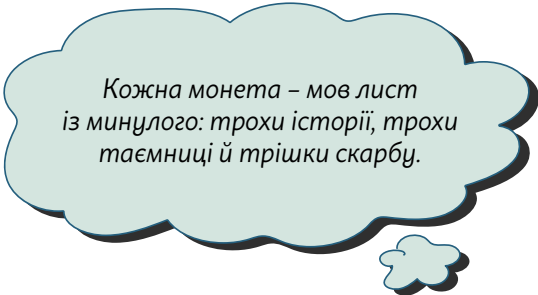
ПЕРЕВІРЯЄМО СЕБЕ

1. Яка державна установа в Україні відповідає за виробництво грошей?
2. Поясніть, чим різняться процеси виготовлення банкнот і монет.
3. Чому випуск пам'ятних монет є важливим для національної ідентичності? Як вони можуть бути інвестиційним інструментом?
4. Чи може розвиток цифрових грошей (криптовалют) вплинути на інтерес до традиційної нумізматики?

ФІНАНСОВИЙ ГЕНІЙ

Уявіть, що вам запропонували розробити ескіз пам'ятної монети, присвяченої важливій події в історії України. Опишіть, що ви зобразили б на аверсі та реверсі монети. Які символи та елементи дизайну ви використали б? Як ви назвали б вашу монету, який номінал був би в неї? Напишіть коротку доповідь (два-три речення) «Чому я зобразив на пам'ятній монеті саме цю подію».

ДУМКИ В ДОРОГУ



Кожна монета – мов лист
із минулого: трохи історії, трохи
таємниці й трішки скарбу.

Шановне учнівство, справжні гроші – це не лише засіб обігу, а й витвір мистецтва, що відображає історію держави. Досліджуючи шлях створення банкнот і монет, ви відкриваєте для себе важливу істину: довіра до валюти починається з поваги до своєї держави.

Розділ II

БАНКІВСЬКІ ТА НЕБАНКІВСЬКІ ФІНАНСОВІ УСТАНОВИ

Історія однієї ідеї, яка змінила фінансовий світ: Monobank

Колись у Києві жили-були банкіри, котрі мріяли про банк... але так, щоб без банку. Без будівлі, без відділень, без черг, без паперів. Щоб усе було в телефоні, а люди самі керували своїми грошима. Лише застосунок і... кіт. Так почалася історія Monobank – першого українського необанку, що з 2017 р. до сьогодні є одним з найпопулярніших фінансових сервісів держави.

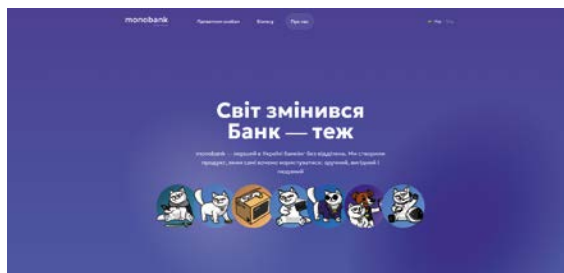
Банкіри заснували IT-команду, яка зосередилася на технологіях, дизайні та клієнтському сервісі та об'єдналася з Universal Bank, який надав їм ліцензію.

Надалі вони всі разом почали працювати над ідеєю створення продукту, яким самі користуватимуться: що було зручно, вигідно та людяно. Спочатку їм не вірили: банк без віконця, каси й печатки? Не розуміли, як це буде працювати. Проте вже зараз Monobank здобув довіру понад 10 мільйонів українців, став лідером за інноваціями й не зупинив роботу під час війни. Цей банк – застосунок, у якому можна:

- відкрити рахунок за 15 хв;
- отримати картку поштою чи забрати в будь-якій точці видачі;
- миттєво бачити витрати;
- швидко оформити дитячі картки;
- отримувати кешбек грошима, а також подарунки;
- відкривати «банки» для збору коштів;
- гейміфікуватися та швидко здійснювати будь-яке бажання;
- спілкуватися з підтримкою через меми й котиків.

Щоб змінити світ фінансів і фінансове майбутнє мільйонів людей, іноді достатньо лише сміливої ідеї, наполегливої команди і... кота. Авжеж, без кота нічого і не було б...

- Які відчуття виникли у вас після прочитання цієї реальної історії?
- Чому Monobank став успішним?
- Як він змінив уявлення про банкінг?
- Поясніть вислів: *«Не місце робить банк банком, а довіра, простота й користь для людей».*



ТЕМА 1. БАНКІВСЬКА СИСТЕМА УКРАЇНИ

§ 5. Як працює банківська система України та чому вона стосується кожного з нас

Як ви гадаєте, яка роль фінансових послуг у житті людини? Хто та як керує грошима держави?

Яка, на вашу думку, роль банків у щоденному житті людей? Чи маєте ви досвід користування банками? Який саме?

1. Що таке банківська система та її рівні

Уявіть, що ви отримали на день народження значну суму грошей від близьких або заробили свої перші гроші. Як ними розпорядитися? Заховати в якомусь таємному місці у кімнаті? Чи переказати на картку? Чи, може, вкласти у щось корисне, що принесе дохід? А тепер уявіть ціле місто, країну, світ – з мільйонами людей, підприємств, які щодня переказують, позичають, зберігають та інвестують мільярди одиниць валюти. Як усе це працює? Хто стежить за тим, щоб усі фінансові операції були чесними та організованими? Цю функцію виконує банківська система. Вона забезпечує стабільність економіки, захищає наші заощадження, підтримує бізнес, видає кредити та допомагає розвивати державу.

КЛЮЧОВІ ТЕРМІНИ І ПОНЯТТЯ

- Банківська система
- Національний банк України
- Комерційні банки
- Фінансові послуги
- Фінансові продукти

Банківська система – це сукупність усіх банківських установ держави, що діють відповідно до законодавства та регуляцій і функціонують у межах єдиного грошово-кредитного механізму держави. Вона забезпечує: обіг грошей; кредитування економіки; збереження коштів; регулювання грошової маси.

Тож банківська система працює над обробкою платежів, прийманням депозитів, нагромадженням капіталу, кредитуванням економіки, емісією (випуском) грошей (функція НБУ) тощо. Усі установи, які належать до цієї системи, мають банківську ліцензію. Банківська система – це не просто набір банків, це структурована система, яка виконує ключові функції в економіці, як-от:

Трансформаційну

перетворює заощадження людей і підприємств на кредити, які допомагають іншим (наприклад, бізнесам) розвиватися

Стабілізаційну

допомагає зберігати стабільність національної валюти, контролювати інфляцію та не допускати фінансових криз

Емісійну

через Національний банк система відповідає за випуск (емісію) грошей – саме так з'являються нові банкноти й монети

Посередницьку

об'єднує тих, хто має гроші (вкладників), і тих, кому потрібні гроші (позичальників), забезпечуючи обмін фінансовими ресурсами

Як і більшість держав з ринковою економікою, українська банківська система має дворівневу структуру:

1 рівень – Національний банк України (НБУ). Це головний банк держави, він не обслуговує населення безпосередньо, але виконує стратегічні функції, зокрема контролює банки.

2 рівень – комерційні та інші банки (ПриватБанк, Ощадбанк, Райффайзен, Ukrsibbank тощо).

Основою для ефективного функціонування банківської системи слугують грошово-кредитна (монетарна) політика НБУ, законодавча база, розвинена інфраструктура, довіра населення тощо.

ЧАС ДЛЯ РОЗДУМІВ

Чи може існувати сучасна держава без банків? Що ви зробили б, якби всі банки одного дня зникли?

ДИСКУСІЙНИЙ КЛУБ

Проведіть опитування в класі: «Чи довіряєте ви банкам?» Аргументуйте свою думку.

2. Як функціонує Національний банк України

Ми довіряємо банкам свої гроші, беремо кредити, залишаємо вклади, проте хто стежить за тим, щоб банки працювали чесно, а гривня залишалася стабільною? Це завдання Національного банку України (НБУ), який виконує роль центрального «арбітра» у світі грошей, це ніби роль диригента великого оркестру. Він не обслуговує клієнтів у відділеннях, як звичайні банки, але керує всією грошовою системою держави.



Національний банк України (НБУ) – це центральний банк держави, створений у 1991 р. Він має особливий статус: не підпорядкований уряду, але підзвітний Верховній Раді та Президенту. Його діяльність регулюється:

- Конституцією України;
- Законом «Про Національний банк України»;
- іншими законами та міжнародними угодами.

Основну мету НБУ – забезпечення стабільності гривні – закріплено в Конституції України. Тобто НБУ – не банк для клієнтів, а державний регулятор фінансової системи, що керує усією економікою, контролює банки та захищає гривню від знецінення.

НБУ	Комерційні банки
Не обслуговує фізичних осіб	Обслуговують клієнтів
Має монопольне право на емісію	Не можуть друкувати гроші
Регулює інші банки	Під наглядом НБУ
Не має на меті прибуток	Працюють для прибутку
Не приймає депозитів	Приймають вклади

ЦІКАВИЙ ФАКТ

У березні 2023 р. НБУ вперше в історії отримав міжнародну премію *Central Banking Awards* у головній номінації «Центральний банк року».

ОБГОВОРЕННЯ В ГРУПІ

1. Перейшовши за посиланням <https://cutt.ly/Lrle4ozD> або QR-кодом, ознайомтесь із сайтом НБУ та обговоріть у групі, якою корисною інформацією, розміщеною на цьому сайті, ви можете скористатися.



2. Перейшовши за посиланням <https://cutt.ly/ArIriitg> або QR-кодом, перегляньте відео та дізнайтесь, чим займається Національний банк України. Обговоріть, що нового та цікавого дізналися.



3. Яку роботу та які функції виконують банки другого рівня

Припустимо, ви купуєте онлайн новий телефон. Щоб оплатити покупку, ви відкриваєте мобільний додаток банку. Хто забезпечує, щоб гроші дійшли за секунду, щоб ваша карта працювала, а банк був безпечним? Це банки другого рівня. Саме через них ми взаємодіємо з фінансами.

Комерційні банки – це фінансово-кредитні установи, які забезпечують функціонування ринку капіталів і грошей. Це установи, функцією яких є кредитування суб'єктів економічної діяльності та громадян, розрахункове обслуговування клієнтів, виконання валютних та інших банківських операцій.

Тож банки на підставі ліцензії НБУ мають право здійснювати всі види банківських операцій, передбачені законом, з метою отримання прибутку.

Приклади банків в Україні: ПриватБанк, Monobank (на базі Universal Bank), Sense Bank, Ukrsibbank, Ukgasbank тощо. Основними функціями банків є: залучення вкладів, кредитування, платежі та перекази, фінансове посередництво (з'єднує тих, у кого є гроші, з тими, кому вони потрібні), консультаційні послуги тощо.

Банки розрізняють за формою власності, масштабом діяльності та спеціалізацією, і кожен з них відіграє свою унікальну роль в економіці.

4. Що ви знаєте про фінансові послуги й фінансові продукти та які вони бувають

Завдяки фінансовим установам ми маємо доступ до зручних інструментів для щоденних потреб і великих мрій. Банки та інші фінансові організації стали невід'ємною частиною економічного ланцюга, що підтримує рух грошей, розвиток бізнесу й добробут населення. Щоб ефективно користуватися



цими можливостями, важливо розуміти, що таке фінансові послуги та фінансові продукти, чим вони відрізняються та які форми мають.

Фінансові послуги – це дії або операції, які надають фінансові установи (банки, страхові компанії, кредитні спілки тощо), щоб допомогти клієнтам управляти своїми фінансами. Наприклад, відкриття рахунку, переказ коштів, обмін валюти, страхування, консультації з інвестицій.

Фінансові продукти – це конкретні інструменти або угоди, які людина отримує від фінансової установи. Наприклад, банківська картка, кредит, депозит, іпотека, страхування життя.

Відмінність між фінансовим продуктом і фінансовою послугою: фінансовий продукт – це те, що ви отримуєте (наприклад, кредит), конкретна пропозиція. Фінансова послуга – це дія, за допомогою якої ви його отримали (наприклад, оформлення кредиту).

Взаємозв'язок: фінансовий продукт – це результат або форма фінансової послуги.

Оплата в магазині картою, зняття готівки, отримання відсотків за вкладом/депозитом, переказ грошей рідним, зарахування стипендії, зарплати – це приклади банківських операцій, які ми здійснюємо щодня, навіть не замислюючись. Економіці вони допомагають функціонувати, а нам – почуватися впевнено та приймати обґрунтовані фінансові рішення.

МОДЕЛЮЄМО СИТУАЦІЮ

1. Уявіть, що ви створюєте банк майбутнього. Які послуги, продукти ви запропонуєте? Які цінності буде втілювати ваш банк? Який він буде (назва, особливості)?

2. Пограємо в гру «Хто я?». Підготуйте папірці-картки з назвами банківських продуктів/послуг. Хтось з учнів чи учениць отримує картку з написом (наприклад, «депозит», «іпотека», «страхування»). Решта учнів та учениць ставить запитання, щоб відгадати, який фінансовий продукт/послугу загадано.

3. Уявіть себе банкіром/банкіркою і придумайте новий фінансовий продукт для молоді. Як він називатиметься? Що в ньому особливого?



ТОППОРАДА (ФІЛЬТР ДЛЯ ФІНАНСОВИХ РІШЕНЬ)

Перш ніж скористатися будь-якою банківською послугою чи продуктом, запитайте себе:

- Чи безпечно? (Чи це офіційний банк, чи має ліцензію НБУ, який в нього фінансовий стан?)
- Чи вигідно? (Які умови: відсотки, терміни, комісії – уважно читайте дрібний шрифт!)
- Чи потрібно? (Чи справді ця послуга або продукт відповідає моїм цілям?)

- Чи наявні державні гарантії? (Фонд гарантування вкладів, партнерство з НБУ тощо.)

Це дасть вам захист, реалістичні очікування і впевненість у тому, що ваші гроші працюють на вас, а не проти вас.

КОРОТКО ПРО ГОЛОВНЕ

Національний банк України – це не звичайний банк, а справжнє серце фінансової системи, що забезпечує незалежність гривні, контролює грошовий обіг і підтримує стабільність економіки. Комерційні банки – це артерії, через які ресурси надходять до кожного з нас у вигляді кредитів, платежів, депозитів. Лише злагоджена робота цього «організму» – центрального та комерційних банків – забезпечує надійне функціонування економіки та фінансову безпеку громадян.

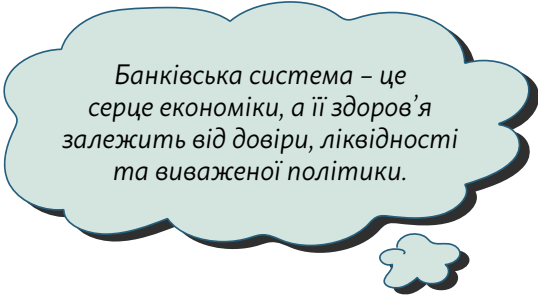
ПЕРЕВІРЯЄМО СЕБЕ

1. Порівняйте функції НБУ та комерційного банку. У чому їх відмінність?
2. На сайті НБУ знайдіть перелік чинних банків. Оберіть банк у вашому регіоні та коротко опишіть його профіль. Знайдіть і перегляньте офіційний сайт цього банку, опишіть перелік основних послуг і фінансових продуктів, що він надає.
3. Чи може банк другого рівня «друкувати» гроші? Відповідь обґрунтуйте.
4. Навіщо людям відкривати рахунки в банку? Які переваги це дає? Як банки допомагають економіці держави?
5. Рефлексивне питання: як вивчена тема може бути корисною в реальному житті?

ФІНАНСОВИЙ ГЕНІЙ (НА ВИБІР)

1. Проаналізуйте, які фінансові продукти/послуги найчастіше використовує кожен член вашої родини. Подумайте, які нові послуги ви можете запропонувати вашій родині. Зробіть схематичну доповідь.
2. Чому важливо розуміти умови фінансової послуги перед її оформленням та досліджувати фінансовий стан банку? Назвіть приклад із життя, який доводив би ці твердження. Створіть інфографіку (плакат, презентацію), у якій сформулюйте основні правила з теми «Що потрібно знати та перевіряти в разі користування банківськими послугами/продуктами».

ДУМКИ В ДОРОГУ



Банківська система – це серце економіки, а її здоров'я залежить від довіри, ліквідності та виваженої політики.

Шановне учнівство, знання про банки, фінансові послуги та фінансові продукти – це ключ до грамотного управління грошима. Той, хто розуміє можливості банків, здатен ефективно планувати своє життя та уникати фінансових пасток.

ТЕМА 2. НЕБАНКІВСЬКІ ФІНАНСОВІ УСТАНОВИ

§ 6. Які функції виконують небанківські фінансові установи

Які фінансові послуги, окрім банківських, ви знаєте або використовували?

Чи можливо, що деякі фінансові установи допомагають людям у тих сферах, де банк не може? Чому?

1. Що таке небанківські фінансові установи та чим вони відрізняються від банків

КЛЮЧОВІ ТЕРМІНИ І ПОНЯТТЯ

- НФУ
- Ломбард
- Кредитна спілка
- Страхова компанія
- Інвестиційний фонд
- Недержавний пенсійний фонд
- Фінансова компанія

Небанківські фінансові установи (НФУ) – це фінансові організації, які надають фінансові послуги без статусу банку.

Уявіть, що є два великі типи фінансових організацій, які допомагають грошам працювати: банки та небанківські фінансові установи (НФУ). Банки – це як супермаркет фінансових послуг. Вони роблять усе одразу: приймають ваші гроші на зберігання (депозити), дають гроші в борг (кредити), допомагають розраховуватися (оплати, перекази). НФУ (наприклад, страхові компанії, пенсійні фонди, ломбарди) зосереджуються на чомусь одному: страхуванні, пенсіях, швидких позичках тощо. Обидва типи установ дуже важливі для економіки: вони збирають (акумуляують) гроші людей та компаній (заощадження). Потім направляють ці гроші туди, де вони можуть принести дохід (наприклад, на розвиток бізнесу або будівництво).

НФУ роблять фінансові послуги доступнішими: допомагають швидко взяти позичку, забезпечують захист у разі нещасного випадку (страхування) та допомагають накопичувати на старість (пенсії).

Між банками та небанківськими фінансовими установами (НФУ) існують відмінності, які зазначені в поданій нижче таблиці.

Порівняння банків і НФУ

Критерій	Банки	Небанківські фінансові установи (НФУ)
Основна діяльність	Приймання вкладів, відкриття рахунків, кредитування	Надання окремих фінансових послуг
Право відкривати рахунки	Так	Ні (крім окремих випадків, як платіжні системи)
Випуск платіжних карток	Так	Ні (тільки через партнерство з банками)

Критерій	Банки	Небанківські фінансові установи (НФУ)
Ліцензія	Банківська ліцензія від НБУ	Фінансова ліцензія на конкретний вид діяльності
Надання кредитів	Так (усі види кредитів)	Так (лише певні види, наприклад мікрокредити, або лише власним вкладникам, як кредитні спілки)
Регулювання	НБУ	НБУ або інші регуляторні органи
Гарантія вкладів	Так (Фонд гарантування вкладів фізичних осіб)	Ні
Приклади установ	ПриватБанк, Ощадбанк	Страхова компанія, ломбард, кредитна спілка

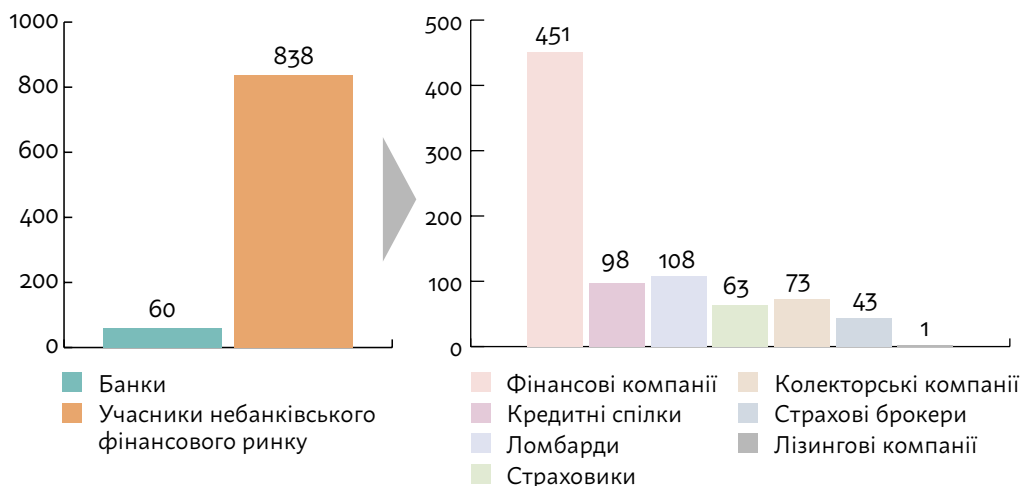
ЧАС ДЛЯ РОЗДУМІВ

Яка з наведених характеристик банку є правильною? Поясніть чому.

1. Банк – це фінансовий посередник грошового ринку.
2. Банк – це підприємство, що продукує і постачає на ринок кредит.
3. Банк – це і фінансовий посередник, і кредитне підприємство.

2. Які види небанківських фінансових установ (НФУ) існують та які їх напрями діяльності

Розгляньте малюнок 12. Поясніть, чому, на вашу думку, такі кількісні відмінності між банківськими установами та НФУ в Україні. Які НФУ лідирують в Україні? Які з них є у вашій громаді?



Мал. 12. Фінансовий ринок України у цифрах (2025 р.)

Одні НФУ надають лише одну фінансову послугу, інші можуть одночасно надавати декілька послуг. В Україні небанківські фінансові установи з 2020 р. регулюються Національним банком України.

НБУ відповідає за ліцензування, встановлення вимог до капіталу та звітності, а також здійснює нагляд за діяльністю цих установ, захищаючи права споживачів фінансових послуг.

До небанківських фінансових установ належать також:

- лізингові компанії (надають майно в користування з правом викупу);
- недержавні пенсійні фонди (нагромаджують та виплачують пенсії);
- інвестиційні компанії (вкладають кошти в різні активи);
- фінансові компанії (надають різні фінансові послуги);
- факторингові компанії (викупають борги підприємств);
- компанії з управління активами (керують інвестиційними фондами);
- інститути спільного інвестування (об'єднують гроші інвесторів);
- кредитні бюро (зберігають та аналізують кредитну історію);
- платіжні установи (здійснюють перекази коштів);
- іпотечні установи (надають кредити під заставу нерухомості) тощо.

Розгляньмо сутність і функції основних НФУ.

Страхові компанії – це установи, які допомагають захиститися від фінансових втрат у непередбачуваних ситуаціях. *Приклад*: якщо зламався телефон, а ви його застрахували, компанія поверне вам гроші або замінить телефон. *Функція*: захист і компенсація ризиків.

Кредитні спілки – це фінансові організації, створені об'єднанням людей, які добровільно вкладають свої гроші у спільний фонд, з якого потім учасники можуть брати кредити на вигідних умовах. На відміну від банків, кредитні спілки працюють не заради прибутку, а для взаємної фінансової допомоги членам спілки. Тож якщо ваші батьки вступили до спілки, вони можуть отримати позичку на ремонт дешевше, ніж у банку, хоча й існують певні ризики.

Ломбарди – це спеціалізовані кредитні установи, що надають позики під заставу рухомого майна позичальника. У ломбардах приймають переважно дорогоцінні метали, побутові речі та інше. Оцінка вартості речей провадиться за згодою сторін. *Приклад*: вам терміново потрібно 1000 грн, тому ви здаєте в ломбард старий ноутбук і отримуєте позичку. Це зручний спосіб для короткострокової допомоги, проте з високими відсотками.

ЦІКАВИЙ ФАКТ

Перший у світі ломбард відкрився 28 вересня 1618 р. в бельгійському місті Брюсселі. Його заснували вихідці з італійської провінції Ломбардії, звідси й походить назва «ломбард». Заклад, названий «Будинок Ломбарді», швидко розрісся. Невдовзі «Будинок Ломбарді» став володарем мережі кредитних установ по всій Європі, навіть обслуговував королівські родини.



Ломбард є одним з найстаріших фінансових інститутів в історії людства і має багату історію. Перші письмові згадки про нього можна знайти навіть у грецьких і римських джерелах. Є свідчення, що в Китаї установи, які працюють за цим фінансовим принципом, існували вже понад 3000 років тому.

Пенсійні фонди – це установи, які нагромаджують кошти для того, щоб люди мали дохід після виходу на пенсію. *Приклад:* ваші батьки щомісяця відраховують гроші, щоб у похилому віці мати гарантовані



виплати. *Функція:* довгострокове фінансове забезпечення. В Україні існують два основних види пенсійних фондів: державний та недержавні. Державний пенсійний фонд забезпечує обов'язкове пенсійне страхування, а недержавні пенсійні фонди (НПФ) уможливають додаткове нагромадження пенсійних коштів.

Фінансові компанії – це універсальні установи, які можуть надавати кредити, консультувати, допомагати в інвестиціях.

Приклад: тато хоче купити авто в кредит і звертається не до банку, а до фінкомпанії, яка пропонує вигідніші умови. Їхні головні переваги – швидкість і гнучкість.

Інвестиційні фонди – це компанії, які збирають гроші багатьох людей, щоб вкладати їх у бізнес, нерухомість, акції і заробляти для всіх прибутком. *Приклад:* студент відкрив онлайн-рахунок і вклав 500 грн у фонд, що інвестує в зелену енергетику. *Функція:* допомагають «робити гроші з грошей» – навіть з малих сум.

Усі ці установи разом формують фінансову екосистему держави.

ДИСКУСІЙНИЙ КЛУБ

1. Чому люди часто обирають небанківські фінансові установи, а не банки?
2. Чи варто молоді вже зараз думати про нагромадження пенсії через недержавні пенсійні фонди?

МОДЕЛЮЄМО СИТУАЦІЮ

Розгляньте змодельовані ситуації. Які небанківські фінансові установи вам допоможуть їх вирішити?

1. Уявіть, що вам терміново потрібні гроші до зарплати.
2. Після виходу на державну пенсію ви хочете отримувати додаткові виплати.
3. Ви потрапили в ДТП, і ваш нещодавно придбаний автомобіль потребує ремонту.
4. Світлана хоче взяти позичку на новий ноутбук. Їй пропонують три варіанти: кредит у банку, позичку в кредитній спілці або заставу в ломбарді. Який варіант їй краще обрати? Аргументуйте.

ОБГОВОРЕННЯ В ГРУПІ

Рольова гра «Фінансовий ярмарок»

1. Об'єднайтеся в п'ять груп, кожна з яких представляє певну установу: 1) банк; 2) кредитна спілка; 3) страхова компанія; 4) ломбард; 5) інвестиційний фонд. 2. Кожна група готує коротку презентацію-переконавання: чому клієнти мають обрати саме їхню установу. 3. «Клієнт/клієнтка» ставить питання і вирішує, куди звернутися.

ТОП ПОРАДА (ЩО ВАРТО ЗНАТИ КЛІЄНТАМ НФУ)

Перед тим як користуватися послугами НФУ, важливо:

- Перевірити ліцензію установи на сайті НБУ.
- Уважно читати договір, особливо щодо відсотків, штрафів і термінів.
- Розуміти повну вартість послуги (наприклад, реальну ставку за кредитом).
- Зберігати всі документи (квитанції, договори, розписки).
- Знати, куди скаржитися; у разі порушення прав звернутися до НБУ або суду.
- Не передавати особисті дані сумнівним організаціям.

Увага! Деякі НФУ (особливо мікрофінансові) можуть мати високі відсотки та приховані умови, тому будьте обережні.

3. Як цифрові технології змінюють НФУ

Цифрові технології суттєво змінюють діяльність небанківських фінансових установ (НФУ), роблячи їхні послуги зручнішими, швидшими та доступнішими. Основними напрямками змін є:

1. Сучасні небанківські фінансові установи (НФУ), як-от страхові компанії чи кредитні спілки, активно переходять в онлайн. Це означає, що ви можете легко і швидко подати заявку на кредит, оформити страховку, зробити внески у фонд. Усе це можна зробити зі смартфона чи комп'ютера. Існують спеціальні мобільні додатки, які роблять процес ще зручнішим: вони автоматично порівнюють пропозиції, розраховують вартість і допомагають знайти найвигідніші умови (наприклад, зі знижками). Це дуже зручно для всіх, особливо для тих, хто живе у віддалених місцях.

2. Підвищення безпеки. Використовуються цифрові підписи, двофакторна автентифікація, блокчейн для підвищення довіри до операцій. Дані клієнтів краще захищені, зменшується ризик шахрайства.

3. Автоматизація процесів. Обробка заявок, розрахунок страхових сум, управління інвестиціями – усе це часто виконується автоматично за допомогою програм, що зменшує помилки й пришвидшує обслуговування.

4. Використання штучного інтелекту. ШІ активно застосовується у фінансовій сфері: він аналізує поведінку клієнтів, оцінює ризики, обирає індивідуальні пропозиції, оптимізує роботу менеджерів і кол-центрів. Наприклад, страхова компанія може автоматично розрахувати індивідуальну страхову премію з огляду на вік, стан здоров'я та стиль життя клієнта.

5. Ширший доступ до фінансових послуг. Онлайн-платформи дають змогу широкому колу людей отримати послуги, які раніше були недоступні. Наприклад, можна інвестувати невеликі суми через мобільний додаток.



6. Поява нових НФУ в цифровому форматі. Так звані необанки та фінтех-компанії виконують функції класичних НФУ, але повністю в цифровому форматі (наприклад, онлайн-кредитування, страхування, інвестиції).

7. Взаємодія з державою. Багато НФУ підключені до систем цифрової звітності, податкових реєстрів. Це спрощує контроль з боку держави й підвищує прозорість.

КОРОТКО ПРО ГОЛОВНЕ

Банки – це універсальні заклади, які можуть здійснювати всі фінансові операції. Небанківські фінансові установи (НФУ) – це спеціалізовані заклади (наприклад, страхування, мікрокредити, пенсії), що працюють лише в конкретних напрямках. НФУ є потужними конкурентами банків, що добре для ринку (змушує банки працювати краще). НФУ надають послуги, які банки не можуть або не хочуть надавати. Тому їхній розвиток є важливим завданням для уряду. Цифрові технології зробили НФУ сучаснішими та доступнішими, але це вимагає кращої кібербезпеки та цифрової грамотності клієнтів.

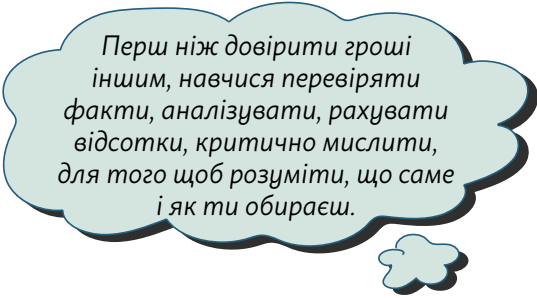
ПЕРЕВІРЯЄМО СЕБЕ

1. Що спільного та відмінного між банком і НФУ?
2. Навіщо людині користуватися страховою компанією чи пенсійним фондом?
3. Які переваги має пенсійне нагромадження через НПФ?
4. Назвіть три види небанківських фінансових установ і поясніть їхні функції.
5. Як розвиток цифрових технологій впливає на діяльність небанківських установ?

ФІНАНСОВИЙ ГЕНІЙ (НА ВИБІР)

1. Дослідіть, які небанківські фінансові установи є у вашому місті (районі).
2. Створіть буклет або інфографіку з інформацією про види НФУ. Наведіть визначення, функції, приклади установ, переваги/недоліки.

ДУМКИ В ДОРОГУ



Перш ніж довірити гроші іншим, навчися перевіряти факти, аналізувати, рахувати відсотки, критично мислити, для того щоб розуміти, що саме і як ти обираєш.

Шановне учнівство, небанківські фінансові установи – це гнучкі альтернативи банкам, що пропонують споживчі кредити, страхування, пенсії та інвестиції, але зазвичай з вищими ризиками. Розуміння того, як вони працюють, допоможе вам обрати безпечні й корисні фінансові сервіси.

УЗАГАЛЬНЕННЯ 1

ОГЛЯДОВЕ ФІНАНСОВЕ КОЛЕСО

I. Що? Де? Чому?

1. Що це за речі, які мали власну цінність і були потрібні багатьом? Люди почали їх використовувати як універсальний засіб обміну.

2. Де розміщений Монетний двір України?

3. Чому важливо, щоб Національний банк був незалежним від уряду?

II. Питання для роздумів

1. Як поява безготівкових та електронних грошей змінила наше життя та економіку? Які в цьому плюси та мінуси?

2. Чи можна вважати криптовалюту повноцінними грошима? Обґрунтуйте свою думку, спираючись на три функції грошей.

III. Життєва ситуація

1. «*Кишенькові гроші*». Батьки дають вам 500 грн на тиждень. Складіть простий бюджет: скільки ви плануєте витратити на обіди в школі, скільки на розваги (кіно, друзі), а скільки – спробуєте заощадити. Запишіть свої реальні витрати за тиждень і порівняйте з планом.

2. «*Ломбард*». У вас тимчасові фінансові труднощі, і ви думаєте здати планшет у ломбард. Що потрібно знати перед реалізацією такого рішення?

IV. Працюємо з документами

В інтернет-мережі знайдіть Закон України про Національний банк України, ознайомтеся з розділом 1 (статті 6–7) та выпишіть функції НБУ, які найбільше вас зацікавили. Аргументуйте свій вибір.

VI. Фінансовий калькулятор

«*Обмін валют*». Ви збираєтесь у подорож і хочете обміняти 5000 грн на долари США. В банку є два курси:

Купівля – 40.50 грн (це ціна, за якою обмінник купує у вас 1 долар).

Продаж – 40.80 грн (це ціна, за якою обмінник продає вам 1 долар).

Також є комісія за обмін, яка складає 1 % від суми в гривнях.

Який курс вам потрібен? Скільки доларів ви отримаєте?

VII. Прогнозуємо, аргументуємо

1. Спрогнозуйте, як зміниться роль банків у найближчі десять років. Ураховуйте:

- цифровізацію (банкінг у смартфоні);
- криптовалюту;
- безготівкові розрахунки.

2. Напишіть коротке аргументоване есе «Гривня – символ національної ідентичності».

VIII. Створюємо, розробляємо

1. Розробіть мінірекомендацію «Як обрати фінансову установу: алгоритм дій».

2. Створіть інфографіку до теми «Банківські та небанківські установи».



РОЗДІЛ III

БАЗОВІ ФІНАНСОВІ ПОСЛУГИ ТА ПРОДУКТИ

Притча про Долину Рішень

У країні, що звалася Добробуття, жив юнак на ім'я Лад. Йому виповнилось 16, і старий мудрець із Ринку Життя сказав:

– Настав твій час зробити Вибір. У Долині Рішень ти знайдеш багато стежок, кожна – до твого фінансового майбутнього.

Перша стежка вела до *Банку*. Там його зустрів радник:

– Тут ти можеш відкрити рахунок, зберігати гроші, отримати картку, оформити депозит чи кредит. Ми – як річка, що живить економіку. Надійні, але вимагаємо довіри та дисципліни.

Друга стежка привела Ладо до *Кредитної спілки*. Тут люди самі створювали фонд допомоги:

– Ми працюємо як громада. Якщо ти член цієї громади, ми дамо тобі кредит на вигідних умовах. У нас більше довіри, менше формальностей.

Третя стежка вела до *Ломбарду*, де сивий чоловік сказав:

– Маєш щось цінне? Ми дамо тобі гроші тут і зараз. Але пам'ятай: час обмежений, і річ потрібно буде викупити.

Четверта стежка – *Страхова компанія*. Жінка в білому одязі мовила:

– Я твій захист. У разі біди – пожежі, хвороби, аварії – я допоможу. Але спершу потрібно мати довіру й передбачливість.

П'ята стежка – *Інвестиційна компанія*:

– Я не можу обіцяти швидких результатів. Але якщо посадиш насіння сьогодні, отримаєш плід у майбутньому. Моє ім'я – Терпіння і Ріст.

Шоста стежка – *Фінансова компанія*:

– Ми працюємо з широким спектром послуг: лізинг, факторинг, обмін валюти, кредитування малого бізнесу. Ми – міст між потребою і можливістю, а тобі лише потрібно визначитися, чого ти бажаєш.

Сьома стежка – *Недержавний пенсійний фонд*. Тут сивочола жінка мовила:

– Думаєш, ще рано думати про старість? Але саме молоді дається шанс створити собі гідну осінь життя. Збираючи потроху – отримаєш багато.

Лад повернувся з подорожі, тримаючи в руці символ кожної стежки. Він зрозумів: мудрість – у виборі, що базується на знаннях і розумінні себе.

- Який шлях був би для вас найкориснішим зараз? Чому?
- Чи залежить вибір стежки від ваших цілей, короткострокових чи довгострокових?
- Що допомогло б вам у прийнятті відповідальних фінансових рішень: поради, приклади, знання, інтуїція?

ТЕМА 1. ФІНАНСОВІ ПОСЛУГИ ТА ЇХ ВИКОРИСТАННЯ ПІД ЧАС ДОСЯГНЕННЯ ФІНАНСОВИХ ЦІЛЕЙ

§ 7. Які види фінансових послуг існують та як вони допомагають у досягненні наших цілей

Що, на вашу думку, важливіше: уміти заробляти гроші чи бути здатними правильно ними користуватися?

КЛЮЧОВІ ТЕРМІНИ І ПОНЯТТЯ

- Мікрофінансова організація (МФО)



1. Які базові фінансові продукти та послуги існують

Базові фінансові послуги та продукти – це основні фінансові операції та інструменти, з якими найчастіше стикаються люди в повсякденному житті. Вони є основою фінансової грамотності й допомагають забезпечити базові потреби: зберігання, облік, переказ, кредитування та страхування. Розрізняють такі базові фінансові послуги та продукти:

Категорія	Приклади
Депозитні послуги	Вклади, ощадні рахунки, депозитні сертифікати
Кредитні послуги	Споживчі кредити, іпотека, кредитні картки
Платіжні послуги	Перекази, оплата комунальних послуг, мобільний банкінг
Валютні операції	Купівля/продаж валюти, міжнародні перекази
Інвестиційні продукти	Облігації, акції, інвестиційні фонди
Страхові продукти	Страхування життя, авто, майна
Пенсійні продукти	Недержавні пенсійні фонди, нагромаджувальні програми
Фінансове консультування	Поради щодо інвестицій, податків, планування бюджету

ЦІКАВИЙ ФАКТ

Більшість фінансових продуктів – це «готові рішення», створені на базі стандартної фінансової послуги, але з брендваною назвою, додатковими бонусами та маркетингом. **Послуга** – те, що робить установа (кредит-

тує, приймає вклади, страхує). **Продукт** – те, як це оформлено, названо й подано клієнту (включає бренд, бонуси, умови). Наприклад, послуга – *іпотечне кредитування*, але продукт – *Іпотека «єОселя»*; *депозитна послуга*, але продукт – *Депозит «Скарбничка+»*; послуга – *страхування подорожей*, але продукт – *страховка «Туристична безпека»*.

МОДЕЛЮЄМО СИТУАЦІЮ

1. Уявіть, що вам 18 років і ви хочете через п'ять років купити власний автомобіль. Оберіть одну з трьох пропозицій:
- 1. Інвестиційний рахунок у банку/фінансовій компанії (15–18 % річних).
 - 2. Нагромаджувальний пенсійний фонд з можливістю дострокового зняття.
 - 3. Звичайний депозит у банку на п'ять років (без дострокового зняття).
 - Який варіант ви оберете та чому?
 - Які ризики чи вигоди ви бачите?
 - Які додаткові фактори варто врахувати під час вибору?
2. Уявіть, що ви співробітник банку, який розробляє новий фінансовий продукт для школярів 14–17 років. Придумайте:
- назву продукту;
 - яку послугу він реалізує (кредитування, депозит тощо);
 - які в ньому особливі умови, бонуси;
 - яку проблему учнів він розв'язує.

2. Наші цілі та небанківські фінансові установи, як вони можуть впливати одне на одного

Ви вже знаєте, що банки та небанківські фінансові установи відіграють ключову роль в економіці держави, а також, які бувають фінансові послуги та продукти. Усі установи мають власну спеціалізацію: одні допомагають зберігати й нагромаджувати кошти, інші – страхують від ризиків, деякі – пропонують інвестиційні можливості чи пенсійне забезпечення.

Як саме ми можемо використовувати ці можливості у власному житті відповідно до наших потреб, цілей і планів?

Короткострокові цілі (до 1 року)	
Приклади	Фінансові установи, які можуть допомогти
Купити велосипед або смартфон	Банки – споживчі кредити, оплата частинами, кредитні картки
Поїхати в подорож на канікулах	Фінансові компанії – швидкі кредити на невеликі суми
Придбати ноутбук для навчання	Кредитні спілки – позички під нижчі відсотки для членів спілки
	Ломбарди – тимчасові кредити під заставу (наприклад, техніки або прикрас)
	Мікрофінансові організації (МФО) – швидкі позички (вимагають обережності!)

Середньострокові цілі (1–5 років)	
Приклади	Фінансові установи, які можуть допомогти
Оплатити курси або отримати додаткову освіту Назбирати на мотоцикл або перший автомобіль Створити фінансову подушку безпеки	Банки – депозитні програми, ощадні рахунки, вкладні картки Кредитні спілки – нагромаджувальні рахунки з відсотками Фінансові компанії – інвестиційні програми, придбання облігацій Недержавні пенсійні фонди (НПФ) – нагромадження на визначені життєві цілі Страхові компанії – нагромаджувальне страхування життя з інвестиційною частиною
Довгострокові цілі (5+ років)	
Приклади	Фінансові установи, які можуть допомогти
Здобути вищу освіту в іншій країні Придбати власну квартиру чи будинок Створити пенсійний фонд для майбутнього Відкрити власну справу	Банки – іпотека, довгострокові інвестиційні депозити, кредити на бізнес Інвестиційні фонди – інвестування в акції, цінні папери, державні облігації Недержавні пенсійні фонди (НПФ) – тривале нагромадження з податковими пільгами Страхові компанії – страхування з інвестиційним компонентом Фінансові компанії – довгострокове фінансове планування та консалтинг

Мікрофінансова організація (МФО) – це небанківська фінансова установа, яка надає невеликі кредити на короткий термін (так звані мікропозички) під високі відсотки.

ОБГОВОРЕННЯ В ГРУПІ

Родина Левченків хоче: 1) зберігати заощадження для ремонту; 2) застрахувати авто від пошкоджень; 3) оплачувати комунальні послуги онлайн. Які саме фінансові послуги та продукти ви їм порадите? До якої установи ліпше звернутися: банку, страхової чи іншої? Як перевірити надійність цих установ?

3. Практичні поради, як продумати своє фінансове майбутнє, використовуючи фінансові послуги та продукти

Сучасний світ – це світ вибору: де, як і з ким керувати своїми грошима. Банки та небанківські фінансові установи (НФУ) пропонують величезну кількість послуг і продуктів, які можуть допомогти досягти ваших життєвих цілей. Але щоб користь була реальною, а не уявною,



потрібно навчитися розуміти свої цілі, порівнювати варіанти, уникати фінансових пасток і приймати обґрунтовані рішення. Для цього ми створили простий і дієвий план.

Крок 1. Усвідомте свої цілі.

- Подумайте, чого ви хочете досягти через 1 рік, 3 роки, 10 років.
- Запишіть цілі й розподіліть їх на коротко-, середньо- і довгострокові.

- **Наприклад:**

- короткострокова: купити велосипед;
- середньострокова: пройти курси з графіки;
- довгострокова: нагромадити кошти на навчання за кордоном.

Крок 2. Визначте свої ресурси.

- Скільки вам потрібно грошей на кожну ціль?
- Які вже маєте заощадження, джерела доходу чи підтримку?
- Чи можете почати щомісяця відкладати певну суму?

Крок 3. Оберіть відповідні фінансові установи (НФУ та банки).

Поради: 1. Обирайте лише перевірені установи, з прозорими умовами.

2. Звертайте увагу на терміни, відсотки, можливість дострокового зняття.

3. Плануйте детально, враховуйте інфляцію, шукайте стабільні установи. Які продукти обрати?

- Для короткострокової мети – платіжна картка або споживчий кредит.
- Для середньострокової мети – депозит або нагромадження в страховій програмі.
- Для довгострокової мети – вклад у фонд або пенсійна програма.

Крок 4. Дослідіть.

- Перевірте ліцензію установи на сайті НБУ.
- Прочитайте умови кількох установ.
- Запитайте поради у викладача, батьків або фінансового консультанта.

Крок 5. Почніть діяти – навіть із маленької суми.

- Почніть відкладати 100–200 грн на місяць на окремий рахунок. Це звичка, що формує фінансову відповідальність.

ТОППОРАДА (НА ЯКІ «ПІДВОДНІ КАМЕНІ» ЗВЕРНУТИ УВАГУ ПІД ЧАС ВИБОРУ НФУ)

1. Приховані комісії, неочевидні штрафи за дострокове розірвання договорів.
2. Занадто високі обіцянки прибутковості – це завжди підозріло.
3. МФО – швидко, але з надзвичайно високими відсотками.

ЧАС ДЛЯ РОЗДУМІВ

Родина отримала несподіване грошове надходження – 50 000 грн (подарунок, компенсація, виграш).

1. У групі обговоріть, як правильно розподілити ці кошти (витратити, інвестувати, заощадити). **2.** Які продукти та послуги використаєте? **3.** Кому варто довіряти під час прийняття фінансових рішень?

ДИСКУСІЙНИЙ КЛУБ

1. Чи всіх цілей можна досягти без кредитів?
2. Що важливіше – заощаджувати чи інвестувати?

КОРОТКО ПРО ГОЛОВНЕ

Базові фінансові послуги – це інструменти, які допомагають зберігати, примножувати чи використовувати гроші (депозити, кредити, страхування, інвестиції). Небанківські фінансові установи (ломбарди; фінансові, страхові, пенсійні компанії тощо) розширюють доступ до цих послуг і можуть ефективно працювати для досягнення життєвих цілей. Власне фінансове планування починається із чіткої мети й вибору надійного продукту для її досягнення. Грамотно обрана послуга – це фінансова безпека й майбутні можливості.

ПЕРЕВІРЯЄМО СЕБЕ

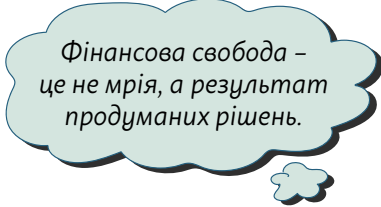
1. Наведіть приклад зі свого життя або вигадайте ситуацію, коли послуга (наприклад, депозит або страхівка) допомагає реалізувати мету. Поясніть, як саме.
2. Вам 17 років, і ви хочете через два роки купити ноутбук вартістю 25 000 грн. Який фінансовий продукт і чому ви оберете для нагромадження цієї суми: а) депозитний рахунок у банку; б) «банк» у застосунку; в) готівку «під подушкою»?
3. Який фінансовий вибір ви зробили б сьогодні, щоб подякувати собі в майбутньому? Опишіть один крок, який ви можете здійснити вже зараз (відкрити рахунок, навчитися планувати бюджет, оформити картку). Поясніть, як цей вчинок вплине на ваше життя через три-п'ять років.

ФІНАНСОВИЙ ГЕНІЙ

Створіть свою фінансову стратегію «18–35 років», використовуючи фінансові послуги та продукти, які реально існують в Україні.

1. Оберіть три життєві цілі (нагромадити на авто, оплатити навчання, придбати квартиру тощо). Для кожної цілі: а) обчисліть орієнтовну суму грошей; б) оберіть фінансовий продукт або послугу, що допоможе її досягти; в) обґрунтуйте свій вибір.
2. Поміркуйте, яких фінансових помилок потрібно уникнути на цьому шляху (легких кредитів, шахрайських інвестицій тощо).
3. Складіть короткий фінансовий план «Дороговказ до 35 років».

ДУМКИ В ДОРОГУ



Фінансова свобода –
це не мрія, а результат
продуманих рішень.

Шановне учнівство, сподіваємося, що ви краще зрозуміли, як фінансові послуги та продукти можуть допомогти досягати важливих цілей у житті. Нехай знання, які ви отримали, стануть упевненим кроком до вашої фінансової незалежності.

ТЕМА 2. ДЕПОЗИТИ. ГАРАНТУВАННЯ ВКЛАДІВ ФІЗИЧНИХ ОСІБ

§ 8. Що таке депозити та яка їхня роль в економіці держави

*Які послуги надають банки? Якими з них користуєтеся ви або члени вашої сім'ї?
Як ви розумієте твердження: «Гроші люблять тишу», «Гроші мають працювати»?*

1. Що таке депозити й відсоткова ставка

У повсякденному житті кожен з нас сприймає гроші як загальний еквівалент вартості товарів і послуг. Проте для інвесторів, банкірів, підприємців гроші є насамперед економічним ресурсом, потрібним для розвитку бізнесу та економіки загалом.

У ринковій економіці гроші циркулюють між домогосподарствами, підприємствами, державою та фінансовими установами, забезпечуючи обмін товарами, послугами та факторами виробництва. У цьому контексті гроші стають самодостатнім ресурсом, а не лише засобом вираження цінності. Саме тому вислів «гроші мають працювати» розкриває фундаментальну суть сучасної економічної моделі.

Найпростіший приклад того, як гроші можуть «працювати», – це банківський депозит. Слово «*депозит*» походить від латинського *depositum* – «переданий на зберігання». У фінансовому контексті депозит – це грошові кошти або інші цінності, передані у фінансову установу на певний строк або безстроково, з метою збереження та/або отримання доходу.



КЛЮЧОВІ ТЕРМІНИ І ПОНЯТТЯ

- Депозит
- Відсоткова ставка за депозитами
- Дохід банку

Депозит (вклад) – це кошти в грошовій одиниці України або в іноземній валюті, що передані банку їхнім власником або третьою особою за дорученням власника, на певний строк або без зазначення такого строку, під умову повернення та виплати відсотків відповідно до законодавства України та умов договору.

Якщо ви розміщуєте кошти на депозит, банк сплачує вам винагороду у вигляді річних відсотків – це плата за тимчасове користування вашими грошима. Банк не використовує депозитні кошти для власних потреб (наприклад, утримання офісів чи закупівлі транспорту). Його основна функція – перерозподіляти вільні кошти вкладників, надаючи їх у вигляді кредитів іншим клієнтам – фізичним особам або бізнесу. Цей процес завжди має чітко визначений строк і платну основу (банк отримує відсотки від позичальників). Одна частина отриманих

відсотків спрямовується на виплату доходу вкладникам, а інша – формує прибуток банку.

Відсоткова ставка за депозитом – це відсоток, який банк зобов'язаний сплачувати клієнтам за можливість користування їхніми коштами.

В економічному розумінні відсоток – один з видів доходу поряд із заробітною платою (дохід від праці), рентою (дохід від землі), прибутком (дохід підприємця за організацію виробництва). Отже, **відсоток** – це дохід власника грошей за надання їх у тимчасове користування на певний строк, за певну плату і на умовах повернення.

Дохід банку – це загальна сума коштів, які банк отримує від усіх видів діяльності: відсоткові доходи (від кредитів), комісійні доходи (за обслуговування рахунків, переказів тощо), інвестиційні доходи, операційні доходи.

Прибуток банку – це фінансовий результат, який залишається після вирахування всіх витрат із загального доходу. Це може включати:

- витрати на виплату відсотків вкладникам;
- адміністративні витрати;
- податки;
- резерви на покриття ризиків.

Чистий відсотковий дохід (Net Interest Income, NII) – це різниця між відсотковими доходами від кредитів і відсотковими витратами за депозитами. Цей показник є ключовим для оцінки ефективності банку, але не охоплює всі джерела прибутку.

Варто пам'ятати, що депозит не завжди є безризиковою інвестицією. Наприклад, якщо рівень інфляції перевищує відсоткову ставку, то фактично ви втрачаєте купівельну спроможність. Крім того, існує ризик банкрутства банку, особливо якщо сума депозиту перевищує гарантовану страховку. Тобто навіть якщо депозит приносить дохід, це не завжди означає реальне зростання ваших фінансів.

У чому полягає різниця між вкладом і депозитом?

Вклад – це загальне поняття, тобто будь-яке розміщення коштів у фінансову установу з метою збереження або примноження. Вклад може бути: депозитом у банку, пайовим внеском у кредитну спілку, інвестицією у фонд або навіть участю в нагромаджувальному страхуванні. **Банківський депозит** – це конкретна форма вкладу, коли ви кладете гроші на рахунок у банку під визначений відсоток і на певний строк (або безстроково). Банк гарантує збереження коштів і нараховує дохід.

Кожен депозит – вклад, але не кожен вклад – депозит; вклад – це ширше поняття, депозит – частина цього поняття, яка стосується банківської системи. У правовому полі України поняття «вклад» частіше використовується в законах, а «депозит» – у практиці банків і рекламі.

МОДЕЛЮЄМО СИТУАЦІЮ

Сергій поклав гроші на депозит у банк під певний відсоток. Його сусід Степан – підприємець, який узяв у тому самому банку кредит, щоб відкрити цукерню і продавати тістечка. Продаючи смаколики, Степан заробляє з прибутку, частину якого залишає собі, а частину сплачує банку як повернення кредиту та відсотки за користування ним.

Водночас банк:

- залишає собі невелику частину відсотків (наприклад, 5 %),
- сплачує Сергію нараховані відсотки за депозитом (наприклад, 10 %),
- частину коштів спрямовує на податки, витрати, зарплати працівникам тощо.



ЧАС ДЛЯ РОЗДУМІВ

1. Поясніть, як кожен з учасників цієї ситуації залишається у виграші. Відповідь аргументуйте. Чи є це прикладом замкненого фінансового кругообігу, коли гроші приносять користь багатьом? 2. Яке твердження окреслює цю ситуацію: «Гроші люблять тишу» чи «Гроші мають працювати»? Поясніть.

Отже, окреслимо таку схему роботи банківського депозиту:

1. Вкладник розміщує кошти в банку на певний строк або безстроково.
2. Банк виплачує вкладнику відсотки за користування коштами.
3. Банк спрямовує залучені кошти на кредитування або інвестування.
4. Позичальники повертають кредити з відсотками.
5. Банк розподіляє отримані відсотки: частину – на виплату вкладникам, частину – на власні витрати та прибуток.

Такий процес називається *фінансовим посередництвом* і є основою функціонування банківської системи.



Мал. 13. Реклама депозитів

ЦІКАВИЙ ФАКТ

Раніше банки рекламували депозити з високими ставками, але не уточнювали, що такий відсоток діє лише короткий період – наприклад, лише в останній місяць (мал. 13). У результаті середня ставка за весь термін могла бути нижчою, ніж у конкурентів.

Сьогодні така практика заборонена: НБУ зобов’язав банки вказувати ефективну ставку – тобто реальну середню за весь період. Також банки використовують календарні дні для точного нарахування відсотків, що робить умови прозорішими для вкладників.

ДИСКУСІЙНИЙ КЛУБ

Депозит є інструментом для збереження чи для заробітку? Чи можна за сучасних економічних умов вважати банківський вклад реальним інвестиційним інструментом, або його основна функція звелася до захисту грошей від імпульсивних витрат?

З’ясуймо, які функції банківський депозит виконує для людини, банку та економіки загалом та які цілі має.

Функції, цілі та роль депозитів для особистих фінансів, банків та економіки

Напрям	Сутність
Для особистих фінансів	• Нагромадження коштів на цілі (освіта, відпустка) • Захист від інфляції та втрат • Резерв на непередбачені витрати • Пасивний дохід (відсотки) • Фінансова дисципліна та звичка заощаджувати • Швидкий доступ до коштів (ліквідність¹)
Для економіки	• Перетворення заощаджень у інвестиції • Фінансування бізнесу та населення • Стабільність банківської системи • Підтримка монетарної політики • Розширення доступу до фінансових послуг (інклюдія²)
Для банків	• Джерело ресурсів для кредитування та інвестицій • Управління ліквідністю та ризиками • Прибуток через відсоткову маржу³ • Платіжна функція (розрахунки, зарплати) • Залучення та утримання клієнтів • Контроль і прозорість фінансових операцій

ОБГОВОРЕННЯ В ГРУПІ

Як депозит допомагає людині уникнути імпульсивних витрат? Чому банк залучає депозити, а не використовує лише власні кошти? Як банк заробляє прибуток завдяки депозитам? Чому стабільний обсяг депозитів підвищує довіру до банку? Який зв’язок між депозитами та створенням робочих місць?

2. Які види депозитів бувають

В Україні відповідно до термінів розміщення, видів активів і можливостей доступу до цінностей депозити (вклади) поділяють на декілька основних видів.

¹ Ліквідність – можливість швидко зняти гроші, якщо вони потрібні.

² Інклюдія – доступність фінансових послуг для всіх людей.

³ Відсоткова маржа – різниця між тим, що банк отримує від кредитів, і тим, що платить вкладникам.

Види депозитів

Строкові депозити	Кошти розміщують на визначений строк (наприклад, 3, 6 або 12 місяців). Зазвичай мають вищу відсоткову ставку, ніж інші види вкладів. Дострокове зняття часто призводить до втрати частини нарахованих відсотків
Депозити на вимогу (до запитання)	Можна зняти кошти в будь-який момент. Гнучкість використання. Відсоткова ставка зазвичай низька або відсутня
Нагромаджувальні депозити	Уможливають регулярне поповнення рахунку протягом строку дії вкладу. Зручно для формування заощаджень. Часткове зняття може бути обмеженим
Ощадні депозити (ощадні рахунки)	Часто передбачають вільний доступ до коштів, з можливістю поповнення і зняття. Зручні для щоденного користування. Відсоткова ставка нижча, ніж на строковому вкладі
Валютні депозити	Кошти зберігаються в іноземній валюті (долари США, євро тощо). Можуть бути корисними в разі девальвації національної валюти. Проте відсоткові ставки нижчі, ніж у гривні
Депозити з капіталізацією відсотків	Нараховані відсотки додаються до основної суми вкладу (реінвестуються). Це дає ефект «складного відсотка» – більше прибутку за тривалий строк
Депозити з фіксованою або плаваючою ставкою	Фіксована відсоткова ставка не змінюється протягом строку. Плаваюча – змінюється залежно від інфляції та інших ринкових умов
Металеві депозити (вклади в банківських металах)	Вклад здійснюється у вигляді злитків дорогоцінних металів (золото, срібло), які вважаються інвестиційним інструментом. Не завжди гарантують прибуток – залежать від ринку металів, і жоден вид депозиту в банківських металах не гарантується Фондом гарантування вкладів фізичних осіб (ФГВФО)

ОБГОВОРЕННЯ В ГРУПІ

Користуючись сайтами українських банків (наприклад, ПриватБанк, Ощадбанк, Monobank), знайдіть умови трьох строкових депозитних програм (з можливістю дострокового зняття та наявністю капіталізації). Проаналізуйте отриману інформацію. Заповніть подану нижче таблицю. Зробіть висновки, яку програму ви обрали б.

Назва банку/назва депозиту	Відсоткова ставка	Строк	Мінімальна сума	Можливість поповнення
----------------------------	-------------------	-------	-----------------	-----------------------

3. Як обрати депозит

Вибір депозиту та розрахунок його доходності – це ключові кроки для ефективного управління особистими фінансами. Правильний вибір депозиту залежить від ваших фінансових цілей і готовності до ризиків.

ТОППОРАДА (ЯК ОБРАТИ ДЕПОЗИТ)

Крок 1. Оцінка надійності банку є найважливішим критерієм: відсоткова ставка не матиме значення, якщо банк збанкрутує.

- Банк має бути учасником **ФГВФО**.
- **Репутація та історія:** обирайте банки з доброю репутацією, тривалою історією роботи на ринку та прозорою структурою власності.



Крок 2. Визначення мети та строку вкладу.

- **Короткострокові цілі (до 1 року).** Наприклад, нагромадження на відпустку або велику покупку. Підійдуть строкові депозити на 3, 6, 12 місяців.
- **Довгострокові цілі (від 1 року).** Створення фінансової подушки, нагромадження на освіту дітей. Можна розглядати вклади на 1–3 роки, оскільки вони зазвичай пропонують вищу відсоткову ставку.

Крок 3. Вибір валюти вкладу

- **Гривня (UAH).** Пропонує найвищі відсоткові ставки, але схильна до ризиків інфляції та девальвації. Оптимальний вибір для короткострокових цілей.
- **Іноземна валюта (USD, EUR).** Ставки значно нижчі, але ця валюта є більш стабільною і захищає заощадження від знецінення гривні. Підходить для довгострокового зберігання коштів.

Крок 4. Порівняння ключових умов депозиту. Не дивіться лише на «голу» відсоткову ставку, зверніть увагу на ключові умови депозиту.

- Перейшовши за посиланням <https://cutt.ly/6r3gs3fg> або QR-кодом, ознайомтеся з ключовими умовами депозиту.



Крок 5. Уважне вивчення договору. Перед підписанням договору обов'язково прочитайте його. Особливу увагу зверніть на пункти про відсоткові ставки, комісії, умови розірвання та права й обов'язки сторін.

- Користуючись інформацією, поданою за QR-кодом або посиланням <https://cutt.ly/vrHHIMKd>, дізнайтесь, як розраховувати дохід від депозитів. Чи зможете ви самостійно розрахувати свій дохід від депозиту? Чи допоможуть вам ці знання обрати вигідний варіант у майбутньому?



Практична робота РОЗРАХОВУЄМО ДОХІД ВІД ДЕПОЗИТУ

Олена Петрівна розмістила 40 000 грн на строковий депозит на два роки під 6 % річних без капіталізації. Яку суму отримає жінка в кінці строку? Для розв'язання задачі скористайтесь депозитним калькулятором за посиланням <https://cutt.ly/CrHHzmGq> або за QR-кодом.



ТОППОРАДА (ЯК ОБЕРЕЖНО ВКЛАДАТИ ГРОШІ)

1. Не кладіть всі гроші в один банк чи вклад.
2. Валюти коливаються – гривня, долар, євро не завжди стабільні.
3. Дохід з депозиту оподатковується – банк автоматично утримує податки.
4. Порівнюйте умови депозитів – використовуйте [Finance.ua](https://finance.ua/deposits) для вибору найкращого варіанту (<https://finance.ua/deposits>).

ДИСКУСІЙНИЙ КЛУБ

Що є раціональнішою стратегією для пересічної людини: зберігати гроші в гривні під вищий відсоток чи в доларах/євро – під значно нижчий? Які аргументи за і проти кожного підходу?

КОРОТКО ПРО ГОЛОВНЕ

Депозит є фундаментальним елементом особистої фінансової стабільності. Він не зробить вас багатими, але слугуватиме надійною основою для вашого капіталу, захищаючи його від непередбачуваних ситуацій та створюючи дисципліну заощаджень. Він одночасно є інструментом особистого заощадження (цілі людини), фінансовим ресурсом банку (основа кредитування) та частиною фінансової системи держави (двигун для інвестицій і розвитку економіки). Українські банки пропонують різні види депозитів, під час вибору яких потрібно враховувати ваші цілі.

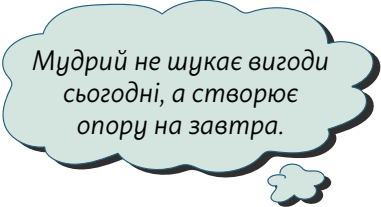
ПЕРЕВІРЯЄМО СЕБЕ

1. Що таке депозит? Чим він відрізняється від вкладу?
2. Які основні ролі в депозитній угоді відіграють вкладник і банк?
3. Що таке тіло депозиту? Що таке відсоткова ставка за депозитом? Від чого вона може залежати?
4. **Задача.** Андрій поклав 12 000 грн на депозит у банк строком на один рік під 9 % річних (простий відсоток, без капіталізації). 1. Який дохід Андрій отримає за рік до оподаткування? 2. Яку суму податків утримує банк (18 % ПДФО і 5 % військовий збір)? 3. Скільки Андрій отримає на руки після оподаткування?
5. **Саморефлексія.** Як ви плануєте зберігати або примножувати гроші в майбутньому? Чому вважаєте такий спосіб зберігання оптимальним?

ФІНАНСОВИЙ ГЕНІЙ

У групах створіть інфографіку або листівку на тему «Чому вигідно відкривати депозит у банку?» (використайте зображення, короткі тексти, приклади).

ДУМКИ В ДОРОГУ



Мудрий не шукає вигоди
сьогодні, а створює
опору на завтра.

Шановне учнівство, сьогодні ви дізналися, що депозит є не лише способом зберегти кошти, а й гарною можливістю примножити їх.

§ 9. Як оформити депозит у банку

Що ви хотіли б дізнатися, перш ніж підписати договір з банком?

1. Що потрібно знати про депозитний договір

Депозитний договір – це угода між вкладником і банком, за якою вкладник передає банку певну суму грошей на визначений строк або безстроково, а банк зобов'язується повернути ці кошти та сплатити відсотки згідно з умовами договору.

КЛЮЧОВІ ТЕРМІНИ І ПОНЯТТЯ

- Депозитний договір
- Фонд гарантування вкладів фізичних осіб
- Номінальна ставка
- Реальна ставка

Депозитний договір є основою для розміщення банківського вкладу (депозиту) і визначає всі ключові параметри: суму вкладу, строк, ставку, умови дострокового зняття, порядок нарахування та виплати відсотків тощо.

В Україні порядок укладання та зміст депозитного договору регулюються: Цивільним кодексом України (ст. 1060–1065), Законом України «Про банки і банківську діяльність». Це означає, що депозитний договір – це юридичний документ, який має законну силу й захищає права вкладника. У разі порушення умов договору клієнт має право звернутися до суду або регулятора.

Основні функції депозитного договору:

- безпечне зберігання коштів: банк несе відповідальність за повернення вкладу;
- отримання пасивного доходу: банк нараховує відсотки на суму депозиту;
- фінансова прозорість: договір чітко визначає всі умови, що запобігає непорозумінням;
- правовий захист: у разі спору договір є доказом домовленостей між сторонами.

Також депозитний договір може бути укладений в електронній формі (через мобільний додаток або інтернет-банкінг), що особливо актуально для онлайн-депозитів. Для онлайн-оформлення потрібні електронно-цифровий підпис (ЕЦП) або авторизація в додатку банку. Вкладником може бути фізична або юридична особа.



Основні кроки для оформлення договору онлайн:

1. Авторизуйтеся в банківському додатку.
2. Оберіть тип депозиту та заповніть анкету.
3. Підпишіть договір ЕЦП або підтвердьте SMS.
4. Перекажіть кошти з поточного рахунку на депозитний.

Основні умови депозитного договору

1. Сторони договору: Вкладник і Банк
2. Сума депозиту

3. Строк дії договору, депозиту
4. Відсоткова ставка
5. Порядок нарахування та виплати відсотків. Поповнення та зняття коштів
6. Права та обов'язки сторін
7. Умови дострокового розірвання. Автоматична пролонгація
8. Відповідальність сторін. Гарантії безпеки. Податкові умови
9. Форс-мажор
10. Підписи сторін

ОБГОВОРЕННЯ В ГРУПІ

Скориставшись посиланням <https://cutt.ly/ErHHIWET> або QR-кодом, ознайомтеся з прикладом типової депозитної угоди «Договір банківського вкладу фізичної особи», проаналізуйте її. Що вас зацікавило в ній найбільше? Обговоріть, які з ключових умов, на вашу думку, є найважливішими для вкладника.



2. Як відкрити депозит у банку та що перевірити в депозитному договорі

Завдяки цифровим технологіям у різних сферах нашого життя, зокрема й банківському секторі, відкрити депозит можна онлайн (через сайт чи мобільний додаток) або відвідавши відділення банку.



Для укладання договору вам знадобляться такі документи

- ☒ документ, що посвідчує особу
- ☒ реєстраційний номер картки платника податків (за наявності)
- ☒ інші документи (за необхідності)

Перед відкриттям депозиту важливо переконатися, що ви розумієте всі умови договору. Особливу увагу зверніть на такі питання:

- Чи збігається число відсотків з раніше обумовленими із співробітником банку? Плаваючу або фіксовану відсоткову ставку передбачено?
- Дати: початок і закінчення депозитного рахунку.
- Можливість поповнення або зняття коштів.
- Умови дострокового розірвання.
- Порядок нарахування відсотків, а також чи передбачена капіталізація відсотків. Переконайтеся, що ставка покриває прогнозовану інфляцію.
- Чи є банк учасником Фонду гарантування вкладів фізичних осіб?
- Чи є приховані комісії? Переконайтеся, що банк не займається стягненням комісійних за те, щоб відкрити депозитні рахунки. Якщо ж стягує, то поставте питання про те, як це буде відображатися на вашому депозитному рахунку, коли термін вкладу буде спливати. Під час здійснення низки операцій (зняття готівки, безготівковий переказ, зарахування безготівкових) банк може утримати комісію

за затвердженими тарифами, а це за умови частих операцій зменшить ваш фактичний дохід. Потрібно уважно перечитувати договір і дивитися інші додаткові документи. Найдоцільніше – детально поцікавитися в співробітника банку, які комісійні ви будете виплачувати. Варто обирати депозит без прихованих комісій.

- Порівнюйте умови договору з умовами інших банків, щоб обрати оптимальний варіант, але водночас не забудьте враховувати фінансову стабільність банку.

Практична робота

РОБОТА З ФРАГМЕНТОМ ЗАЯВИ НА ПРИЄДНАННЯ ДО ДОГОВОРУ КОМПЛЕКСНОГО БАНКІВСЬКОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ ФІЗИЧНИХ ОСІБ

- Перейшовши за посиланням <https://cutt.ly/4r3gfAFo> або QR-кодом, ознайомтеся з фрагментом заяви на приєднання до Договору комплексного банківського обслуговування фізичних осіб.



1. Проаналізуйте форму приєднання:

- Чим відрізняється приєднання до договору від підписання індивідуального договору? Як клієнт дізнається про умови договору?

2. Уявіть, що банк змінив правила обслуговування. Чи потрібно клієнту щонебудь підписувати заново? Обґрунтуйте свою відповідь.

3. Складіть коротку інструкцію (п'ять кроків) для особи, яка вперше підписує таку заяву в банку.

- Скориставшись посиланням <https://cutt.ly/TrHHODbx> або QR-кодом, перевірте правильність ваших відповідей, а також ознайомтеся з додатковими матеріалами щодо захисту прав вкладників.



3. Що таке Фонд гарантування вкладів фізичних осіб

Фонд гарантування вкладів фізичних осіб засновано в 1998 р. з метою захисту прав і законних інтересів вкладників банків, зміцнення довіри до банківської системи України. Однією з основних функцій Фонду є відшкодування коштів за вкладами в разі банкрутства банку. Виплата коштів за депозитами, включаючи нараховані відсотки, відбувається в розмірі загальної суми вкладів та не перевищує ліміту, визначеного ФГВФО (гарантує відшкодування коштів фізичних осіб та фізичних осіб – підприємців на суму до 600 000 ₴ – включно з відсотками). В Україні під час дії воєнного стану та протягом трьох місяців після його скасування гарантується 100 % відшкодування за вкладами фізичних осіб та ФОПів разом з нарахованими відсотками. Гарантії ФГВФО в Україні поширюються на кошти як фізичних осіб, так і фізичних осіб-підприємців (ФОП) на депозитах і поточних рахунках українських банків, якщо банк є учасником Фонду. Проте ФГВФО не покриває втрати в разі, якщо клієнт передав дані картки шахраям або добровільно надав доступ до рахунку третій особі. Ніколи не повідомляйте реквізити картки/паролі! Якщо депозит використовується як забезпечення кредиту, він не компенсується до погашення зобов'язань. Гарантії Фонду гаран-

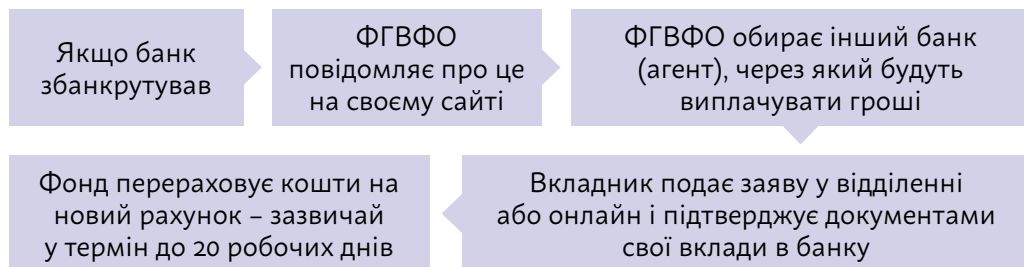


**ФОНД ГАРАНТУВАННЯ
ВКЛАДІВ**

тування вкладів фізичних осіб не поширюються на депозити в банківських металах – це інвестиції в золото, срібло, платину тощо, які не підпадають під захист Фонду. Рахунки фізичних осіб-підприємців (ФОП) використовуються винятково для підприємницької діяльності, і кошти на них не гарантуються Фондом у разі банкрутства банку. Водночас ФОП має право після сплати податків перерахувати кошти з підприємницького рахунку на особистий рахунок, відкритий для власних потреб. Лише на цьому особистому рахунку кошти можуть бути використані для особистих витрат і підпадають під гарантії.

Фонд гарантування вкладів фізичних осіб (ФГВФО) – це інституція, яка виконує ключову роль у стабілізації банківської системи, особливо в періоди фінансових криз.

Отже, ФГВФО – це страхова подушка для банківської системи, яка дає змогу вкладникам бути впевненими в безпеці своїх коштів, навіть у разі краху банку.



ЧАС ДЛЯ РОЗДУМІВ

1. Як ви гадаєте, Фонд гарантування вкладів несе користь чи завдає шкоди банківській системі? **2.** Які можуть бути альтернативи чинній системі гарантування вкладів?

ДИСКУСІЙНИЙ КЛУБ

Чи повинна держава повністю гарантувати всі банківські вклади, незалежно від суми?

МОДЕЛЮЄМО СИТУАЦІЮ

Вкладник має 850 000 грн у банку, який став неплатоспроможним. Скільки грошей йому поверне ФГВФО?

ОБГОВОРЕННЯ В ГРУПІ

Скориставшись посиланням <https://cutt.ly/YrHNPne5> або QR-кодом, розгляньте приклад банкрутства реального банку та обговоріть, як справував Фонд та які висновки можна зробити із цієї ситуації.



4. Як уберегти гроші від інфляції

Інфляція та депозити нерозривно пов'язані, адже саме інфляція визначає, чи справді ваші заощадження на банківському вкладі приносять прибуток, чи лише втрачають свою цінність повільніше. Основний принцип простий: інфляція знецінює гроші. Якщо ви тримаєте

готівку «під матрацом», її купівельна спроможність постійно зменшується. Депозит – це інструмент, який покликаний боротися зі знеціненням, нараховуючи вам відсотки.

Інфляція може зменшити реальну прибутковість депозиту, тобто купівельну спроможність тих відсотків, які ви отримуєте. *Наприклад*, якщо інфляція становить 10 % річних, а ваш депозит приносить 8 % річних, то реальний прибуток від депозиту буде негативним, оскільки ваші гроші втрачають у цінності.



Уявіть, що ви розмістили 100 000 грн на депозит під 12 % на рік. Отримали 112 000 грн через рік ($100\,000 \times 1,12 = 112\,000$ грн). Але інфляція за цей період склала 14 %.

Купівельна спроможність ваших 112 000 грн тепер дорівнює приблизно 98 245 грн у «старих» цінах ($112\,000 / 1,14 \approx 98\,245$ грн). Реально ви втратили ≈ 1755 грн.

Чи заробляємо ми насправді? Щоб зрозуміти, чи вигідний ваш вклад, потрібно розрізняти номінальну та реальну відсоткові ставки.

Номінальна ставка – це відсоток, який банк вам офіційно пропонує (наприклад, 12 % річних). **Реальна ставка** – це номінальна ставка, скоригована на рівень інфляції та податки (18 % ПДФО + 5 % військового збору). Саме вона показує, наскільки насправді збільшилася ваша купівельна спроможність.

1. Позитивна реальна дохідність. Ви не лише захистили гроші від інфляції, а й заробили зверху. Ваша купівельна спроможність зросла.

2. Нульова реальна дохідність. Ви повністю компенсували втрати від інфляції, зберігши купівельну спроможність. Ваші гроші «вийшли в нуль».

3. Від’ємна реальна дохідність. Відсоткова ставка за депозитом не змогла перекрити інфляцію. Ваші гроші все одно знецінилися, але **значно менше**, ніж якби вони просто лежали готівкою.

Приклад. Депозит 50 000 грн під 12 % річних, темп інфляції – 10 %, ПДФО – 18 %, військовий збір – 5 %.

1. Податки: $18\% + 5\% = 23\%$

2. Номінальна ставка з урахуванням податків:
 $12\% \times (1 - 0,23) = 9,24\%$

3. Реальна дохідність (формула Фішера),
інфляція 10 %: $((1 + 0,0924) / (1 + 0,10)) - 1 = -0,0069 = -0,69\%$

Висновок. Якщо інфляція вища за відсоткову ставку, депозит не захищає від знецінення грошей.

Для минулих депозитів ми можемо точно обчислити реальну дохідність, адже маємо фактичні дані про інфляцію. Але при оцінці **майбутніх депозитів** ситуація складніша: ми не знаємо, якою буде інфляція в наступному кварталі чи році. Тому економісти використовують у розрахунках **очікувану інфляцію** – прогнозне значення, яке може суттєво відрізнятися від поточного.

ОБГОВОРЕННЯ В ГРУПІ

Чи можна вважати депозит надійним способом збереження грошей в умовах високої інфляції?

У поданій нижче таблиці ознайомтеся з альтернативними інвестиційними інструментами в Україні.

Основні інвестиційні інструменти в Україні

Інструмент	Дохідність (орієнтовна)	Ризики	Переваги
Облігації внутрішньої державної позики (ОВДП ¹)	Часто вища за депозити	Мінімальні – держава вважається найнадійнішим позичальником	Не оподатковується, гарантується державою
Нерухомість (інвестування в квадратні метри)	Оренда або перепродаж	Висока вартість входу, складність продажу в кризові часи, вірогідність втрати під час війни	Довгостроковий актив, може зростати в ціні
Акції українських компаній	Потенційно висока, але залежить від успішності компанії	Висока волатильність (коливання ціни, курсу), менше надійності порівняно з ОВДП чи депозитами	Участь у розвитку бізнесу, можливість отримати дивіденди
Криптовалюти	Потенційно дуже висока, особливо в коротко-строковій спекулятивній торгівлі	Дуже високий: ціна може змінитися за кілька годин, шахрайство, втрата доступу (паролі), відсутність держгарантій, нестабільне регулювання	Глобальність – не прив'язані до жодної країни чи банку; швидкий доступ: можна купити, продати чи обміняти онлайн у будь-який момент; за вдалої стратегії – надприбуток; децентралізація: контроль не належить уряду чи фінансовій установі

¹ ОВДП (облігації внутрішньої державної позики) – цінні папери, які випускає держава, щоб позичити гроші в громадян. Ви купуєте облігацію, а держава гарантує вам повернення суми з відсотковим доходом у визначений термін.

Інструмент	Дохідність (орієнтовна)	Ризики	Переваги
Краудфандингові платформи/ підтримка стартапів	Не завжди фінансова – може бути соціальна	Висока ймовірність втрати коштів	Підтримка ідей, розвиток фінансової та підприємницької культури
Інвестиційні фонди (ICI)	Залежить від стратегії фонду	Можливі коливання вартості, дохід не гарантується	Професійне управління, можна інвестувати навіть невеликі суми
Нагромаджувальне страхування життя/ НПФ	Нижча за акції, але стабільна	Обмежена гнучкість, тривалий строк	Поєднання нагромадження та захисту життя

ЦІКАВИЙ ФАКТ

Автоматичне продовження депозиту може відбутися без вашої активної участі. Якщо ви не звернетесь до банку вчасно після завершення строку депозиту, а в договорі є така умова – банк має право автоматично продовжити вклад на той самий термін. Це можливо навіть через одну «галочку» в мобільному додатку. Тому завжди перевіряйте дату завершення депозиту та умови автоматичного продовження. Інакше гроші можуть залишитися в банку довше, ніж ви планували.

ТОППОРАДА (ЯК ДОТРИМУВАТИСЯ БАЛАНСУ РИЗИКІВ)

Важливо звертати увагу на такі ключові аспекти:

- рівень ризику (що більший дохід, то вищий ризик, тому визначте власну толерантність до ризику);
- термін інвестування (зіставте інвестиції з вашими життєвими цілями та можливостями);
- очікувана дохідність (враховуйте оподаткування та інфляцію);
- надійність емітента (того, хто випускає акції, криптовалюту, інші фінансові інструменти) або посередника (якщо вкладаєте в акції, криптовалюту, досліджуйте репутацію та ліцензії компаній, платформ і фондів);
- ліквідність (вивчіть, як швидко й просто можна вивести гроші);
- податки та регулювання (зрозумійте, як і коли ви сплачуєте податки);
- диверсифікуйте (не вкладайте всі кошти в один актив, поєднуйте інструменти з різними ризиками й дохідністю);
- знання та інформованість (що складніший інструмент, то більше знань потрібно, тому починайте з простого, поступово ускладнюючи).

ДИСКУСІЙНИЙ КЛУБ

Чи замінять інвестиції депозити в майбутньому? Чому молодь рідше відкриває депозити, ніж старше покоління?

КОРОТКО ПРО ГОЛОВНЕ

Депозитний договір – це юридичний документ, який укладається між вкладником і банком (або фінансовою установою) про розміщення коштів на певний строк і під визначений відсоток. Фонд гарантування вкладів – це необхідний елемент ринку, особливо для держав з нестабільною економікою. Його ефективність залежить від прозорості роботи, адекватного законодавства та збалансованого підходу до регулювання. Депозит – це зручний і безпечний спосіб зберегти гроші, але він не завжди захищає від інфляції.

ПЕРЕВІРЯЄМО СЕБЕ

1. Що таке депозитний договір? Які його функції? Яку роль відіграє ФГВФО?
2. Світлана розмістила 10 000 грн на депозит на один рік під 7 % річних, коли інфляція склала 10 %. Сергій відкрив депозит на 10 000 грн на один рік під 13 % річних. Інфляція становила 11 %. В обох випадках це депозити з простими відсотками та однаковими податками. Хто з вкладників отримав більший реальний прибуток і чому?
3. У банку Х гривневий річний депозит – 15 %, доларовий річний – 3 % (прості відсотки). Який депозит вигідніший, якщо інфляція в Україні – 12 %, девальвація гривні – 8 % (це означає, що долар подорожчав)?
4. Скориставшись посиланням <https://cutt.ly/nrHHSePe> або QR-кодом, ознайомтесь з інформацією. Які «підводні камені» варто з'ясувати, перш ніж підписувати депозитний договір?



ФІНАНСОВИЙ ГЕНІЙ (НА ВИБІР)

1. Напишіть есе на тему «Чи зміг/змогла би я довірити свої заощадження українському банку без Фонду гарантування вкладів фізичних осіб?».
2. Уявіть, що ви журналіст/журналістка. Підготуйте короткий репортаж на тему «Що робити вкладнику, якщо банк збанкрутував?».

ДУМКИ В ДОРОГУ

Перед підписанням договору
переконайтеся, що розумієте всі
умови, оскільки від цього залежать
ваші гроші та права.

*Шановне учнівство, перш ніж вкладати кошти
в інші фінансові інструменти, важливо оцінити власну готовність
до ризику, добре вивчити правила гри та проконсультуватися
зі спеціалістом. Обдумане рішення сьогодні – це фінансова
безпека завтра.*

ТЕМА 3. КРЕДИТИ. ФОРМУВАННЯ КРЕДИТНОЇ ІСТОРІЇ

§ 10. Кредит: сутність, роль. Які види кредитування існують на практиці

*Вам потрібно зробити важливу покупку,
але наявних коштів недостатньо.
Як ви будете діяти?*

1. Чому виникає потреба в кредитуванні та в чому його економічна доцільність

У житті майже кожної людини трапляються ситуації, коли гроші потрібні тут і зараз, але власних заощаджень недостатньо. Як діяти в таких випадках? Що робити, коли грошей недостатньо для реалізації ідей чи покриття потреб? Хтось позичає в знайомих, інші звертаються до банку чи фінансової установи. Саме тут з'являється кредит – фінансовий міст між сьогоднішніми потребами та завтрашніми можливостями, фінансовий інструмент, що дає змогу реалізовувати плани вже сьогодні, а розраховуватися – поступово.

Кредит уможливорює придбання товарів і послуг (техніки, навчання, лікування) до нагромадження повної суми, забезпечує доступ до ресурсів у критичних життєвих ситуаціях, дає змогу фінансувати інвестиційні проекти, розширювати виробництво, наймати персонал, запускати нові продукти.

КЛЮЧОВІ ТЕРМІНИ І ПОНЯТТЯ

- Кредит
- Краудфандинг
- Краудлендинг

Кредит – це економічні відносини, за яких одна сторона (кредитор) передає іншій (позичальнику) гроші або матеріальні цінності в тимчасове користування на умовах:

- **поворотності** (обов'язок повернути отримане);
- **строковості** (визначений термін користування);
- **платності** (сплата відсотків за користування);
- **забезпеченості** (наявність застави або гарантій).

У банківській практиці кредит – це грошові кошти, які фінансова установа надає позичальнику на умовах, визначених договором.

Кредит не лише виконує соціальну чи фінансову функцію, а й є рушієм економічного розвитку. Його вплив охоплює всі сектори економіки – від домогосподарств до великих корпорацій.

Водночас надмірне кредитування може спричинити перегрів економіки, інфляційний тиск та зростання боргового навантаження.

Це доводить, що кредит не лише виконує соціальну чи економічну функцію, а є й ключовим фінансовим інструментом, здатним забезпечити доступ до ресурсів, прискорити розвиток та підтримати економічну стабільність.



Роль кредиту як фінансового інструменту

Забезпечує доступ до товарів та послуг сьогодні, навіть за відсутності власних коштів

Уможливорює реалізацію інвестиційних проєктів

Є рушієм економіки через стимулювання споживання та виробництва

Розгляньмо приклад, як кредит може допомагати бізнесу під час війни.



МОДЕЛЮЄМО СИТУАЦІЮ

Пані Христина зі Львівщини володіє сімейним магазином продуктів. Після початку широкомасштабної війни потужності її крамниці стали недостатніми: жителі району потребували більше товарів, а холодильників бракувало. У кредитній спілці Христина взяла доступну позичку в розмірі 250 000 грн

для купівлі двох нових холодильників. Уже через пів року вона змогла встановити обладнання та значно розширити асортимент магазину, змогла підтримати місцеву громаду в складний період та збільшити прибуток крамниці.

- Як ви гадаєте, які ще варіанти дій могли бути в Христини?
- Чи правильним було рішення взяти кредит? Які ризики Христина взяла на себе?
- Як ви думаєте, як Христина планувала повернення коштів?

ЧАС ДЛЯ РОЗДУМІВ

У яких ситуаціях ви ніколи не брали б кредит?



ОБГОВОРЕННЯ В ГРУПІ

Юлія відкрила кав'ярню в невеликому місті. Вона взяла кредит 200 000 грн під 18 % річних. Через рік її дохід перевищив очікування, і вона змогла погасити кредит. Якщо Юлія не погасила б кредит достроково, то її переплата за два роки становила б: $200\,000 \times 18\% \times 2 = 72\,000$ грн. Загальна сума до повернення була б 272 000 грн.

Обговоріть, що, на вашу думку, допомогло Юлії досягти успіху. (Можливі варіанти: вдала локація, якісний продукт, маркетинг, підтримка громади, унікальна концепція.) Як дострокове погашення кредиту впливає на розмір переплати та фінансовий стан підприємця/підприємці?

ТОППОРАДА (ЯК ЗАЛУЧИТИ ГРОШІ НА СВІЙ ПРОЄКТ)

Крім традиційного кредитування, існують й інші дієві способи залучення коштів для реалізації ідей та проєктів.

Краудфандинг – це процес збору фінансової підтримки від звичайних людей через онлайн-платформи (наприклад, *Spilnokosht*, *GoFundMe*, *Kickstarter*).

Краудлендинг – це форма позичкового краудфандингу, де люди надають кошти в борг через спеціальні платформи (*Mintos*, *Bondora*, *PeerBerry*).

Для успішного запуску проєктів потрібні: чіткий план, якісна презентація та активне просування. В Україні краудфандинг поки не має окремого закону, але діє в межах загальних правил.

2. Які функції кредиту в економіці

Ви вже знаєте, що кредит – це не лише можливість позичити гроші, а й фінансовий інструмент, що виконує важливі функції в економіці й повсякденному житті. Питання про функції кредиту залишається спірним у науковому середовищі через різні підходи до розуміння його сутності та методології аналізу. Спробуємо виокремити основні функції кредиту, що розрізняють найчастіше.



Основні функції кредиту

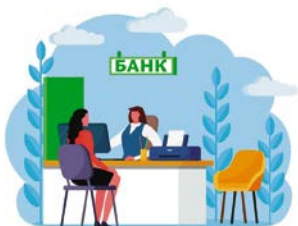
Функція	Яку роботу виконує	Приклад з життя
Перерозподільна	Кредит допомагає перерозподілити фінансові ресурси між тими, хто має надлишок грошей, і тими, хто їх потребує зараз (сприяє ефективнішому використанню ресурсів і перерозподіляє гроші в часі)	Банк приймає вклади від клієнтів і надає кредити підприємцям, які хочуть розширити бізнес
Стимулювальна	Кредит може бути рушієм розвитку економіки, даючи змогу підприємствам інвестувати, а споживачам – купувати товари та послуги. Він мотивує підприємства ефективніше використовувати ресурси	Стартап бере позичку на запуск. Родина купує новий холодильник у кредит – збільшується попит на техніку, росте виробництво, створюються робочі місця

Функція	Яку роботу виконує	Приклад з життя
Регульовальна	Кредит впливає на обсяг грошової маси в обігу та стан грошового обігу; банки, збільшуючи або зменшуючи кредитування, стимулюють або стримують економіку; впливає на рівень відсоткових ставок на ринку грошей і капіталів, на виробництво і зайнятість	У період економічного спаду держава може стимулювати банки видавати більше кредитів, щоб активізувати бізнес-активність
Функція створення кредитних засобів обігу (емісійна)	Коли НБУ надає комерційному банку кредит, той використовує отримані кошти для видачі позичок клієнтам. Це створює нові гроші в обігу, які раніше не існували в реальній формі, – відбувається кредитна емісія	Банківська система через кредити формує безготівкову грошову масу, яка використовується як засіб оплати й розрахунку, разом з готівкою
Економія часу та витрат обігу	Кредит уможлиблює отримання благ сьогодні, не чекаючи нагромадження потрібної суми. Він сприяє зменшенню витрат на готівкові розрахунки завдяки безготівковим формам платежів	Студент бере освітній кредит і навчається вже зараз, а не відкладає на роки нагромадження грошей

ЧАС ДЛЯ РОЗДУМІВ

1. Порівняйте функції кредиту з функціями грошей. Що спільного і що відмінного? **2.** Як ви гадаєте, які функції виконує кредит у розвитку бізнесу або сімейної справи?

3. Які фінансові установи надають кредитні послуги



Кредити мають право надавати банки, наразі вони є найбільш поширеними кредитодавцями в Україні, а також небанківські фінансові установи: кредитні спілки, фінансові компанії, ломбарди, лізингові компанії (фінансують придбання техніки, транспорту) тощо. Усі вони повинні мати чинні ліцензії та мають бути зареє-

стровані в державних реєстрах. Перевірити це можна через офіційний реєстр НБУ <https://bank.gov.ua/ua/supervision/nonbanks/registers-lists> або державний реєстр фінансових установ України <https://opendatabot.ua/open/financial-licenses>.

А чи замислювалися ви, чому дедалі більше людей обирають небанківські фінансові установи для отримання кредитів?

Причини популярності небанківських кредитів

Швидкість	Можна отримати гроші за 15–30 хв, особливо онлайн
Прості умови	Мінімум документів, часто без довідок про доходи чи перевірки кредитної історії, без застави
Цілодобовий доступ	Сервіси працюють 24/7, оформлення – через смартфон
Доступність для «ризикових» клієнтів	Навіть без офіційного доходу чи з поганою кредитною історією
Гнучкість	Невеликі суми (1000–5000 грн) на короткий термін (5–30 днів)

Але така доступність часто містить приховані ризики: завищені відсоткові ставки – з 2023 р. максимальна ставка для МФО: до 30 днів – 1 % на день (365 % річних); від 30 днів – 0,8 % на день (292 % річних); непрозорі умови договору; не вигідна пролонгація (продовження кредиту); недостатній контроль держави; агресивне стягнення боргу (колектори) тощо.

ОБГОВОРЕННЯ В ГРУПІ

Знайдіть три фінансові установи (банківські та небанківські), які мають ліцензію на надання кредитів. Укажіть їх назву, тип, дату отримання ліцензії. Порівняйте умови кредитування в них, заповнюючи подану нижче таблицю в зошиті.

Інформація про установу	Сума кредиту	Відсоткова ставка	Строк погашення

ТОППОРАДА (ЧИМ ВІДРІЗНЯЄТЬСЯ НАДІЙНА УСТАНОВА ВІД ШАХРАЙСЬКОЇ)

- 1. Наявність ліцензії або включення до Реєстру фінансових установ.
- 2. Прозорі умови договору: без «дрібного шрифту», прихованих платежів.
- 3. Відгуки клієнтів, репутація на ринку.
- 4. Реальна юридична адреса.



4. Як класифікують кредити за призначенням

За допомогою кредиту можна реалізувати різні цілі: придбати техніку, купити омріяний телефон, відкрити бізнес, отримати освіту, пройти курси, що ведуть до нової професії, або навіть залагодити фінансові труднощі. Але важливо не просто взяти кредит, а вибрати той, що відповідає вашим потребам, до того ж розуміти його призначення, види та умови, щоб приймати обґрунтовані рішення.

Основні види кредиту

Вид кредиту	Для чого він використовується	Основні особливості
Споживчий кредит	Кредит, який береться на особисті потреби: купівлю побутової техніки, ремонт, медичні послуги, освіту, подорожі	Видається фізичним особам, може бути цільовим або нецільовим, мати завищену відсоткову ставку, але швидкий
Кредит на розвиток власної справи (підприємницький кредит)	Надається фізичним особам-підприємцям (ФОП) або юридичним особам для запуску чи розширення бізнесу, закупівлі обладнання або сировини, розвитку нових проєктів	Часто супроводжується потребою в бізнес-плані та заставі. Може мати нижчу ставку за умови підтримки держави
Іпотечний	Для придбання нерухомості або ремонту	Довгостроковий, потребує застави
Автокредит	Купівля транспортного засобу	Цільовий, часто зі страхуванням
Освітній	Оплата навчання	Може мати пільгову ставку для студентів
Кредитна картка/лінія	Для регулярних витрат і термінового поповнення бюджету, дрібні повсякденні витрати	Ліміт, грейс-період (пільговий період, протягом якого можна не сплачувати відсотки або штрафи), гнучкість
Мікрокредит	Термінові потреби в невеликих сумах	Високі ставки, швидке оформлення

Класифікація видів кредитів

Критерій	Види
За цільовим призначенням	Споживчий, інвестиційний, іпотечний, освітній
За строком	Короткостроковий (до 1 року), середньостроковий (1-5 років), довгостроковий (понад 5 років)

Критерій	Види
За формою надання	Грошовий, товарний
За забезпеченням	Забезпечений (за застава, порука), незабезпечений
За типом відсоткової ставки	Фіксована, плаваюча
За способом погашення	Ануїтет ¹ , класичний графік, разова виплата

Важливо розрізняти види кредитів та вміти використовувати онлайн-калькулятори на сайтах банків або спеціальних платформах, тому що:

- ви зможете обрати найвигіднішу пропозицію саме під вашу мету;
- навчитесь аналізувати умови кредитного договору: ставку, комісії, штрафи, щомісячні платежі, визначати реальні перепаати;
- зможете уникнути небажаної заборгованості, якщо кредит не відповідає вашій фінансовій ситуації.

ДИСКУСІЙНИЙ КЛУБ

1. Кредит – порятунок чи пастка? Об'єднайтеся у дві групи для обговорення.
2. Чи варто брати кредит на покупку гаджета, якщо ви ще не маєте стабільного доходу?

ЦІКАВИЙ ФАКТ

За даними Центру економічних досліджень та прогнозування «Фінансовий Пульс», станом на початок 2025 р. споживчі кредити становили 76,52 % від загального портфеля кредитів фізичних осіб. Споживче кредитування активно переходить у цифровий формат, наприклад, у фінтех-компаніях (компаніях, які використовують інноваційні технології для надання фінансових послуг) споживче кредитування поширюється на три найголовніші напрями діяльності. Цифровізація зробила кредитування доступнішим, але водночас підвищила ризики імпульсивних рішень, особливо серед молоді.



КОРОТКО ПРО ГОЛОВНЕ

Кредит – це фінансовий інструмент, який дає змогу отримати кошти на нагальні потреби з обов'язковим поверненням у майбутньому. Він виконує важливі функції: перерозподіляє ресурси в економіці, стимулює розвиток бізнесу та підтримує споживчий попит. Кредитні послуги надають як банки, так і небанківські установи. Найпоширеніші види кредитів: споживчі (на товари, навчання тощо) та підприємницькі (на розвиток власної справи).

¹ Ануїтет – спосіб погашення кредиту, за якого позичальник щомісяця сплачує однакову фіксовану суму, що включає і частину боргу, і відсотки. Така схема зручна, бо уможливорює легке планування витрат.

ПЕРЕВІРЯЄМО СЕБЕ

1. Яку з функцій кредиту ви вважаєте найважливішою? Аргументуйте свою думку.
2. Створіть коротку інструкцію «Як перевірити, чи має компанія право надавати кредитні послуги».
3. Як ви вважаєте, чому люди звертаються до ломбарду, кредитної спілки, якщо є банки? У яких випадках доцільніше звертатися не до банку?
4. Складіть таблицю, у якій порівняйте споживчий, іпотечний і підприємницький кредити за такими характеристиками: мета/строк/ставка/переваги/ризики.
5. Чому не можна оформлювати кредит, не проаналізувавши його умови?
6. **Саморефлексія. А. Кредит як дзеркало бажань.** Що саме ви хочете отримати зараз і чому не можете почекати? Кредит – це спосіб реалізувати мрію чи втеча від терпіння?
Б. Кредит як соціальний маркер. Варто в майбутньому взяти кредит, бо це справді потрібно чи тому, що «так усі роблять»? Як соціальні мережі, реклама, думка інших впливають на ваші фінансові рішення?
В. Кредит як вибір між свободою та зобов'язаннями. Кредит дає вам свободу чи забирає її? Як ви почуваетесь, коли маєте борг?
Г. Кредит як інструмент трансформації. Який кредит ви узяли б, якби хотіли змінити своє життя? Що для вас справжня інвестиція: освіта, бізнес, подорож, лікування?
Д. Кредит як метафора. Якби кредит був персонажем, ким він був би: наставником, спокусником, рятівником, тінню? Що він сказав би вам, якби ви сумнівалися в його доцільності?

ФІНАНСОВИЙ ГЕНІЙ (НА ВИБІР)

1. Знайдіть в інтернет-мережі дві різні кредитні пропозиції для покупки телефона (споживчий кредит). Скориставшись кредитним калькулятором за посиланням <https://cutt.ly/srHHShcw> або QR-кодом, введіть суму, термін і дізнайтесь розмір щомісячного платежу; розрахуйте загальну суму до повернення. Зробіть висновок: який кредит вигідніший і чому?



2. Придумайте кілька життєвих ситуацій, для яких найкраще підходить: споживчий кредит, кредитна картка, іпотечний кредит.

ДУМКИ В ДОРОГУ

*Позичати легко –
повертати важко.*

*Шановне учнівство, розуміння, як працює кредит,
надасть вам свободи й багато можливостей у майбутньому.*

*Коли ви знаєте, що стоїть за словами «кредит»
чи «позичка», ви більше не боїтеся цифр, а керуєте ними.*

§ 11. Як користуватися кредитами розумно й не зіпсувати свою кредитну історію

Чи користується кредитною картою хтось із ваших рідних чи знайомих? Які переваги та труднощі вам відомі?

1. Які особливості та ризики використання кредитних карток слід враховувати

Кредитна картка дає змогу купувати товари та послуги, навіть якщо на рахунку немає власних коштів, а також користуватися пільговим періодом (грейс-періодом), коли відсотки не нараховуються. Вона надає доступ до миттєвого безготівкового кредиту, допомагає формувати кредитну історію і навіть забезпечує захист покупок. Проте зручність потребує обачності: важливо знати, як не потрапити в боргову пастку.

Пригадайте, чим відрізняється платіжна картка від кредитної.

Кредитна картка – це платіжна картка, що дає змогу користуватися коштами, наданими банком або іншим надавачем платіжних послуг у межах встановленого кредитного ліміту.

Грейс-період – це строк, протягом якого користувач кредитної картки може повернути використані кредитні кошти без сплати відсотків за користування кредитом. Цей період зазвичай становить 25–55 днів.

Варто пам'ятати: кредит має сенс, якщо він використовується для підвищення доходу (наприклад, обладнання для бізнесу) або якості життя без надмірного боргового навантаження (це коли ви зможете щомісяця погашати його, не скорочуючи критичні витрати). Він не є оптимальним, якщо можна нагромадити кошти самостійно без суттєвої втрати в часі. Добрий сигнал: якщо щомісячний платіж за кредитом не перевищує 30–35 % стабільного доходу сім'ї, а також ви маєте резервний фонд на випадок втрати доходу.



КЛЮЧОВІ ТЕРМІНИ І ПОНЯТТЯ

- Кредитна картка
- Грейс-період
- Реструктуризація кредиту
- Кредитна історія

Переваги використання кредитних карток

Перевага	Сутність
Фінансова гнучкість	Ви можете здійснювати покупки навіть тоді, коли немає грошей на рахунку, і повертати суму пізніше

Перевага	Сутність
Пільговий період (грейс-період)	Багато банків пропонують безвідсотковий період (до 55 днів) за умови вчасного повернення всієї суми – «безкоштовну позичку»
Миттєвий доступ	Можна оплатити покупку будь-коли (онлайн/офлайн)
Зручність і безпека платежів	Можна розраховуватись онлайн або безконтактно в будь-якій точці світу без потреби мати готівку
Безконтактна оплата	Зручно для смартфонів, годинників, можна інстальовати картки в електронний гаманець (наприклад, Apple Pay)
Бонуси, кешбек, знижки	Часто банки пропонують програми лояльності: повернення частини витрат (кешбек), знижки в магазинах-партнерах, бонусні бали за покупки
Контроль витрат	Можна відстежувати покупки через додаток, установлювати ліміти, аналізувати виписки
Побудова кредитної історії	Відповідальне користування допомагає сформувати хорошу кредитну репутацію для майбутніх більших позичок (наприклад, іпотеки)
Резерв на непередбачувані витрати	Це може бути фінансова подушка в разі термінових витрат (медицина, ремонт тощо)



Але попри безліч переваг, існують певні ризики та обмеження:

1. *Високі відсотки поза пільговим періодом.* Якщо не повернути борг вчасно, річна відсоткова ставка може сягати 36–60 % і більше.

2. *Психологічний ефект «легких грошей».* Кредитка може стимулювати імпульсивні покупки, що призводить до боргів.

3. *Комісії та штрафи.* За зняття готівки, прострочення, перевищення ліміту можуть нараховуватися додаткові витрати та приховані комісії (за обслуговування, зняття готівки).

4. *Небезпека шахрайства.* Дані картки можуть бути вкрадені, особливо якщо нехтувати безпекою під час покупок онлайн.

5. *Погіршення кредитної історії.* Прострочення платежів шкодять фінансовій репутації, що ускладнює отримання майбутніх кредитів.

Якщо не погасити борг протягом пільгового періоду, відсотки нараховуються за такою формулою:

$$\text{Сума боргу} \times \frac{\text{Річна ставка}}{365} \times \text{Кількість днів прострочення}.$$

Наприклад, за 10 000 грн і ставкою 24% річних за 30 днів переплата:

$$10\,000 \times \frac{24\%}{365} \times 30 \approx 197 \text{ грн.}$$

ЧАС ДЛЯ РОЗДУМІВ

Як надмірні кредитні платежі зменшують частку доходу, доступну для інших витрат? Наведіть реальні або вигадані приклади. Чи варто оформлювати кредитну картку в 16 років, якщо банк дає дозвіл на це? Які плюси та мінуси?

Перш ніж користуватися кредитною карткою, важливо зрозуміти, як працює грейс-період і як розраховуються відсотки в разі прострочення. Уявіть, що ви використали картковий кредит на суму 5000 грн. Грейс-період за карткою – 30 днів, річна відсоткова ставка – 24 %. Скільки ви заплатите, якщо повернете всю суму кредиту через 60 днів? Через 29 днів?

Крок 1. Визначаємо кількість днів, за які нараховуються відсотки.
 $60 \text{ днів} - 30 \text{ днів грейс-періоду} = 30 \text{ днів з нарахуванням відсотків}$

Крок 2. Обчислюємо денну відсоткову ставку.

Річна відсоткова ставка: $24 \% = 0,24$

Кількість днів у році: 365

Добова відсоткова ставка $= 0,24 / 365 \approx 0,0006575$

Крок 3. Обчислюємо суму відсотків.

Відсотки = Сума $\times$ Добова ставка $\times$ Кількість днів

Відсотки $= 5000 \times 0,0006575 \times 30 \approx 98,63 \text{ грн}$

Крок 4. Обчислюємо загальну суму до повернення, якщо повернете її через 60 днів.

$5000 + 98,63 = 5098,63 \text{ грн}$

Якщо ви повернули борг через 29 днів, то ви вкладаєтесь у грейс-період і тоді відсотки не нараховуються, тому ви повертаєте лише 5000 грн.

Будьте уважні, читайте договори, правила банку, бо є банки, які нараховують вам відсотки за весь період користування кредитом, а не лише за «зайві» дні. А також додають пеню/штраф або підвищену ставку (понад основну річну), автоматично анулюють пільговий період, якщо ви протермінували мінімальний платіж навіть на один день.

МОДЕЛЮЄМО СИТУАЦІЮ

Уявіть, що ви використали картковий кредит на суму 8000 грн. Грейс-період за карткою – 28 днів, річна відсоткова ставка – 27 %. Скільки ви заплатите, якщо повернете всю суму кредиту через 45 днів? Через 27 днів?

2. Які переваги та недоліки кредитування для споживача фінансових послуг

За допомогою кредиту можна побудувати мрію або... ускладнити життя. З одного боку, кредит відкриває доступ до речей і можливостей, на які ми не можемо розраховувати прямо зараз. З іншого – вимагає відповідальності, дисципліни і знань. Саме тому важливо усвідомити як переваги, так і можливі недоліки кредитування, перш ніж приймати фінансове рішення.

Переваги та недоліки кредиту

Переваги кредиту	Недоліки кредиту
Дає змогу реалізувати плани вже зараз (купівля техніки, навчання, ремонт); дає змогу планувати великі витрати та зручно розподіляти платежі	Можлива переплата, відсоткова ставка – ви повертаєте більше, ніж позичили
Допомагає в надзвичайних ситуаціях (лікування, переїзд)	Ризик несвоєчасного погашення, боргової спіралі: несвоєчасні платежі спричиняють штрафи, пені, суди
Будує кредитну історію для майбутніх фінансових рішень	Погіршення кредитної історії за умови несплати кредиту
Деякі кредити мають пільгові умови (грейс-період, кешбек, бонуси)	Імпульсивні рішення – борг без реальної потреби; постійний борг може спричиняти тривогу, втрату контролю, психологічний стрес
Дає змогу інвестувати, розпочати власну справу або навчання	Фінансовий тиск, щомісячні виплати можуть бути обтяжливими, особливо в складні часи

Однак, щоб користування кредитом було ще безпечнішим і справді вигідним, важливо знати свої права як споживача фінансових послуг.

Які права ви маєте під час користування кредитом?

Право отримати повну інформацію про кредит (сума, комісії, штрафи), про відсоткову ставку, графік платежів, умови дострокового погашення	Право на зрозумілий договір, на отримання копії договору до підписання. Договір має бути прозорим і написаним доступною мовою
Право на дострокове погашення. Згідно із законом ви можете повернути кредит раніше без штрафів	Право скаржитися до НБУ або фінансового омбудсмена, якщо ваші права порушено
Право на відмову протягом 14 днів. Ви можете відмовитися від кредиту без штрафів, повернувши тіло кредиту й нараховані за ці дні відсотки	Право на захист персональних даних. Ваші фінансові дані не можуть розголошуватися без дозволу

Проте якщо виникає така ситуація, що людина не може вчасно повернути кредит через втрату доходу чи складні життєві обставини, то в таких випадках може допомогти реструктуризація боргу.

Реструктуризація кредиту – це зміна умов кредитного договору, щоб позичальник міг легше його погашати (наприклад, продовження терміну кредиту, зменшення щомісячних платежів, тимчасове призупинення сплати основного боргу тощо).

ТОППОРАДА (АЛГОРИТМ ДІЙ ЗА РЕСТРУКТУРИЗАЦІЇ КРЕДИТУ)

1. Напишіть офіційну заяву про фінансові труднощі.

2. Додайте підтвердження (наприклад, довідку про зменшення доходу).

3. Запропонуйте власний план погашення (наприклад, збільшити термін кредиту).



МОДЕЛЮЄМО СИТУАЦІЮ

Складіть діалог між позичальником і банком, у якому позичальник ставить запитання про свої права, а банк відповідає.

- Скориставшись посиланням <https://cutt.ly/lrHHSmYK> або QR-кодом, ознайомтеся з всеукраїнською інформаційною кампанією НБУ та дізнайтеся більше про свої права.



3. Як кредитування впливає на особисте фінансове планування

У житті фінансове планування нагадує прокладання маршруту: ми маємо цілі, ресурси та обираємо шляхи. Іноді одним з таких шляхів стає кредит, який може допомогти швидше дістатися мрії (купівля авто/житла, оплата навчання, запуск бізнесу, відпустка, лікування, ремонт тощо).

Однак ключове питання: чи є рішення взяти кредит обґрунтованим? Як оцінити доцільність використання кредиту?



- Перейшовши за посиланням <https://cutt.ly/2r3gdHlg> або QR-кодом, ознайомтеся із чеклістом, який допоможе відповісти на запитання «Чи варто брати кредит?».



ОБГОВОРЕННЯ В ГРУПІ

1. Чи варто брати кредит, якщо мрія не є життєво необхідною? Чи варто відкласти її в часі та зібрати кошти самостійно? 2. Чи варто брати кредит для того, щоб закрити попередній кредит?

4. Кредитна історія та її значення у фінансовому житті громадянина

Уявіть, що фінансове життя – це резюме, за яким оцінюють вашу надійність, дисципліну та відповідальність. І однією з ключових його сторінок є кредитна історія. Вона формується автоматично, якщо



людина користується кредитами, і відіграє велику роль у доступі до нових фінансових можливостей.

Кредитна історія – це сукупність інформації про зобов’язання людини за кредитними договорами та їх виконання, зокрема розмір заборгованості (кредитів), строки, прострочення платежів, погашення боргів, реструктуризація, сума боргу тощо.

Ці відомості зберігаються в Бюро кредитних історій (БКІ). В Україні кілька БКІ, найбільше з них – Українське бюро кредитних історій (УБКІ). Відомості до БКІ передають банки, фінансові компанії, лізингові компанії, кредитні спілки тощо. Доступ до них мають кредитори й сам клієнт. Тобто кредитна історія – це інформація, що характеризує виконання людиною чи компанією своїх кредитних зобов’язань і формується спеціалізованими бюро згідно із законом.

Щоб оцінити вашу фінансову надійність, використовують кредитний рейтинг, який базується на кредитній історії.

Кредитний рейтинг – це числова оцінка вашої фінансової надійності, яка базується на кредитній історії.

Тож кредитна історія – це *джерело інформації*, а кредитний рейтинг – *результат її аналізу*.

Розгляньмо, як саме відбувається формування кредитної історії:

1. Підписання договору та відкриття кредиту – перша взаємодія з кредитом: споживчий кредит, кредитна картка чи навіть розстрочка.

2. Банк або фінансова компанія передає інформацію про вас до бюро.

3. Погашення платежів. Історія поповнюється після кожної зміни: платіж, прострочка, дострокове погашення.

4. Завершення кредиту (повне погашення), фіксація результату, репутації.

5. Кредитна історія зберігається до 10 років з моменту закриття останнього кредиту.

Якщо кредитна історія позитивна, небанківські фінансові установи (зокрема, лізингові, страхові компанії), а також банки охоче надають нові кредити, іпотеку, кредитні картки. Якщо історія зі псуванням (прострочення, борги), вони можуть відмовити або запропонувати кредит на гірших умовах. *Наприклад*, двоє людей беруть однаковий кредит на 50 000 грн. У позичальника з гарною кредитною історією ставка може бути 20 % річних, а в позичальника з поганою кредитною історією – 30 % річних. Як наслідок перший заплатить відсотків на кілька тисяч менше. Іноді кредитну історію перевіряють під час працевлаштування або орендування житла, навіть одне прострочення може зіпсувати вашу історію та репутацію на кілька років. Раз на рік ви самостійно безкоштовно можете перевірити свою кредитну історію і в разі наявності помилок в ній виправити їх.

Інструкція: як перевірити кредитну історію безкоштовно:

1. Зареєструйтеся в «Дії».
2. Оберіть послугу «Отримати кредитну історію».
3. Дані надійдуть протягом трьох днів.

Фактори, що впливають на формування кредитної історії

Що впливає на кредитну історію негативно	Як поліпшити свою кредитну історію
Прострочення платежів навіть на один день	Сплачувати всі кредити вчасно
Постійні мікропозички та кредити «до зарплати», часті запити (наприклад, при оформленні п'яти кредитів на місяць)	Використовувати кредитну картку відповідально
Наявність кількох кредитів одночасно з високим навантаженням	Не брати надмірної кількості позичок одночасно
Відмова від оплати за боргами або ігнорування реструктуризації, сама реструктуризація або судові рішення	Навіть якщо маєте негативну історію, згодом її можна «переписати»

Також негативно на кредитну історію впливають: часте відкриття та закриття кредитних карток, велика кількість заявок на кредит за короткий період, дострокове закриття кредиту без згоди банку (у деяких випадках).

Отже, кредитна історія – це ваш фінансовий портрет, що відображає вашу надійність як позичальника. У світі фінансів він супроводжує вас протягом усього життя.



ОБГОВОРЕННЯ В ГРУПІ

1. Чи варто брати кредит у молодому віці, щоб почати формувати позитивну історію? Які ризики це містить? **2.** Людина взяла кредит на 5000 грн. Яким буде вплив на її кредитну історію, якщо вона: а) сплачувала вчасно; б) запізнилася на місяць; в) достроково повернула всю суму?

ДИСКУСІЙНИЙ КЛУБ

Як змінюється ставлення до кредитів, якщо людина пережила втрату доходів або вимушений переїзд, та як це впливає на її фінансові рішення?

ЦІКАВИЙ ФАКТ

Фінансові дослідження свідчать, що часто боргові труднощі виникають через імпульсивні покупки без чіткого плану повернення кредиту.

Тому варто обчислити власну кредитну спроможність. Коефіцієнт боргового навантаження = $(\text{сума всіх щомісячних кредитних платежів} / \text{щомісячний дохід}) \times 100 \%$. Якщо показник перевищує 35–40 %, кредитне навантаження вважається високим, і тому кредит недоцільний.

КОРОТКО ПРО ГОЛОВНЕ

Кредитна картка – дає змогу оплачувати покупки або знімати готівку, навіть якщо на особистому рахунку немає власних коштів. Кредит не ворог і не рятівник. Це лише інструмент. Як ви ним скористаетесь, залежить від вашої обізнаності, фінансової грамотності та здорового глузду. Кредитна історія – це ваша фінансова репутація, яка формується з кожним платежем, кожним рішенням.

ПЕРЕВІРЯЄМО СЕБЕ

1. Порівняйте три кредитні картки (наприклад, від monobank, ПриватБанку, Ощадбанку). Який грейс-період? Яка відсоткова ставка після нього? Чи є кешбек або бонуси?

2. Уявіть, що ви хочете купити велосипед або ноутбук. Чи взяли б ви кредит? Який саме? Створіть таблицю «Переваги та недоліки» такого рішення з прикладами з життя. Наприклад, «Ноутбук у кредит» – які плюси й ризики?

3. Опрацюйте основні питання щодо поняття «кредитна історія». Перейшовши за посиланням <https://cutt.ly/ZrHNSO9g> або QR-кодом, підготуйте доповідь.



4. Чи змінилося ваше ставлення до кредитів після цього уроку?

ФІНАНСОВИЙ ГЕНІЙ (НА ВИБІР)

1. Дослідіть програми кредитування для молоді у вашому регіоні – як ними можна скористатися? Представте інформацію в класі.

2. Марко хоче придбати мотоцикл за 90 000 грн. Його дохід – 20 000 грн/міс. Він планує взяти кредит на два роки. Обчисліть, скільки він переплатить під 24 % річних (простий відсоток). Яку частину доходу щомісяця доведеться витрачати? Чи доцільно це, чи краще спершу нагромадити частину суми?

ДУМКИ В ДОРОГУ

Кредит – це не просто гроші, це рішення.
Обізнаність і критичне мислення –
головні суперсили кожного споживача
фінансових послуг.

Шановне учнівство, дякуємо вам, що уважно опрацювали цю тему та зрозуміли, що кредит – це потужний інструмент, який працює на користь вам і вашій кредитній історії лише в тому разі, якщо ви читаете умови, плануєте витрати та дієте обдуманно.

ТЕМА 4. СТРАХУВАННЯ

§ 12. Страхування: навіщо потрібне та як воно працює

Як ви гадаєте, що допоможе захиститися від фінансових втрат у непередбачуваних життєвих ситуаціях?

1. Що таке страхування та хто є учасниками страхового процесу

Уявіть, що ваше життя – це захоплива, але часом непередбачувана подорож. Ви плануєте, мрієте, аж раптом перед вами постає несподівана перешкода. Це може бути застуда, через яку пропускаєте важливу контрольну, розбитий екран улюбленого смартфона, дорожня пригода, крадіжка, ураган, який залишив вашу домівку без даху. Такі неприємності не лише псу-ють настрій, а й часто створюють фінансові проблеми. Ремонт теле-фона, лікування, відновлення втрачених речей та інші проблеми по-требують грошей, яких у потрібний момент може не бути в наявності. І хоча неможливо передбачити всі нега-разди, слід до них підготуватися. Тож як захистити себе від раптових великих ви-трат, не маючи значних заощаджень? По-мічником у цьому стане страхування.

Страхування базується на принципі спільного фонду. Це механізм, за яким велика кількість осіб об'єднує свої ресур-си, щоб захистити кожного з них від фі-нансових втрат у разі настання страхово-го випадку. Кожен учасник страхування сплачує невеликий внесок (страхову пре-мію) до загального фонду. Якщо в когось трапляється подія, передбачена договором (наприклад, пожежа, ава-рія чи хвороба), із цього фонду виплачується компенсація. Це ефек-тивно, тому що:

- ризик втрат розподіляється між усіма учасниками;
- створює фінансову безпеку для кожного, навіть якщо ймовірність настання події низька.

КЛЮЧОВІ ТЕРМІНИ І ПОНЯТТЯ

- Страхування
- Страховик
- Страхувальник
- Застрахована особа
- Вигодонабувач
- Страховий поліс



Страхування – це система економічних відносин, за якої страхуваль-ник сплачує страхові внески (премії) страховій компанії, а та зобов'язується відшкодувати збитки в разі настання страхового випадку, визначеного до-говором.

Страхувальник – це людина або компанія, яка отримує страхову послугу та може претендувати на здійснення страхової виплати в разі настання стра-хового випадку.

Учасники страхового процесу



Страховик – це фінансова установа, яка має відповідну ліцензію на здійснення діяльності зі страхування за класами life-страхування або non-life-страхування. За фінансову винагороду (*страхову премію*) страхова компанія бере на себе зобов'язання перед клієнтом щодо здійснення *страхової виплати* (страхового відшкодування) в разі настання *страхового випадку*.

Застрахована особа – це людина, яка фактично захищена за полісом (іноді це інша особа, не страховальник).

Вигодонабувач – це особа, зазначена в договорі страхування, яка отримуватиме страхові виплати в разі настання страхового випадку незалежно від того, хто сплачував гроші за страхування.



Страхування виконує комплексну функцію захисту особи, бізнесу та суспільства загалом. Його мета охоплює три ключові аспекти:

Економічна мета – мінімізувати фінансові втрати в разі настання страхового випадку. Страхування дає змогу уникнути значних витрат, які могли б поставити під загрозу добробут особи чи стабільність підприємства.

Соціальна мета – забезпечити стабільність життя громадян у разі несприятливих подій: хвороби, нещасного випадку, втрати майна тощо. Це сприяє соціальній згуртованості та підтримці вразливих верств населення.

Правова мета – виконати вимоги законодавства, якщо страхування є обов'язковим (наприклад, автоцивільна відповідальність, страхування працівників тощо). Це гарантує правовий захист усіх сторін і дотримання норм державного регулювання.

Страхування ґрунтується на низці фундаментальних принципів, які забезпечують його ефективність, справедливість і правову визначеність.

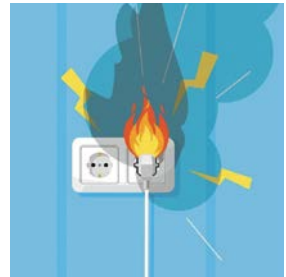
Основні принципи страхування

Принцип добровільності	Укладення договору страхування є свідомим вибором сторін, за винятком випадків, коли страхування є обов'язковим згідно із законодавством.
Принцип компенсації збитків	Страхова виплата має відшкодовувати реальні втрати, але не створювати прибутку. Це запобігає зловживанням і зберігає баланс інтересів.
Принцип відшкодування	Страхова сума не повинна перевищувати фактичний розмір збитку. Мета – повернути страхувальника до фінансового стану, у якому він перебував до настання страхового випадку.
Принцип франшизи	Частина збитку покриває сам страхувальник. Це стимулює обережну поведінку та зменшує кількість дрібних страхових випадків.
Принцип суброгації	Після виплати компенсації страхувальнику страховик набуває права вимагати відшкодування збитків від винної сторони. Це дає змогу страховій компанії повернути частину витрат.
Принцип ризику	Страхування здійснюється щодо ймовірних, але невизначених подій, які можуть спричинити матеріальні чи фінансові втрати.

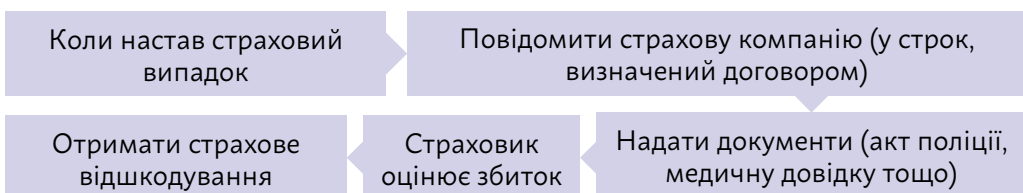
Уявімо, що ви застрахували квартиру вартістю 1 млн грн, сплативши 2 тис. грн страхового внеску за рік. Через пожежу завдано збитків на 300 тис. грн.

- За принципом компенсації збитків страхова компанія не виплатить більше ніж фактичний розмір шкоди – тобто максимум 300 тис. грн.
- За принципом відшкодування ви отримаєте тільки суму, яка покриває реальні втрати, а не повну вартість квартири.

Цей приклад показує, як невеликий внесок (2 тис. грн) може захистити вас від значних фінансових втрат і як працюють ключові принципи страхування на практиці.



Як діяти в разі настання страхового випадку



Страховики мають перелік винятків, тобто ситуацій, які не підлягають компенсації. Найпоширеніші з них:

- умисні дії страхувальника;
- керування транспортом у стані алкогольного чи наркотичного сп'яніння;
- порушення умов договору (несвоечасне повідомлення страхової компанії про подію; ненадання необхідних документів; приховування інформації або надання неправдивих даних);
- форс-мажорні обставини, не передбачені договором.

МОДЕЛЮЄМО СИТУАЦІЮ

Ознайомтеся в групі з однією із запропонованих життєвих ситуацій (на вибір). Визначте, хто в цій ситуації є: а) страхувальником; б) страховиком; в) застрахованою особою; г) вигодонабувачем.

1. Антон Олександрович уклав договір страхування життя на свою дочку Світлану. У разі її хвороби або травми страхова компанія повинна буде виплатити кошти самому Антону Олександровичу.

2. Компанія «Альбіон» застрахувала свою сільськогосподарську техніку в страховій компанії «ТАС». У випадку викрадення, пошкодження, пожежі кошти отримає підприємство.

3. Олена оформила медичне страхування на себе. У разі хвороби лікарняні витрати оплатить страхова компанія.

4. Компанія (роботодавець) купує поліси медичного страхування для своїх співробітників.

ЦІКАВИЙ ФАКТ

Національна асоціація страховиків України (НАСУ) є членом Insurance Europe – Європейської федерації страхування та перестраховування. Це означає, що український страховий ринок офіційно співпрацює з європейською страховою спільнотою, дотримується європейських стандартів і має можливість обмінюватися досвідом з іншими державами ЄС. Зміст страхування розкривається в таких функціях:

Функції страхування

Функція	Сутність
Захисна	Допомагає людині або компанії отримати гроші в разі збитків (наприклад, після пожежі, аварії чи хвороби)
Попереджувальна	Частина страхових коштів може використовуватися для запобігання нещасним випадкам (наприклад, установлення пожежної сигналізації, техогляд транспорту тощо)
Нагромаджувальна	У деяких видах страхування (наприклад, страхування життя) кошти нагромаджуються, і людина може отримати їх через певний час
Контрольна	Держава та страхові компанії контролюють, щоб гроші використовувалися правильно і за призначенням

Функція	Сутність
Регульовальна	Страховання допомагає підтримувати економічну стабільність у суспільстві. <i>Наприклад</i> , зменшує фінансове навантаження на постраждалих

2. Які форми та напрями страхування розрізняють

Страховання – це фінансовий захист у разі несподіваних подій (хвороба, аварія, пожежа). Воно працює завдяки внескам людей у страхові фонди. В Україні страхування поділяється за формою та об'єктом страхування.

За об'єктом страхування поділяється на:

- особисте (життя, здоров'я);
- майнове (нерухомість, автомобіль);
- страхування відповідальності (цивільна відповідальність).

За терміном:

- короткострокове;
- довгострокове.

Страховання в Україні також поділяється на два основні напрями: страхування життя (**life**) та інші види страхування (**non-life**). Цю класифікацію закріплено в Законі України «Про страхування». Life-страхування охоплює 5 класів і стосується ризиків, пов'язаних із життям і здоров'ям. Non-life-страхування має 18 класів і включає страхування майна, відповідальності, транспорту тощо.

Кожна страхова компанія може надавати послуги тільки за класами, на які має ліцензію від НБУ. Це гарантує контроль якості страхових послуг і захист прав клієнтів.

Види страхування за формою проведення

Вид страхування	Сутність	Приклади
Добровільне	Здійснюється на основі договору між страховиком (страховою компанією) та страхувальником. Базується на вільному волевиявленні особи чи підприємства застрахувати свої ризики	Добровільним страхуванням є КАСКО для автомобіля, туристичне страхування, страхування майна від пожежі чи крадіжки, а також багато видів особистого страхування
Обов'язкове	Установлюється державою для забезпечення суспільних інтересів та захисту певних категорій громадян чи видів діяльності. У цьому разі закон чітко визначає перелік ризиків, що підлягають страхуванню, мінімальний розмір страхової суми, тарифи та інші істотні умови.	Страховання працівників на небезпечних виробництвах, автоцивілка для власників авто (ОСЦПВ) – з 1 січня 2025 р. в Україні почав діяти новий закон про обов'язкове страхування цивільно-правової відповідальності власників транспортних засобів (ОСЦПВ).

Задача «Обираємо страховку»

Чотири особи – Іван, Тетяна, Андрій та Інга – купили різні види страхування: медичне, туристичне, автострахування і страхування майна.

Відомо, що:

1 Людина, яка обрала автострахування, не водить власне авто.

2 Інга не обрала медичне чи туристичне страхування.

3 Тетяна боїться крадіжок.

4 Андрій часто подорожує.

З'ясуйте, хто яке страхування обрав. Поясніть свій хід міркувань.

ОБГОВОРЕННЯ В ГРУПІ

Скориставшись посиланням <https://cutt.ly/grHLzfEo> або QR-кодом, ознайомтеся зі статтею 4 Закону України «Про страхування». Користуючись нею, з'ясуйте, до якого класу належить страхування: а) життя; б) кредитів; в) пенсій. Установіть, які права та обов'язки має страховик.



МОДЕЛЮЄМО СИТУАЦІЮ

Родина Сидоренків застрахувала свою квартиру від пожежі. Через коротке замикання в оселі сталася пожежа, і квартиру було пошкоджено. Страхова компанія виплатила компенсацію на ремонт.

А Хто в цій ситуації є страхувальником?

Б До якого класу належить страхування?

В Яку функцію страхування виконано?

Г Чому страхування виявилось корисним для родини Сидоренків?

3. Який порядок укладання договору страхування

Відносини між сторонами закріплюються договором. Для клієнта це гарантія фінансового захисту від непередбачених втрат, а для страхової компанії – спосіб ведення бізнесу. У договорі вказують:

- дані страхової компанії (назва, адреса, реквізити);
- дані страхувальника (ПІБ, адреса);
- дані вигодонабувача (хто отримає виплати внаслідок страхового випадку);
- страхову суму (від неї залежать внески та виплати);
- предмет і термін страхування (що саме і на який період захищається), франшизу (частину збитків, яку покриває сам страхувальник),
- перелік страхових випадків та умови виплат;
- порядок та строки відшкодування.

Договори скріплюються підписами обох сторін. Якщо ж договір підписують в електронному вигляді, то використовують цифровий підпис. Після укладання договору компанія видає страховий поліс.



Страховий поліс – це офіційний документ, що підтверджує укладання договору страхування між особою (страхувальником) та страховою компанією.

У полісі зазначають:

- що і кого страхують;
- розмір внесків і виплат;
- термін дії;
- права й обов'язки сторін.

У разі порушення ваших прав з боку страхових компаній потрібно спробувати розв'язати ситуацію з керівництвом компанії. А в разі відмови – звертатися до Національного банку. Деякі спори також можуть бути вирішені в судовому порядку.

ТОППОРАДА (ЯК ОБРАТИ НАДІЙНЕ СТРАХУВАННЯ)

1. Оберіть потрібний вид страхування (здоров'я, авто, подорож, майно).
2. Перевірте компанію: ліцензію, фінансову стабільність, сайт, актуальну інформацію, сервіс.
3. Перегляньте рейтинги та відгуки.
4. Порівняйте умови – не обирайте найдешевше, звертайте увагу на винятки та партнерів (лікарні, СТО).
5. Завжди читайте те, що підписуєте! Пам'ятайте, що ви маєте право відмовитися протягом 14 днів після підписання.

ОБГОВОРЕННЯ В ГРУПІ «ОБИРАЄМО СТРАХОВУ КОМПАНІЮ»

Сім'я Артеменків з м. Києва планує відпочинок у Тунісі. Бронюючи квитки, їм запропонували оформити туристичну страховку. Допоможіть їм правильно обрати страховку.

1. Знайдіть в інтернеті кілька страхових компаній, які працюють у м. Одеса та страхують подорожі за кордон. Переконайтеся, що в компанії є ліцензія. Перегляньте відгуки: як швидко вони виплачують страхові гроші, як допомагають у разі проблем.

2. Дізнайтеся умови туристичного страхування: які ризики покриває страховка (лікування, травми, втрата багажу тощо).

3. Порівняйте умови та ціни різних компаній. Пам'ятайте: найдешевша страховка може мати багато винятків, за яких гроші не виплачують.

4. Обговоріть, чи потрібна страховка. Запишіть аргументи за і проти.

5. Опишіть коротко, що робити, якщо трапився страховий випадок: наприклад, втратили багаж або отримали травму.

ДИСКУСІЙНИЙ КЛУБ

Часто можна почути: «Страхування – це марна трата грошей. Якщо нічого не сталося, ми просто даремно платимо гроші». Чи погоджуєтеся ви з такою думкою? Як ви пояснили б цій людині важливість страхування? Які приклади з життя можуть підтвердити вашу позицію?

4. Які цілі страхування в особистому фінансовому плануванні

Ви вже знаєте, що особисте фінансове планування – це вміння правильно розпоряджатися своїми грошима: планувати доходи, витрати, нагромадження та захист від ризиків. Важливу частину такого плану охоплює страхування, головною місією якого є не примноження капіталу, а його захист. Воно формує фінансову подушку безпеки, яка допомагає уникнути боргів і втрат у разі хвороби, аварії, пожежі чи інших непередбачуваних подій.



Основні цілі страхування:

1. *Захист від фінансових катастроф* – невеликі внески гарантують покриття великих витрат у складних ситуаціях.

2. *Фінансова стабільність родини* – страхування життя та здоров'я забезпечує підтримку утриманням у разі втрати годувальника або серйозної хвороби.

3. *Збереження майна* – страхування житла та авто захищає активи від стихійних лих, крадіжок, ДТП.

4. *Захист доходу* – страхування непрацездатності компенсує втрату заробітку через хворобу чи травму.

5. *Підтримка довгострокових цілей*

– медичне страхування зберігає пенсійні нагромадження, а страхування життя може гарантувати освіту дітей або стати інструментом нагромадження капіталу.

ДИСКУСІЙНИЙ КЛУБ

Сім'я Коваленків вирішила застрахувати свій приватний будинок. Але під час укладання договору з'ясувалося, що в районі, де розташований будинок, часто бувають підтоплення, тому страховий тариф дуже високий.

1. Як ви вважаєте, чи є сенс страхувати будинок у такому разі? 2. Чому страховики підвищують тариф? 3. Яке рішення може прийняти сім'я Коваленків? Обґрунтуйте декілька варіантів.

ЧАС ДЛЯ РОЗДУМІВ

1. Ознайомтеся із запропонованими ситуаціями. Хто, на вашу думку, вчинив логічніше? Чому страхування можна вважати «інвестицією в безпеку»? Яке значення має «ризик» у виборі страхового продукту?

1. Людина придбала туристичну страховку, але нею не скористалася.

2. Інша людина не купила страховку, поїхала за кордон і потрапила в лікарню, де заплатила великі гроші.

2. Прочитайте й прокоментуйте висловлювання. Яке з них, на вашу думку, найбільше розкриває суть страхування? Поясніть, чому страхування називають парасолькою для фінансів.

- Одна з речей, яка дає змогу бути оптимістом, – це мати запасний план у разі, якщо почнеться справжнє пекло (*Ренді Пауш*).
- Страхування – це єдиний продукт, який як продавець, так і покупець сподіваються ніколи не використовувати (*Невідомий автор*).
- Головна функція страхування – не фінансова безпека, а душевний спокій (*Невідомий автор*).

КОРОТКО ПРО ГОЛОВНЕ

Страхування – це спосіб захистити себе, родину та майно від непередбачених подій. Воно дає впевненість і фінансову підтримку у важкі моменти. Основна мета – допомогти людині або організації в

разі збитків. У страхуванні беруть участь: страхувальник, страховик, застрахована особа та вигодонабувач – кожен відіграє свою роль. Закон «Про страхування» контролює роботу компаній і захищає права клієнтів. Страхування виконує кілька функцій: захищає, попереджає, нагромаджує та контролює. Нагляд за страховим ринком в Україні здійснює Національний банк України (з 2020 р.).

ПЕРЕВІРЯЄМО СЕБЕ

1. Чи всі види страхування однаково потрібні людині? Як вирішити, яке страхування оформлювати, а яке – не оформлювати?
2. Що може статися, якщо людина не має страхування і потрапить у складну життєву ситуацію? Хто в цьому разі має нести відповідальність?
3. Чи завжди страхові компанії діють чесно? Як захистити себе від можливого шахрайства?
4. Чи повинна держава змушувати громадян страхуватися, наприклад обов'язково страхувати життя або майно? Аргументуйте свою думку.
5. Визначте, яке питання чи проблема, пов'язані з темою страхування сім'ї, вас цікавить найбільше. Про що з вивченого матеріалу вам хотілося б дізнатися детальніше?

ФІНАНСОВИЙ ГЕНІЙ (НА ВИБІР)

1. Напишіть есе на одну з тем (на вибір):
 - «Як страхування може допомогти мені або моїй родині в реальному житті?»;
 - «Чому я (не) вважаю страхування обов'язковим для кожної людини»;
 - «Як страхування допомагає будувати довіру в родині та суспільстві»;
 - «Що я хочу знати про страхування, перш ніж оформити свій перший поліс».
2. Скориставшись посиланням <https://cutt.ly/BrHHbi5Q> або QR-кодом, перегляньте відео про те, як правильно укласти страховий договір. З огляду на отриману інформацію складіть стислу пам'ятку та презентуйте її в класі.



ДУМКИ В ДОРОГУ

*Страхування не забирає проблем,
але забирає страх перед ними.*

Шановне учнівство, знання про страхування допоможуть вам захистити себе та близьких у будь-яких життєвих обставинах. Дякуємо вам за цікавість і старанність – ви робите важливий крок до свого впевненого та безпечного майбутнього!

ТЕМА 5. ПЕНСІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ

§ 13. Пенсія чи пасивний дохід: що обрати для фінансової незалежності після завершення трудової діяльності

Чи стосується проблема пенсійного забезпечення молодих людей?

1. Що таке пенсія та які види пенсійного забезпечення розрізняють

Після завершення трудової діяльності кожна людина потребує стабільного джерела доходу. Саме тому пенсійне забезпечення є важливою складовою соціального захисту, що гарантує матеріальну підтримку людям, які вже не можуть працювати.

Соціальний захист – це система допомоги, яку держава надає людям у важких життєвих ситуаціях.

Проте державна пенсія в Україні часто не гарантує фінансової незалежності, особливо в умовах економічної нестабільності та високої інфляції. Розмір пенсійної виплати залежить від трьох ключових чинників:

- трудового (страхового) стажу – що довший стаж, то вищий коефіцієнт для розрахунку пенсії;
- розміру офіційної заробітної плати – враховується співвідношення зарплати до середньої по країні.
- пенсійного віку – що пізніше людина виходить на пенсію, то більша надбавка.

ЦІКАВИЙ ФАКТ

Середня пенсія в Україні наприкінці 2024 р. становила 5789 грн, а у квітні 2025 р. – 6341 грн після індексації. Інфляція у 2024 р. складала 12 %, що фактично нівелювало підвищення пенсій на 7,5 %.

В Україні нараховується 10,34 млн пенсіонерів, з яких 26 % отримують менше 3000 грн на місяць – це 2,68 млн осіб (мал. 14). Середній розмір пенсії для цієї категорії – 2759,86 грн, що не покриває навіть базових витрат на харчування, ліки та комунальні послуги.

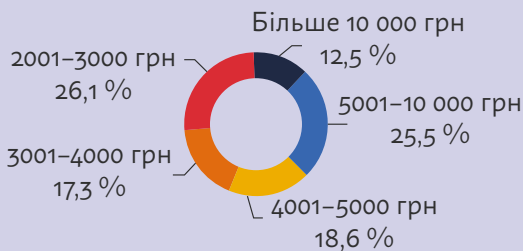
Максимальна пенсія в Україні у 2025 р. становить 23 610 грн – це 10 прожиткових мінімумів для непрацездатних осіб. Ця межа враховується за будь-яких доплат чи надбавок – понад неї пенсійні суми не виплачуються. (За даними ПФУ.)

Пенсія – це регулярні грошові виплати, які отримують громадяни від держави та спеціальних фондів після досягнення встановленого віку, у разі інвалідності, втрати годувальника, за вислугу років.

КЛЮЧОВІ ТЕРМІНИ І ПОНЯТТЯ

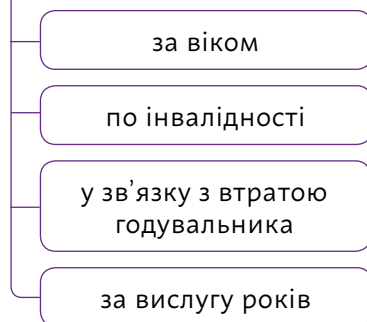
- Соціальний захист
- Пенсії
- Соціальна пенсія
- Страховий стаж
- Пасивний дохід

Які пенсії отримують українці у 2024 році?



Мал. 14. Аналіз рівня пенсій в Україні.
Джерело opendatabot.ua

Види пенсій



Мал. 15. Види пенсій в Україні

В Україні передбачено кілька основних видів пенсій (мал. 15).

Згідно із Законом України «Про загальнообов'язкове державне пенсійне страхування» **пенсія за віком** надається громадянам після досягнення певного віку та за наявності необхідного страхового стажу.

Призначення пенсії за віком у 2025 р. залежить від страхового стажу (мал. 16).

Щороку вимога до стажу для виходу на пенсію в 60 років зростає на один рік і досягне 35 років у 2028 р.

Призначення пенсії за віком у 2025 році:

Пенсійний вік	Необхідний страховий стаж
60 років	32 роки
63 роки	22 роки
65 років	15 років

Мал. 16. Призначення пенсії за віком (2025 р.)

ДИСКУСІЙНИЙ КЛУБ

Чи має соціальний захист гарантувати лише фізіологічне виживання (їжу, дах над головою), чи він повинен забезпечувати гідний рівень життя, що включає доступ до культури, освіти, відпочинку? Що саме містить поняття «гідне життя» і хто має це визначати? Яка роль держави в цьому питанні?

Соціальна пенсія – це державна допомога для осіб, які не мають права на страхову пенсію через недостатній трудовий або страховий стаж.

Соціальну пенсію можуть отримати:

- люди похилого віку (від 65 років), які не набули мінімального страхового стажу (15 років);
- особи з інвалідністю без необхідного стажу;
- діти, які втратили годувальника.

У 2025 р. розмір цієї виплати становить 2361 грн на місяць (прожитковий мінімум для осіб, які втратили працездатність).

2. Яка структура пенсійної системи та які основні умови призначення пенсії

Розуміння пенсійної системи – ключ до грамотного планування життя після роботи. Вона є основою соціальної політики, забезпечує фінансову стабільність пенсіонерів, пов'язує розмір пенсії з зарплатою і стажем, стимулює заощадження та ефективне управління пенсійними коштами.

Відповідно до статті 2 Закону «Про загальнообов'язкове державне пенсійне страхування» пенсійна система України складається з трьох рівнів.



Перший
рівень

Солідарна
система

Працівники своїми внесками наповнюють Пенсійний фонд, з якого виплачуються пенсії нинішнім пенсіонерам. Внески працівників не нагромаджуються персонально, а одразу спрямовуються на виплати, тому працівники не завжди зацікавлені сплачувати їх офіційно й у повному обсязі.

Другий
рівень

Обов'язкова
нагрома-
джувальна
система

Передбачає обов'язкові індивідуальні внески працівників на спеціальний пенсійний рахунок у державному чи недержавному фонді. Ці гроші інвестуються і нагромаджуються протягом трудового життя, а після досягнення пенсійного віку людина отримує заощаджене разом з відсотками.

Система другого рівня пенсійного забезпечення передбачає індивідуальні рахунки, на яких нагромаджуються внески громадян. Людина контролює ці кошти, а їх сума впливає на розмір майбутньої пенсії. До пенсійного віку гроші інвестують, що приносить дохід і підтримує економіку. Держава має гарантувати їх захист. Система законодавчо передбачена, але ще не запроваджена обов'язково.

ЧАС ДЛЯ РОЗДУМІВ

Чому, на вашу думку, впровадження другого (обов'язкового нагромаджувального) рівня пенсійної системи затягуються? Які ризики (інфляція, ненадійність фінансових установ, корупція) заважають цьому процесу та як їх можна було б мінімізувати?

Третій
рівень

Добровільне
недержавне
пенсійне
забезпечення

Громадяни або їх роботодавці за власним бажанням роблять внески для формування додаткової пенсії.

Добровільне недержавне пенсійне забезпечення – це додатковий спосіб нагромадження пенсії, який надають пенсійні фонди, банки та страхові компанії. Існують професійні та загальні схеми. Послуга регулюється законом і сприяє розвитку економіки. В Україні третій рівень пенсійної системи діє як добровільна альтернатива.

МОДЕЛЮЄМО СИТУАЦІЮ

Степан Коваленко 12 років працював у Польщі без сплати внесків в Україні. Коли йому виповнилося 60 років, з'ясувалося, що йому не вистачає страхового стажу (періоду, за який сплачувалися внески) для оформлення пенсії за віком. Чи справедлива така система до Степана та які можуть бути шляхи розв'язання його проблеми?

Створення другого та третього рівнів пенсійної системи вимагає надійного збереження та управління пенсійними активами. Для цього працюватимуть спеціальні банківські установи-зберігачі, які зберігатимуть кошти в грошовій формі та цінних паперах. Вони матимуть широкі повноваження, але будуть під жорстким контролем НБУ та Держінспекції з пенсійного забезпечення.

Перший і другий рівні разом формують систему загальнообов'язкового державного пенсійного страхування. Другий і третій рівні – це система нагромаджувального пенсійного забезпечення. Громадяни можуть одночасно отримувати виплати з різних рівнів пенсійної системи.

ОБГОВОРЕННЯ В ГРУПІ

Об'єднайтеся в три групи. Оберіть для аналізу один із трьох рівнів пенсійної системи. Проведіть SWOT-аналіз обраного рівня: визначте його **S**trengths (сильні сторони), **W**eaknesses (слабкі сторони), **O**pportunities (можливості для розвитку) та **T**hreats (загрози). Презентуйте свої результати. Обговоріть, як сильні сторони одних рівнів можуть компенсувати слабкі сторони інших.



ЧАС ДЛЯ РОЗДУМІВ

В Україні населення старіє, тобто кількість пенсіонерів зростає, а кількість працездатних людей, що сплачують внески, зменшується. Солідарна пенсійна система стає нестійкою (мал. 17). Які шляхи адаптації системи соціального захисту до цих демографічних змін, щоб гарантувати гідну старість майбутнім поколінням?



Мал. 17. Зростання кількості пенсіонерів на кількість працівників

ОБГОВОРЕННЯ В ГРУПІ

1. Об'єднайтеся в чотири групи та оберіть свій кейс із життєвою ситуацією. Проаналізуйте, які види соціального захисту потрібні герою вашого кейса. Які державні та недержавні інституції можуть йому допомогти? Які труднощі під час отримання допомоги можуть виникнути?

1. Одинокa мати, яка втратила роботу.
2. Молода людина з інвалідністю, яка хоче здобути освіту та знайти роботу.
3. Родина, яка втратила житло через надзвичайну ситуацію.
4. Літня людина з мінімальною пенсією.

2. Гра «Розподіл бюджету». Кожна група отримує умовний річний бюджет держави (див. довідку), який потрібно розподілити між ключовими сферами (у відсотках): оборона, освіта, медицина, інфраструктура та соціальний захист. Усередині бюджету «Соціальний захист» потрібно також розподілити кошти між пенсіями, допомогою по безробіттю, виплатами на дітей, підтримкою людей з інвалідністю тощо. Обґрунтуйте вибір вашої групи, пояснивши, чому саме такий розподіл є найсправедливішим та найефективнішим. Проведіть спільне обговорення різних стратегій.

Довідка: бюджет держави А на 2026 рік становить 4,2 трлн грн.

3. Які чинники впливають на розмір пенсії та який принцип її нарахування

Розмір пенсії за віком в Україні визначається індивідуально для кожного пенсіонера. Основними чинниками є тривалість страхового стажу та заробітна плата, з якої сплачувалися страхові внески. Пенсія обчислюється за формулою, що враховує співвідношення заробітку особи за весь період роботи до середньої заробітної плати в Україні за останні три календарні роки на момент виходу на пенсію.

Страховий стаж – це період роботи або іншої діяльності, за який сплачувалися страхові внески до Пенсійного фонду України.

- Перейшовши за посиланням <https://cutt.ly/sr3gcpXe> або QR-кодом, ознайомтеся з формулою розрахунку пенсії за віком.



ТОППОРАДА (ВІДКЛАДАЙТЕ НА ПЕНСІЮ ЗМОЛОДУ)

Що раніше почнете заощаджувати, то менші щомісячні внески потрібні. Відкрийте пенсійний або інвестиційний рахунок і налаштуйте автоматичне відкладання хоча б 200–500 грн. Регулярність – ключ до фінансового спокою в майбутньому.

Практична робота РОБОТА З ОНЛАЙН-КАЛЬКУЛЯТОРОМ «ПЕНСІЙНИЙ КАЛЬКУЛЯТОР»

- Перейшовши за посиланням <https://cutt.ly/rrHHnjsG> або QR-кодом, скористайтеся пенсійним калькулятором і виконайте завдання.



1. Пані Олена працювала вчителькою в школі 32 роки. Її середня офіційна заробітна плата за останні роки становила 18 000 грн на місяць. На момент виходу на пенсію їй виповнилося 60 років, і вона має повний страховий стаж.

Визначте, яку приблизно пенсію отримає пані Олена. Як зміниться пенсія, якщо її зарплата буде меншою або більшою? Чому важливо працювати офіційно та сплачувати внески?

2. Створіть у групі «пенсійний калькулятор майбутнього» для розрахунку майбутньої пенсії для громадян України. Що він має враховувати (офіційну зарплату, можливі нагромадження в НПФ, інвестиції)? Які поради він має давати 20-річній, 40-річній, 55-річній людині для максимізації своєї майбутньої пенсії? Яким має бути його інтерфейс, щоб бути зрозумілим для всіх? Презентуйте свій мініпроект.

Привабливою альтернативою державній пенсії може бути пасивний дохід. Він уможливорює отримання регулярного прибутку без активної щоденної роботи, не витрачаючи значних зусиль щодня, але потребує попередніх інвестицій часу, грошей чи ресурсів.

Пасивний дохід – це фінансові надходження, які надходять регулярно без постійної активної роботи, але зазвичай потребують початкових зусиль або інвестицій і періодичного контролю.

Відмінності між пенсією та пасивним доходом

Ознака	Пенсія	Пасивний дохід
Джерело фінансування	Пенсійний фонд (через сплату ЕСВ)	Інвестиції, бізнес, активи
Рівень контролю	Обмежений	Повний
Ризики	Зміни пенсійного законодавства, інфляція	Інвестиційні ризики, коливання ринку
Можливість збільшення доходу	Низька	Висока (залежить від стратегії)

- Перейшовши за посиланням <https://cutt.ly/Fr8ochuK> або QR-кодом, ознайомтеся із ситуацією. Чи вважаєте ви рішення Олександра в майбутньому мати додатковий дохід правильним?



Оптимальне рішення – це не обирати між пенсією та пасивним доходом, а поєднувати їх: сплачувати внески до пенсійної системи та одночасно будувати власні джерела доходу.

Існує безліч способів створити пасивний дохід:

- **Гроші роблять гроші (інвестиції).** Інвестиції в недержавні пенсійні фонди дадуть вам змогу забезпечити собі додатковий дохід на пенсії. Ви вкладаєте свої кошти, а вони приносять вам прибуток у вигляді відсотків чи дивідендів. Можна інвестувати в нерухомість і здавати її в оренду, купувати акції компаній або стати співвласником бізнесу, отримуючи частину його прибутку.
- **Заробляйте на своїх талантах (інтелектуальна власність).** Ви створюєте щось унікальне один раз, а потім отримуєте гроші що-

разу, коли це використовують. Напишіть книжку, пісню, створіть онлайн-курс, зробіть фотографії для фотостоків або запатентуйте свій винахід. Ваш твір чи ідея почне приносити дохід.

Щоб мати фінансову стабільність у майбутньому, варто ще під час роботи подбати про пасивний дохід – інвестиції, нерухомість, бізнес тощо.

КОРОТКО ПРО ГОЛОВНЕ

Усі громадяни України мають право на соціальний захист. Основою соціальної політики нашої держави є пенсійна система, яка складається з трьох рівнів: солідарного (перший рівень), нагромаджувального загальнообов'язкового державного пенсійного страхування (другий рівень) та системи недержавного пенсійного забезпечення (третій рівень). В Україні передбачено кілька основних видів пенсій: за віком; по інвалідності; у зв'язку із втратою годувальника; за вислугу років. Громадяни України можуть бути учасниками різних рівнів системи пенсійного забезпечення в Україні та отримувати пенсійні виплати.

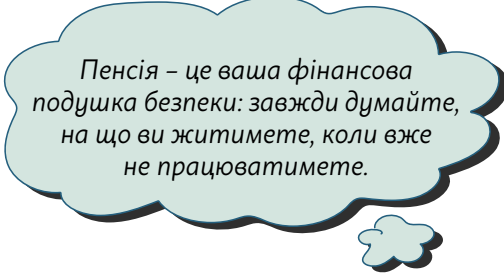
ПЕРЕВІРЯЄМО СЕБЕ

1. Яка основна задача пенсійної системи України?
2. Що таке пенсія та які її рівні виокремлюють? Який з рівнів, на вашу думку, найефективніший?
3. Які чинники впливають на розмір пенсії?
4. Хто несе головну відповідальність за добробут людини: сама людина, її родина, громада, держава чи бізнес (корпоративна соціальна відповідальність)? Де закінчується особиста відповідальність і починається відповідальність суспільства?
5. Поясніть, як вислів «Готуй сани влітку» стосується теми, що вивчили.
6. Створіть концепцію соціальної реклами (коротке відео, постер, допис для соцмереж) на тему «Чому соціальний захист – це інвестиція, а не витрати».

ФІНАНСОВИЙ ГЕНІЙ (НА ВИБІР)

Напишіть коротке оповідання або есе від імені однієї з трьох осіб: 1) людини, чие життя кардинально змінилося на краще завдяки вчасній соціальній допомозі; 2) соціального працівника, який щодня стикається з людськими долями; 3) платника податків, який сумнівається в ефективності чинної системи соціального захисту.

ДУМКИ В ДОРОГУ



Пенсія – це ваша фінансова подушка безпеки: завжди думайте, на що ви житимете, коли вже не працюватимете.

Шановне учнівство, пам'ятайте, що знання про пенсії, нагромадження та фінансову відповідальність – це ваша впевненість і свобода завтра. Плануйте, працюйте чесно та дбайте про себе!

ТЕМА 6. ФІНАНСОВІ ІНВЕСТИЦІЇ ТА РИЗИКИ

§ 14. Інвестиції: шлях до фінансового добробуту чи ризикована гра

Як ви гадаєте, чи можна заробляти, не працюючи щодня?

Що спільного між купівлею квартири, депозитом у банку та купівлею навчальних курсів чи книжок?

КЛЮЧОВІ ТЕРМІНИ І ПОНЯТТЯ

- Інвестиції
- Фінансові інвестиції
- Форс-мажорні обставини

1. Що таке інвестиції та як вони допомагають заробляти більше

У житті щодня доводиться приймати фінансові рішення: що купити, на чому зекономити, на що витратити кошти. Але є інший підхід – замість того щоб просто витратити гроші, можна змусити їх працювати, тобто інвестувати.

Ви вже знайомі із цим терміном. Але чи знаєте ви, що інвестувати можна не лише в акції або нерухомість, а й у себе – у знання, навички, час? Саме час дізнатися, що таке інвестиції, як вони працюють і чому цей інструмент фінансової грамотності настільки важливий.

Інвестиції – це спосіб змусити гроші працювати на вас. Замість того щоб просто витратити їх сьогодні, ви вкладаєте їх у щось, що може принести дохід у майбутньому. Це подібно до садіння дерева: ви інвестуєте гроші (саджаєте насіння), щоб через роки отримувати прибуток (фрукти). Інвестиції мають здійснюватися з аналізом ризиків і плануванням, але можуть стати «грою», якщо підходити без знань і стратегії. До того ж інвестиції є одним із ключових способів створення пасивного доходу, особливо в поєднанні з довгостроковою стратегією.

Інвестиції – це вкладення капіталу (грошей, майна, інтелектуальних ресурсів) у різні види діяльності з метою отримання прибутку або досягнення іншого корисного ефекту в майбутньому.

ЧАС ДЛЯ РОЗДУМІВ

Уявіть, що у вас є 5000 грн. Ви можете витратити їх зараз на свої бажання або вкласти у щось, що із часом принесе вам більше грошей (наприклад, купити матеріали для власного бізнесу або допомогти батькам у справі). Що ви оберете й чому? Чи важливо планувати, куди вкладати гроші?

Головним джерелом інвестицій є особисті заощадження, тобто гроші, які залишаються після покриття основних щоденних витрат: на їжу, житло, транспорт, освіту тощо. Якщо регулярно відкладати частину доходу, із часом формується



капітал, який можна інвестувати, щоб він приносив дохід у майбутньому.

Інвестиції класифікують за різними критеріями. Розгляньмо деякі з них:

За об'єктом	▶	Реальні (виробниче обладнання, нерухомість), фінансові (акції, облігації, депозити), нематеріальні (патенти, освіта)
За строком	▶	Короткострокові, середньострокові, довгострокові
За ризиком	▶	Низькоризикові (ОВДП, депозити в державних банках), помірного ризику (нерухомість, корпоративні облігації), високого ризику (акції, криптовалюта)

Інвестувати можна по-різному: від покупки акцій до збирання рідкісних монет чи навіть купівлі земельної ділянки. Кожен вид інвестицій має свої особливості: рівень прибутковості, ризику, доступність. Щоб краще розуміти, як працюють ці інструменти, розгляньмо основні види інвестицій на прикладах із життя.

Основні види інвестицій

Вид інвестицій	Сутність	Приклад
Акції, облігації	Купівля частки компанії (акції) – отримання дивідендів; надання позики компанії (облігації) – отримання відсотків	У мобільному застосунку придбати облігації NovaPay (небанківська фінансова установа, що входить до групи компаній NOVA , до якої належить «Нова пошта») строком від 1 до 12 місяців, дохід залежатиме від терміну й сягатиме 18 % за мінімальної суми інвестицій 1000 грн.
ОВДП (облігації внутрішньої державної позики)	Позичити гроші державі під відсотки	Купити ОВДП: середньозважена дохідність ОВДП, номінованих у гривні, у березні 2025 р. дорівнювала 16,4 %, у доларах – 4,5 %, у євро – 3,24 %
Іноземна валюта	Купівля доларів, євро, інших валют	Купити долари, щоб зберегти цінність заощаджень
Нерухомість	Вкладення в квартири, будинки	Купити квартиру, здавати в оренду
Депозит у банку	Зберігання грошей під відсотки	Поклали 5000 грн на депозит – отримали 5300 грн
Земельні ділянки	Купівля землі	Земля подорожчає – продати дорожче

Вид інвестицій	Сутність	Приклад
Банківські метали	Купівля золота, срібла	Купити злиток золота як захист від інфляції
Колекційні монети	Пам'ятні чи інвестиційні монети	Монета до 100-річчя гривні, цінність зростає
Мистецтво, антикваріат	Картини, предмети історії	Купити картину молодого художника – продати через 10 років удвічі дорожче
Криптовалюта	Bitcoin	Інвестувати в криптовалюту: Bitcoin може зрости на 20 % за тиждень, але і впасти на 30 % наступного тижня. Кіберзагрози та шахрайство – зломи бірж, фішингові атаки, втрата доступу до гаманця. Криптовалюта не має фіксованої ставки доходу. Прибуток залежить від ринку, а ринок – від настроїв, новин і спекуляцій

У світі інвестицій діє правило: що більший потенційний прибуток, то більший ризик втратити частину або навіть усі вкладені гроші.

Надійні інструменти, як-от депозити чи державні облігації, дають стабільний, але невеликий дохід, водночас акції, криптовалюти чи стартапи можуть принести більше – але й втрати тут значно ймовірніші, вкладення в мистецтво залежать від ринку, ризик тут суб'єктивний.

Інвестиції відіграють ключову роль у захисті капіталу від інфляції, збереженні нагромаджень, а також у формуванні пенсійного портфеля. Це основа фінансової безпеки та впевненості в майбутньому.

ОБГОВОРЕННЯ В ГРУПІ

Петро вклав гроші в криптовалюту, але через три місяці курс сильно впав, і він втратив половину суми. Чому так сталося? Який тут ризик?

2. Фінансові інвестиції та чим вони відрізняються від інвестицій

У сучасному світі гроші можуть не лише витрачатися, а й працювати на вас. Саме фінансові інвестиції – це той інструмент, за допомогою якого навіть невеликі суми можуть поступово перетворюватися на капітал. Варто розуміти, що існує багато видів інвестицій, але не всі з них пов'язані саме з грошима. Тому зараз розберімося, що таке *фінансова інвестиція* і чим вона відрізняється від інших форм інвестування.

Фінансова інвестиція – це вкладення грошей або фінансових активів (акцій, облігацій, валюти, депозитів) з метою отримання прибутку або збереження цінності в майбутньому.

За допомогою поданої нижче таблиці спробуємо прояснити: у чому різниця між інвестиціями та фінансовими інвестиціями?

Порівняння інвестицій та фінансових інвестицій

Критерій	Інвестиції	Фінансові інвестиції
Сфера	Ширше: будь-які вкладення (гроші, час, знання)	Вужче: лише гроші або фінансові інструменти
Приклад	Курси з англійської мови (інвестиція в освіту)	Купівля акцій чи облігацій
Ціль	Прибуток або розвиток	Прибуток або збереження коштів

Не всі інвестиції вимірюються грошима. Витрачений час, зусилля та кошти на навчання, нові навички, самоосвіта чи курси – це теж інвестиції. Інвестуючи у себе, ви підвищуєте свою цінність на ринку праці, відкриваєте нові можливості та створюєте основу для стабільного доходу в майбутньому.

Приклад: курс програмування або англійської мови може принести нову роботу або підвищення зарплати вже через кілька місяців.

Отже, фінансові інвестиції – це лише один з видів інвестицій, але дуже важливий для побудови особистого добробуту.

ДИСКУСІЙНИЙ КЛУБ

1. Чи потрібно вивчати інвестування ще в школі? **2.** Чому деякі люди бояться інвестувати? **3.** Чи можна втратити все? Як цього уникнути? **4.** Куди безпечно інвестувати підлітку?

ТОППОРАДА (ІНВЕСТУЙТЕ З РОЗУМОМ)

Інвестиції – це не одноразова дія, а процес, що включає:

- Аналіз фінансових цілей.
- Вибір інструментів.
- Оцінку ризиків.
- Моніторинг результатів і коригування стратегії.

3. Як інвестувати розумно: цілі та правила

Інвестування – це не азартна гра, а продуманий крок до фінансової свободи. Щоб інвестиції були ефективними, важливо знати їхню мету, дотримуватися основних правил та усвідомлювати можливі ризики. Перш ніж вкладати гроші, потрібно чітко знати, *навіщо* ви це робите (мал. 18).

Інвестування – це системна діяльність, яка потребує знань, обачності та стратегічного мислення. Щоб приймати зважені рішення, кожному інвестору варто керуватися *ключовими правилами*, які формують основу фінансової стійкості та зростання:

1. *Фінансова грамотність* – не вкладайте в те, чого не розумієте. Розумійте базові поняття: дохідність, ліквідність, інфляція.

2. *Цільове планування* – інвестуйте з чіткою метою, а не заради процесу.

3. *Диверсифікація* – розподіляйте кошти між різними активами, щоб зменшити ризики.

4. *Оцінка ризику* – використовуйте лише вільні кошти, не ризикуйте фінансовою подушкою. Починайте з надійних інструментів.

5. *Регулярність і аналіз* – інвестуйте постійно, навіть невеликі суми. Переглядайте стратегію, враховуйте не лише прибутки, а й можливі втрати.

6. *Довгостроковість* – час згладжує ринкові коливання, дає шанс на стабільне зростання.

7. *Емоційна стійкість* – не панікуйте, реагуйте раціонально.

8. *Законодавча прозорість* – обирайте ліцензовані компанії, перевіряйте умови договорів і партнерів.

4. Які інвестиційні ризики загрожують вашим фінансам і як ними ефективно управляти

Інвестиції можуть бути або шляхом до добробуту, або джерелом серйозних втрат. Щоб обрати правильно, важливо розуміти, які ризики існують, звідки вони беруться та як навчитися керувати ними, навіть якщо ви лише на початку фінансового шляху.

Основні ризики інвестицій та їхні джерела

Вид ризику	Джерело/приклад	Як впливає на інвестора
Ринковий	Зміни на біржі, політичні події, паніка	Зниження цінності акцій або криптовалюти. Наприклад, акції в середньому дають 2–5 % річних дивідендів, але їхній курс може впасти на 30 % за умов кризи
Інфляційний	Зростання цін швидше, ніж дохід	Втрата купівельної спроможності



Мал. 18. Основні цілі інвестицій

Вид ризику	Джерело/приклад	Як впливає на інвестора
Кредитний	Ненадійний позичальник (банк, компанія)	Невиплата доходу або втрата всіх коштів
Ліквідності	Вклад важко продати швидко	Неможливість отримати гроші вчасно
Юридичний	Відсутність договорів, шахрайство	Судові справи, втрата прав
Психологічний	Поспішні емоційні рішення	Купівля або продаж активів у невідповідний момент
Форс-мажор	Війна, пандемія, природні катастрофи	Нестабільність, замороження коштів, втрати

Розгляньмо, як діяти у форс-мажорних обставинах і в разі шахрайства.

Форс-мажорні обставини – це події, що неможливо передбачити або уникнути (війна, пандемія, стихія).

Форс-мажорні обставини можуть спричинити падіння ринків, знецінення валюти чи банкрутства. Використовуючи правила інвестування, ці ризики можна мінімізувати. Також потрібно реально оцінювати всі пропозиції, що вам пропонують. Якщо вам обіцяють великий прибуток без ризику, це може бути ознакою шахрайства, завжди аналізуйте ситуацію, не приймайте поспішних рішень, не інвестуйте без повної інформації, звертайтеся за допомогою до експертів.

Також пам'ятайте, що, інвестуючи у свій талант або знання, ви створюєте довгостроковий дохід і підтримуєте власний розвиток, ваша інтелектуальна власність (авторські права, бренди, винаходи, музика, книжки) – це інвестиція, і її потрібно захищати.

Інвестиції, безперечно, можуть збільшити ваш дохід, але без знань вони перетворюються на гру в рулетку, тому що економічні кризи та форс-мажорні обставини несуть певні ризики, як-от:

- у 2008 р. курс акцій банків і корпорацій впав на 50 % за рік, а деякі з них взагалі збанкрутували;
- Bitcoin втрачав 80 % цінності після зростання;
- під час війни орендна плата за нерухомість у Києві впала на 30 %.

МОДЕЛЮЄМО СИТУАЦІЮ

1. Вам пропонують інвестувати 3000 грн у нову криптовалюту. Обіцяють + 100 % за два тижні. Договору немає. Продавець тисне: «Встигніть до кінця дня!». Чи є тут ризики? Що насторожує? Як ви відреагували б на таку пропозицію?

2. Оксана інвестувала 100 000 грн у фонд під 12 % річних. Через рік вона вирішила зняти гроші. Скільки вона отримала?

ЦІКАВИЙ ФАКТ

Воррен Баффетт: почав інвестувати з 11 років. Його правило: не втрачай гроші й не інвестуй у те, чого не розумієш. **Опра Вінфрі:** вкладала не лише в бізнес, а й у свій бренд, освіту та команду. Вважає, що інвестиції в себе найприбутковіші. **Сара Блейклі** (засновниця Spanx): інвестувала 5000 доларів у власну ідею. Через 10 років стала мільярдеркою.

КОРОТКО ПРО ГОЛОВНЕ

Інвестиції – це спосіб примножити ресурси (гроші, знання, час) для майбутньої вигоди. Вони бувають фінансовими (акції, облигації, депозити тощо), реальними (нерухомість, земля, обладнання, золото тощо) та інтелектуальними (освіта, книжки, особистий бренд). Фінансові інвестиції приносять дохід (дивіденди, відсотки, приріст цінності), але потребують аналізу ризиків, ліквідності та цілей. Найперспективніша інвестиція – у себе: знання, навички та освіта забезпечують стабільний дохід і розвиток. Успішне інвестування базується на чітких цілях, диверсифікації, обережності до ризиків і постійному навчанні.

ПЕРЕВІРЯЄМО СЕБЕ

1. Оберіть власний інвестиційний портфель із трьох видів активів. Обґрунтуйте вибір (мета, ризик, очікувана дохідність).
2. Придумайте постер або мем на тему «Ризик – не ворог, а попередження» і створіть колаж «У що можна інвестувати?». Використайте фото з інтернету, журналів або малюнки. Презентуйте роботу в класі.
3. Що спільного й відмінного між депозитом у банку та купівлею криптовалюти?
4. Що для вас означає «інвестувати в себе»? Наведіть приклад.

ФІНАНСОВИЙ ГЕНІЙ

Ознайомтеся з тим, як працює фондовий ринок, і спробуйте себе в ролі інвестора без ризику з віртуальними грошима. Скориставшись посиланням <https://cutt.ly/mrHHmCH2> або QR-кодом: 1) зареєструйтеся з допомогою дорослих (сторінку можна перекласти українською мовою, скориставшись у браузері функцією перекладу); 2) отримайте віртуальні гроші: 100 000 доларів; 3) пограйте: купуйте акції, ETF або криптовалюту; стежте, як змінюється ваш портфель; використовуйте різні стратегії; 4) зробіть висновки, поділіться в класі своїм досвідом.



ДУМКИ В ДОРОГУ

Кожна інвестиція – це вибір між тим, чого хочеш зараз, і тим, чого справді прагнеш у майбутньому.

Шановне учнівство, інвестування – це спосіб зберегти й примножити гроші. Але кожна гривня має бути вкладена з розумінням мети, ризику та наслідків. Тож знання – це найкращий капітал.

РОЗДІЛ IV

ЗАХИСТ ПРАВ СПОЖИВАЧІВ ФІНАНСОВИХ ПОСЛУГ

Правда життя. Історія Артема: «Кредит на 5000 – борг у 38 000»

У місті Черкаси жив хлопець на ім'я Артем. Йому терміново знадобилися гроші на лікування близької людини. Банки вимагали довідки й поручителів, тому Артем вирішив звернутися до мікрофінансової організації (МФО), де «гроші видають за 15 хвилин».

Він оформив кредит на 5000 грн через мобільний додаток фінансової компанії. Жодних перевірок, підпис електронний, договір – у додатку. Артем не перечитував умови. «Сума ж невелика, проблем не буде», – подумав він.

Минули два місяці. І раптом Артем отримує повідомлення: «Ваш борг – **10 654.50 грн.** (основний борг + відсотки: **7 965 грн;** штраф: **300 грн** (одноразово); пеня: 1 % за кожен день × 30 днів – **2389.5 грн**). Сплатіть протягом 72 годин. Інакше на вас чекають суд, колектори, блокування банківських карток».

Хлопець був шокований. Йому почали дзвонити колектори, надсилати повідомлення родичам, навіть зв'язалися з колишнім роботодавцем. Артем звернувся до служби підтримки компанії, але отримав лише шаблонну відповідь і... нові погрози від колекторів.

А виявилось, що:

- відсоткова ставка становила 0,8 % на день – це законний максимум, але все одно дуже висока (≈ 292 % річних);
- Артем не продовжив договір вчасно, тому автоматично були нараховані штрафи та пеня згідно з умовами, які він не прочитав;
- у договорі дрібним шрифтом була згода на передачу персональних даних третім особам включно з колекторами;
- компанія порушила норми щодо етичної поведінки колекторів, а також не надала чіткої відповіді на звернення, що суперечить вимогам НБУ щодо прозорості та захисту прав споживачів;
- без юридичної підтримки Артем не зміг одразу зрозуміти, які його права було порушено.

Лише після консультації з викладачем із правознавства та допомоги юриста Артем дізнався, що компанія мала численні порушення, а він мав право на дострокове розірвання договору, право на повну інформацію про відсоткову ставку, а також міг звернутися на гарячу лінію до Національного банку України зі скаргою, щоб там йому допомогли добитися реструктуризації боргу й зупинити «нарахування по спіралі».

Шкода, що він не знав цього раніше...

- Яку головну помилку зробив Артем?
- Чому важливо знати свої права, перш ніж скористатися фінансовою послугою?
- Чи траплялись у вашому житті або родині подібні ситуації?

ТЕМА. ЗАКОНОДАВСТВО УКРАЇНИ У СФЕРІ ФІНАНСОВИХ ПОСЛУГ І ЗАХИСТ ПРАВ СПОЖИВАЧІВ

§ 15. Що має знати кожен громадянин про фінансові договори та права споживача

*Які фінансові документи ви або ваша родина використовували останнім часом?
Чи були ситуації, коли відсутність документа створювала проблему?
Чому не варто «вірити на слово», коли йдеться про гроші?*

КЛЮЧОВІ ТЕРМІНИ І ПОНЯТТЯ

- Фінансовий документ
- Фінансовий договір

1. Як фінансові документи та договори впливають на безпеку і права споживача фінансових послуг

У повсякденному житті ми часто використовуємо документи, які підтверджують наші фінансові дії. Щодня мільйони людей купують, продають, зберігають гроші, відкривають рахунки чи отримують послуги. Усі ці дії підтверджуються спеціальними паперами або електронними файлами – фінансовими документами. Ці документи допомагають нам контролювати витрати, захищають наші права й можуть стати доказом у разі суперечки.

Фінансовий документ – це офіційний документ, який підтверджує факт здійснення фінансової операції або домовленість між сторонами.

Розгляньмо, які види фінансових документів існують.

Основні види фінансових документів

Вид документа	Призначення	Приклад із життя
Товарний чек	Підтверджує купівлю товару/послуги	Чек із супермаркету
Квитанція	Свідчить про сплату послуги чи товару	Квитанція за комунальні послуги
Платіжне доручення	Фіксує переказ грошей між рахунками	Переказ на навчання в автошколу
Фінансовий договір	Фіксує умови надання фінансової послуги	Укладення депозитного чи кредитного договору, договору страхування, договору брокерського обслуговування

ТОППОРАДА (ФІНАНСОВА БРОНЯ)

Завжди зберігайте фінансові документи. Вони можуть стати вашим захистом у разі суперечок або помилок. Це ваша «фінансова броня» – основа правової та безпечної взаємодії з установами: що уможливить повернення товару, підтвердження платежу тощо.

ЧАС ДЛЯ РОЗДУМІВ

1. Уявіть, що ви купили рюкзак в інтернеті, але товар не надійшов. Який документ допоможе вам довести оплату? **2.** Визначте, які документи потрібно зберігати після оплати навчання або занять у гуртку. **3.** Складіть коротку інструкцію: як діяти, якщо продавець не надає чек після покупки.

Якщо фінансові документи – це загальний інструмент фіксації дій, то фінансовий договір конкретно визначає, на яких умовах надається послуга, хто за що відповідає і що робити, якщо щось піде не так.

Фінансовий договір – це письмова угода, яка встановлює права та обов'язки сторін при наданні фінансових послуг (кредит, депозит, страхування, інвестиції тощо) і є обов'язковою для виконання.

Договір може укладатися в паперовому вигляді, як електронний документ або шляхом приєднання – якщо клієнт погоджується з умовами, оприлюдненими на сайті установи.

Підписуючи фінансовий договір, громадянин бере на себе зобов'язання, навіть якщо не ознайомився з усіма умовами. Підпис – це підтвердження його згоди з усіма умовами договору. Саме тому неухильність або довіра «на слово» можуть призвести до серйозних фінансових втрат, особливо в разі:

- прихованих комісій;
- штрафів за прострочення;
- надмірних відсоткових ставок.



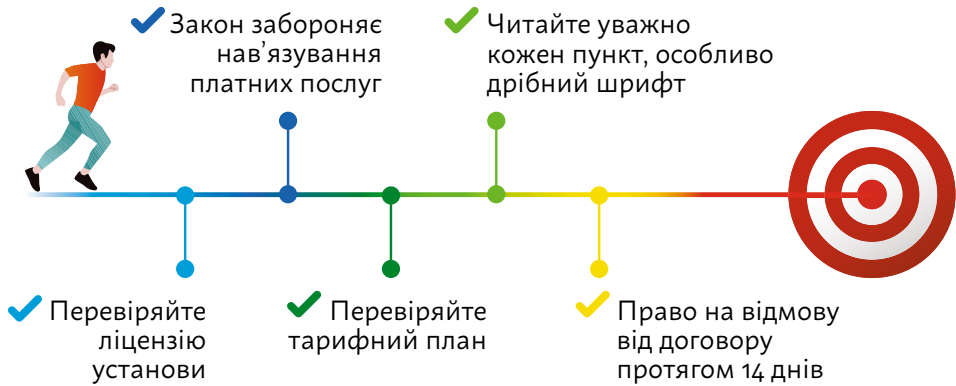
ЦІКАВИЙ ФАКТ

В Україні діє важлива норма захисту прав споживача: споживач має право протягом 14 днів відмовитися від споживчого кредиту без штрафів, але з обов'язком повернути отримані кошти та сплатити відсотки за період користування. Це закріплено в Законах України «Про споживче кредитування» та «Про фінансові послуги та фінансові компанії». Такий механізм ще називають «періодом охолодження». Він є стандартною європейською практикою, що дає змогу людині передумати в разі непередбачених обставин або виявлення прихованих умов.

ОБГОВОРЕННЯ В ГРУПІ

Розгляньте малюнок 19. **1.** Продовжте речення: «Я розумію, що, підписуючи фінансовий договір, я повинен/повинна...». Обговоріть у групі: які правила («камені») – найважливіші для вас особисто? **2.** Уявіть, що ви вже пройшли всі «камені» – усвідомлено підписали фінансовий договір. Що ви відчуваєте? Що допомогло дістатися фінішу?

Основні правила укладання фінансового договору для споживача



Мал. 19. Основні правила укладання фінансового договору для споживача

Розгляньмо основні реквізити фінансового договору – ключові елементи, які визначають зміст, умови та відповідальність сторін. Знання цих реквізитів допомагає правильно укласти договір та уникнути ризиків.

Реквізити фінансового договору

1. **Назва договору та номер договору** (наприклад: «Договір про надання кредиту», «Договір страхування»)
2. **Дата і місце укладення** (наприклад: «м. Київ, 17 серпня 2025 року»)
3. **Реквізити сторін**
 - для фізичних осіб: ПІБ, адреса, ІПН
 - для юридичних осіб: назва, код ЄДРПОУ, адреса, представник
4. **Предмет договору** (що саме надається або отримується – кредит, депозит, послуга, на яких умовах)
5. **Сума та умови фінансування** (розмір коштів, строк, відсоткова ставка, графік платежів)
6. **Права та обов'язки сторін** (хто що зобов'язується зробити – надання коштів, повернення, інформування)
7. **Умови розрахунків і платежів** (як, коли сплачувати; валюта платежу; спосіб оплати – готівка, банківський переказ, через додаток; наслідки прострочення – штрафи, пеня)
8. **Порядок та умови розірвання договору** (порядок дострокового припинення, підстави)
9. **Відповідальність сторін** (штрафи, пеня, наслідки порушення умов)
10. **Порядок вирішення спорів** (через суд, медіацію¹, арбітраж² тощо)
11. **Підписи сторін** (підпис фізичної особи або представника компанії)

¹ Медіація – альтернативний спосіб розв'язання конфліктів, за якого сторони з допомогою нейтрального посередника (медіатора) самостійно шукають взаємоприйнятне рішення без звернення до суду.

² Арбітраж – форма альтернативного вирішення спорів, за якої сторони передають конфлікт на розгляд незалежного арбітра або арбітражного суду, що ухвалює обов'язкове рішення.

ОБГОВОРЕННЯ В ГРУПІ

Фінансова установа хоче включити до договору умови розірвання. Запишіть дві умови, за яких договір може бути розірваний достроково. Обґрунтуйте, чому ці умови є важливими для обох сторін.

2. Яку роль відіграє особиста відповідальність у використанні фінансових послуг та як її підтримує законодавство

Підписуючи договір, оформлюючи банківську картку чи кредит, ви вступаєте в юридичні відносини, де важливо не лише знати свої права, а й усвідомлювати власні обов'язки. Згідно з українським законодавством, особиста відповідальність споживача фінансових послуг полягає в тому, що споживач зобов'язаний діяти обачно, добросовісно та усвідомлено, дотримуватися умов договорів і не вводити фінансові установи в оману. Споживач несе особисту відповідальність за розуміння договору, за збереження документів та зміну реквізитів, за дотримання термінів оплати, вчасне повернення кредиту, контроль витрат. Відповідальність за те, щоб не передавати особисті дані стороннім, не погоджуватися на незрозумілі послуги, за захист своїх прав тощо. Тож ми, споживачі, так само як і надавачі послуг (банки, страхові, кредитні спілки тощо), маємо обов'язок діяти відкрито, чесно, без маніпуляцій, що передбачено законом.

Розгляньмо взаємні права та обов'язки споживача та надавача фінансових послуг.

Взаємні права та обов'язки споживача та фінансової установи

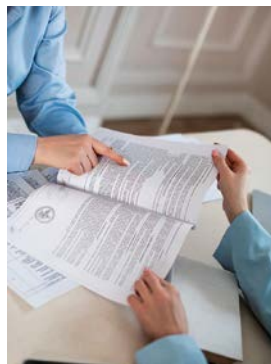
Споживач – має право...	Фінансова установа – зобов'язана...
Отримати повну, достовірну та зрозумілу інформацію про фінансову послугу до її укладення; знати повну вартість фінансової послуги до підписання, про можливості дострокового погашення, зміни відсоткової ставки, автопродовження договору тощо	Надати прозору інформацію про умови договору, включно з тарифами, комісіями та ризиками
Укласти договір у письмовій або електронній формі та право на безоплатне отримання примірника договору	Укласти договір відповідно до вимог законодавства та надати його копію споживачу
Відмовитися від договору протягом 14 днів без штрафів (якщо ще не скористався послугою)	Прийняти відмову та повернути сплачені кошти за вирахуванням фактичних витрат
Бути захищеним від нав'язаних послуг, право на захист персональних даних, право фіксувати спілкування з банком (аудіо, листи), писати скарги до НБУ через онлайн-форму https://bank.gov.ua , до антимонопольного комітету	Не включати до договору послуги, на які споживач не давав окремої згоди
Звернутися зі скаргою до фінансової установи або до регулятора (НБУ, суду тощо)	Розглянути звернення, надати відповідь у визначений строк і сприяти розв'язанню проблеми

Споживач – зобов'язаний...	Фінансова установа – має право...
Надати правдиву інформацію про себе	Отримати достовірні відомості, потрібні для оцінки платоспроможності
Ознайомитися з умовами договору перед підписанням, використовувати фінансову послугу лише в межах закону	Відмовити в наданні послуги в разі ризиків або недостовірної інформації
Виконувати фінансові зобов'язання згідно з договором (сплачувати платежі вчасно)	Вимагати виконання умов договору (наприклад, повернення кредиту)
Повідомляти про зміни в особистих, контактних і фінансових даних	Оновлювати інформацію про клієнта для надання якісних послуг

Розгляньмо життєву ситуацію і з'ясуймо, до яких наслідків може призвести нерозуміння своєї відповідальності під час підписання фінансового договору.

МОДЕЛЮЄМО СИТУАЦІЮ

Людмила вирішила оформити онлайн-кредит на 10 000 грн. Під час заповнення анкети вона свідомо вказала завищений дохід, щоб збільшити шанси на схвалення. Через місяць вона не змогла вчасно погасити борг. Фінансова установа виявила неправдиві дані й звернулася до суду. Як наслідок Людмила не лише мала сплатити повну суму боргу з відсотками, а й понесла б цивільну або, у разі доведення наміру шахрайства, кримінальну відповідальність за надання неправдивої інформації, оскільки такі її дії є порушенням умов договору та загальних норм законодавства.



Надання недостовірних даних під час укладання кредитного договору розцінюється як недобросовісна поведінка споживача і може бути підставою для:

- відмови в наданні фінансових послуг у майбутньому;
- внесення до внутрішніх реєстрів фінансової установи як ризикового клієнта.

Із цієї ситуації випливає, що фінансові послуги в Україні надаються в межах чіткого державного регулювання: кредитні установи перевіряють достовірність інформації, а споживачі несуть відповідальність за правильність даних і виконання умов договору.

МОДЕЛЮЄМО СИТУАЦІЮ

Поясніть, яку відповідальність ви несете, на прикладі цих ситуацій.

1. Ви берете кредит і не читаете умови договору. Що негативного може статися в такому разі?
2. Ви купуєте товар на невідомому сайті й не перевіряєте продавця. Який ризик можливий у цій ситуації?

3. Як закон і державні установи допомагають споживачу у світі фінансів, зокрема й аналіз іноземного досвіду

У фінансовому світі порядок і чесність забезпечують державні установи, кожна з яких має свою сферу відповідальності:

- **Національний банк України (НБУ)** – регулює діяльність банків і небанківських фінансових установ, контролює видачу ліцензій, здійснює нагляд за дотриманням законодавства, захищає права споживачів фінансових послуг. Установлює алгоритми роботи: як банки повинні інформувати клієнтів, обробляти договори, розглядає скарги споживачів щодо банківських порушень, перевіряє договори, контролює рекламу фінансових послуг, проводить просвітницьку діяльність.

Скориставшись посиланням <https://cutt.ly/2rHHnYQD> або QR-кодом, ознайомтеся з офіційною інформацією НБУ «Захист прав споживачів фінпослуг. Що варто знати?». Чим з того, що ви дізналися, можна скористатися?



Приклад: Якщо банк не повертає гроші з депозиту, можна поскаржитися до НБУ.

- **Національна комісія з цінних паперів та фондового ринку (НКЦПФР)** контролює ринок цінних паперів, біржі, інвестиційні фонди, діяльність брокерів та компаній, що працюють з інвестиціями. Перевіряє, щоб не було шахрайства або втрати довіри до ринку, інформує інвесторів про ризики та права, захищає права інвесторів, контролює прозорість торгівлі цінними паперами, контролює ліцензування учасників ринку, дотримання корпоративного управління; здійснює фінансовий моніторинг.

Скориставшись посиланням <https://cutt.ly/trHHnZw6> або QR-кодом, ознайомтеся з офіційним сайтом НКЦПФР. Дізнайтеся про види діяльності НКЦПФР та інструменти, за допомогою яких ця комісія взаємодіє з громадськістю.



Приклад: Якщо компанія заманює «гарантованим доходом у 100 %», комісія може втрутитися й покарати.

- **Фонд гарантування вкладів фізичних осіб (ФГВФО)** гарантує повернення вкладів у разі банкрутства банку. Контролює дотримання банками правил інформування; прозорість умов депозитів; захист прав вкладників; ліквідацію неплатоспроможних банків.



Скориставшись посиланням <https://cutt.ly/lrHHmgRg> або QR-кодом, ознайомтеся з офіційною сторінкою ФГВФО. Які права мають вкладники, якщо банк визнано неплатоспроможним?



Приклад: Якщо банк, де зберігалися ваші гроші, збанкрутував, Фонд виплатить вам гроші (згідно з установленим законодавством на той час лімітом).

У разі порушення ваших прав ви можете звернутися до цих інституцій або до суду, проте варто ознайомитися із законодавством, що регулює діяльність фінансових установ в Україні. Ці закони встановлюють правила для фінансових компаній і захищають ваші права як споживачів.

- Перейшовши за посиланням <https://cutt.ly/4r8oxTme> або QR-кодом, ознайомтеся з переліком законів, що регулюють сферу фінансових послуг.



ДИСКУСІЙНИЙ КЛУБ

1. Чи має держава втручатися у взаємини між клієнтом і банком? Де межа між захистом і обмеженням свободи? **2.** Як ви думаєте, хто більше відповідальний за фінансову безпеку: держава, фінансова установа чи сам споживач?

ОБГОВОРЕННЯ В ГРУПІ

1. Чи вважаєте ви, що в Україні достатньо механізмів захисту фінансових прав людини? **2.** Ознайомтеся з інформацією, перейшовши за посиланням <https://cutt.ly/mr3ggQSP> або QR-кодом. Які відмінності в захисті прав споживачів фінансових послуг в Україні та інших державах?



ЧАС ДЛЯ РОЗДУМІВ

З огляду на вже отриману інформацію, дайте відповідь: що ви хотіли б змінити чи впровадити нового? Чому варто поліпшувати захист споживачів фінансових послуг в Україні? Використовуйте подані нижче приклади.

- Без незалежного омбудсмена споживач змушений звертатися до суду, що потребує багато часу та грошей.
- Без фінансової освіти з дитинства люди мають низький рівень обізнаності та як наслідок несуть більше ризиків.
- Без прозорої реклами легше потрапити в пастку «вигідних» кредитів.

Багато чого з наведеного в таблиці вже впроваджено в Україні, проте недостатньо контролюється, регулюється та розповідається про це. Наприклад, «період охолодження» – вже впроваджено, але мало хто зі споживачів знає про це право. Тому слід краще інформувати населення.

КОРОТКО ПРО ГОЛОВНЕ

Фінансові послуги – це партнерство, де споживач має бути обізнаним, а компанія – прозорою. Не підписуйте договір, доки не зрозуміли всі умови. У разі сумнівів звертайтеся до юриста або НБУ. Законодавство змінюється, тому важливо критично аналізувати інформацію та стежити за оновленнями.

ПЕРЕВІРЯЄМО СЕБЕ

1. Укажіть, що з наведеного нижче є правильною поведінкою перед підписанням фінансового договору:

- підписати, щоб не виглядати невпевненим;
- запитати про кожну незрозумілу умову;
- взяти копію договору додому;
- покладатися лише на слова консультанта.

2. Ваш знайомий узяв кредит на телефон. У договорі була комісія за обслуговування, але він її не побачив. Тепер щомісяця переплачує. 1. Які права він міг використати? 2. Що він зробив неправильно? 3. Куди йому варто звернутися?

3. Дослідіть сайти двох-трьох мікрофінансових компаній. Чи легко знайти там інформацію про реальні відсотки? Як це впливає на довіру?

4. Скориставшись посиланням <https://cutt.ly/orHHWt7H> або QR-кодом, ознайомтеся з фрагментом фінансового договору, що містить приховані пастки. Знайдіть щонайменше три пастки в цьому фрагменті. Поясніть, чому це ризиковано. Запропонуйте безпечні формулювання.



5. Саморефлексія. 1) Як ви зазвичай приймаєте фінансові рішення – раціонально чи емоційно? 2) Чи знаєте ви свої права як споживач/споживачка фінансових послуг? 3) Як ви діяли б, якби вас ошукали фінансово? Чи вмієте ви розпізнавати фінансові пастки? 4) Що для вас означає «відповідальна фінансова поведінка»?

ФІНАНСОВИЙ ГЕНІЙ (НА ВИБІР)

1. Ваша родина відкрила депозит на 12 місяців, але потребує коштів раніше. 1. Які умови потрібно перевірити в договорі? 2. Чи можна зняти кошти без штрафів? 3. Які документи слід підготувати?

2. Створіть пам'ятку «Як не потрапити в пастку договору». Оберіть 3–5 типових пасток у фінансових договорах. Запишіть короткі поради, як їх уникнути. Оформте пам'ятку в зручному для вас форматі: постер/малюнок/слайд/комікс/мініброшура тощо. Використовуйте різні кольори (червоний – пастка, зелений – порада), також придумайте героя, який допомагає уникати помилок.

ДУМКИ В ДОРОГУ

Не той сильний, хто має гроші, а той, хто вміє ними розпоряджатися з розумом і має право на захист.

Шановне учнівство, права споживача починаються з усвідомлення: ви маєте право знати, питати, відмовлятися і захищати себе. Упевнені, розуміння того, що знання законів не ворог, а щит для тих, хто вміє ним користуватися, допоможе вам у реальному житті.

УЗАГАЛЬНЕННЯ 2

ОГЛЯДОВЕ ФІНАНСОВЕ КОЛЕСО

I. Що? Чому? Як?

1. Що робити, якщо не дають кредит у банку, а гроші дуже потрібні? Чи варто брати кредит під більші відсотки?

2. Чому відсоткова ставка за кредитами в небанківських установах («швидких грошах») набагато вища, ніж у банках?

3. Як ви визначите, що інвестиція є високоризиковою?

II. Питання для роздумів

1. Як ви гадаєте, яка пенсійна система була б найсправедливішою? У чому полягала б її сутність?

2. Чи варто запровадити обов'язкове страхування майна та здоров'я для всіх громадян?

III. Життєва ситуація

1. Банк нараховує на вклад 16,5 % річних (простий відсоток). Іван Петрович поклав на рахунок 50 000 грн. Яка сума буде на цьому рахунку через два роки (до вирахування податків), якщо ніяких операцій з цим рахунком не буде відбуватися?

2. Ганна взяла кредит у банку на суму 10 000 грн під 12 % річних на один рік. Скільки гривень вона повинна буде повернути банку в кінці року (без щомісячних платежів, лише одноразове погашення наприкінці)?

IV. Працюємо з документами

1. Які права та обов'язки банку при відкритті вкладу громадянами? Де вони прописані?

2. Скориставшись посиланням <https://cutt.ly/LrHHmTnW> або QR-кодом, ознайомтеся зі ст. 21 Закону України «Про захист прав споживачів» та визначте: які права споживача були порушені, якщо банк не надав письмовий договір при наданні послуги? Як споживач може захистити свої права в цьому випадку?



V. Фінансовий калькулятор

1. Рік тому ваша сім'я купила земельну ділянку. За кадастровою вартістю вона оцінюється в суму 260 000 грн. При цьому ставка податку складає 0,5 % від кадастрової вартості. Обчисліть суму земельного податку.

2. Ви взяли споживчий кредит у банку на суму 10 000 грн на три роки. Щомісячна комісія становить 2,5 % від першопочаткового тіла кредиту. Яку суму комісії ви сплатите за весь період?

VI. Прогнозуємо, аргументуємо

1. Національний банк планує підняти гарантовану суму відшкодування вкладів із 600 тис. грн до 1 млн грн. Спрогнозуйте, як це вплине на довіру населення до банків. Визначте, чи приведе це до збільшення кількості депозитів.

2. Чи варто брати кредит, якщо ви ще студент? Відповідь аргументуйте.

VII. Створюємо, розробляємо

Розробіть алгоритм «Як уберегти гроші від інфляції».



РОЗДІЛ V

ОСНОВИ ПІДПРИЄМНИЦТВА

Чи продавали ви колись щось у школі – від браслетів до печива? Допомогали батькам із сімейним бізнесом або ремонтом? Вели блог, придумували власний бренд одягу чи аксесуарів?

Можливо, ви вже були підприємцями, проте не називали це так, бо підприємництво – це не лише магазин або фірма, це **вміння бачити можливість, думати креативно, брати на себе відповідальність і діяти.**

Розпочнімо нашу подорож у світ підприємництва, ознайомившись із фрагментом інтерв'ю Іллі Дасюка (14 років) з офіційного сайту Менської міської ради (Чернігівська область). Хлопчик зробив модель машини з пластиліну, виставив на продаж у Facebook, продав її (перед цим він отримав близько 700 запитів від зацікавлених людей), а отримані кошти віддав на підтримку ЗСУ.

Яка була реакція на оголошення щодо продажу машини?

Ілля: Я сам не очікував такого, усі цікавляться. Ніколи не було такого.

Мама Іллі: Цього разу він поніс на шкільний ярмарок машинку. Засмутився, що ніхто не купує. Дзвонить мені зі школи й каже: «Машину на ярмарку не купили, вистав у інтернет». Я кажу: «Ілле, прийдеш додому і виставимо». А він: «Треба зараз, щоб гроші отримати для ЗСУ». Тож я одразу й виставила оголошення.

Багато людей дзвонили, щоб купити машину?

Мама Іллі: Ні, люди писали. Писали в коментарях: як купити? Як зробити замовлення? Один як спитав про ціну, то каже: «Да, оцінив свою роботу добре, воно того коштує, але я не дотягну».

А яка ціна була?

Ілля: Спочатку – 2950 грн, потім скинув до 2500 грн. Зрештою я її продав за 1800 грн, які відніс у школу Шевченка для ЗСУ.

Із чого взагалі все почалося? Чому саме ліпка? Чому саме автомобілі? Чому саме пластилін?

Ілля: Не знаю, може, від тата це пішло, що машини я став любити.

Просто хлопці машини люблять і їх ремонтують. А в садочку ліпив?

Ілля: Ні, в садочку не ліпив. Десь років 5–6 тому почав ліпити. Мабуть, у третьому класі.

Як ти зрозумів, що в тебе до цього талант?

Ілля: Просто подобається мати справу з машинами.

- Які емоції викликає у вас ця історія?
- Чи можна вважати цю історію прикладом підприємництва?
- Чи відомі вам ще якісь історії про дітей, що зробили щось схоже?
- У чому цінність такого вчинку: лише в продажу чи в чомусь більшому?
- Чи є у вас бажання створити щось своє, як Ілля?

ТЕМА 1. ПІДПРИЄМНИЦТВО ТА ЙОГО РОЛЬ У РОЗВИТКУ ДЕРЖАВИ

§ 16. Що таке підприємництво, як воно працює та яку роль відіграє в розвитку країни

*Як ви розумієте слово «підприємництво»?
Чи може неповнолітня особа займатися під-
приємницькою діяльністю?*

*Чи замислювалися ви про те, що можете
змінити життя на краще за рахунок
підприємницької діяльності?*

КЛЮЧОВІ ТЕРМІНИ І ПОНЯТТЯ

- Підприємництво
- Підприємство
- Підприємницький ризик

1. Підприємництво: роль у розвитку держави та повсякденному житті

Нині світ дуже швидко змінюється, і підприємництво стає не лише способом заробітку, а й особливим стилем мислення. Підприємці – це люди, які створюють нові ідеї, товари, послуги, технології та відкривають нові можливості.

Завдяки підприємцям з'являються нові робочі місця, змінюється економіка, наші звички та навіть культура.

Підприємництво – це самостійна, ініціативна, систематична діяльність, що здійснюється на власний ризик з метою отримання прибутку, виробництва товарів, надання послуг та досягнення економічних/соціальних результатів.

До найважливіших рис підприємництва належать:

- **самостійність і незалежність суб'єктів господарювання.** Будь-який підприємець вільний у прийнятті рішення з того чи того питання, але в межах правових норм;
- **економічна зацікавленість.** Одна з головних цілей підприємства – отримання максимально можливого прибутку. Маючи свої суто особисті інтереси отримання високого доходу, підприємець сприяє й досягненню суспільного інтересу;
- **господарський ризик і відповідальність.** За будь-яких, навіть найбільш вивірених розрахунків невизначеність і ризик залишаються.
- **інноваційність** – пошук нових ідей, бізнес-моделей.

Усі перераховані вище ознаки взаємопов'язані й діють одночасно.

Підприємницький ризик – це потенційна загроза втрати ресурсів, доходу або отримання збитків у господарській діяльності через невизначеність і різноманітні фактори, як-от дії конкурентів, зміни ринкових умов, технологічні помилки тощо.

До основних видів підприємницьких ризиків належать:

- **виробничі** (невчасність поставки продуктів, умови транспортування, нещасні випадки на виробництві, пошкодження майна, кваліфікація кадрів, сезонність, збій графіка роботи);

- *інвестиційні* (на стадіях підготовки проєкту та його реалізації);
- *фінансові* (ризик підвищення орендних ставок, зростання цін на сировину, активізація конкурентів, загроза банкрутства).

У підприємництві завжди є ризик, його уникнути повністю неможливо. Але можна зменшити можливі втрати. Для цього використовують:

- **делегування** – розподіл грошей у різні справи, щоб не втратити все одразу;
- **лімітування** – установлення обмежень на максимальні витрати;
- **застереження** – домовленість, що в разі збитків вони будуть відшкодовані;
- **самострахування** – створення власного резерву (запасу грошей або ресурсів);
- **страхування** – оплата послуг страхової компанії, яка компенсує збитки;
- **хеджування** – укладення угод, які допомагають захиститися від можливих фінансових втрат.

Підприємництво виконує кілька важливих функцій:

Основні функції підприємництва

Ресурсна	Організаційна	Творча (інноваційна)	Соціальна
Об'єднання і використання різних ресурсів (природних, інвестиційних, трудових) для створення продукції або надання послуг	Використання підприємницьких здібностей (планування, координація та контроль діяльності підприємства) для отримання високого доходу	Включає розробку нових ідей, продуктів, послуг і технологій	Задоволення потреб суспільства та управління ризиком, спрямоване на отримання прибутку та самореалізацію підприємця

Підприємництво – це не лише заробіток, а й інструмент змін. Воно поєднує економічну ефективність із соціальним впливом, стимулюючи розвиток держави. Для успіху важливі знання законів, доступ до ресурсів і готовність до ризиків. Сучасні тенденції, як-от цифровізація (особливо під час війни) та соціальна відповідальність, відкривають нові можливості для молодих підприємців.

Підприємництво є рушійною силою економічного зростання, сприяє створенню робочих місць, забезпечує надходження до бюджету у вигляді податків, а також стимулює інновації та конкуренцію.

Підприємництво дає змогу реалізувати свої амбіції, здібності й таланти через створення власної справи. Воно уможливорює незалежність від роботодавців і держави та самостійне визначення свого життєвого шляху. Підприємництво вимагає від людини постійного навчання, адаптації до змін, уміння приймати рішення, а також відповідальності, що сприяє розвитку особистісних якостей та навичок.



2. Які форми та види підприємницької діяльності

З огляду на сучасні умови й виклики підприємці обирають ті форми й види діяльності, які найбільше відповідають їхнім цілям, ресурсам і рівню відповідальності.

Форма підприємницької діяльності – це організаційно-правова структура, яка визначає власника/власників, спосіб управління бізнесом, розподіл відповідальності.



Основні форми підприємницької діяльності

Форма	Опис
Індивідуальна	Підприємство засноване однією особою. Власник самостійно приймає рішення і відповідає за діяльність (наприклад, ФОП в Україні)
Партнерська	Два або більше співвласників. Спільно управляють бізнесом і розподіляють прибутки, ризики та відповідальність (товариство)
Корпоративна	Велике підприємство, де власники – акціонери. Управління здійснює директор або правління (наприклад, акціонерне товариство)

Вид підприємницької діяльності – це певний напрям, спеціалізація, за якою здійснюється підприємницька діяльність, тобто що саме виробляє, виконує або надає підприємець. Це може бути виробництво товарів, надання послуг, посередництво, фінансова діяльність тощо.

Види підприємницької діяльності

Вид підприємницької діяльності	Характеристика
Виробнича	Створення товарів і продукції (швейна фабрика, металообробне підприємство)
Комерційна	Купівля-продаж товарів (магазини, кіоски, онлайн-магазини, ринки)
Сервісна (сфера послуг)	Надання різноманітних послуг населенню чи бізнесу (перукарні, кафе, служби доставки, клінінг)
Посередницька	З'єднує продавця і покупця, організовує угоди (рієлтори, брокерські та агентські компанії)
Фінансова	Операції з грошима та капіталом (банки, страхові компанії, ломбарди, кредитні спілки)
Інноваційна	Розробка нових технологій, продуктів чи рішень (ІТ-стартапи, компанії з розробки програмного забезпечення)

Вид підприємницької діяльності	Характеристика
Аграрна (сільське господарство)	Вирощування рослин і тварин, обробка землі (фермерські господарства, агрофірми, пасіки)
Креативна	Діяльність у сфері культури, дизайну, мистецтва, контенту (дизайн-студії, видавництва, handmade-бренди, відеопродакшн, фотографи)
Цифрова (диджитал)	Бізнес, що працює в інтернеті (онлайн-курси, маркетингові агентства, блогінг, створення застосунків)
Соціальна	Підприємництво, яке має на меті не лише прибуток, а й розв'язання соціальних чи екологічних проблем (ініціативи для людей з інвалідністю, бізнеси для ветеранів)

Отже, підприємництво – це ініціативна і творча діяльність, яка допомагає створювати нові товари, послуги чи ідеї, що приносять користь людям і дохід підприємцям.

3. Що таке підприємство та чим воно відрізняється від підприємництва

Підприємство – це організація, яка реалізує підприємницьку діяльність.

Підприємства (наприклад, фірма, завод, магазин) проходять офіційну реєстрацію і мають право займатися господарською діяльністю. Після реєстрації підприємство може:

- виробляти товари або вирощувати продукцію і продавати її, щоб отримати прибуток;
- надавати послуги людям та заробляти на цьому, навіть якщо нічого не виробляє.

Головне, щоб діяльність підприємства була прописана в його статуті (основному документі) і не порушувала закони.

Мета роботи підприємства – задовольнити потреби споживачів і отримати дохід.

«Підприємництво» і «підприємство» – тісно взаємопов'язані поняття, але не тотожні. Розгляньмо порівняння цих понять у поданій нижче таблиці.

Підприємництво та підприємство

Ознака	Підприємництво	Підприємство
Суть	Процес, що включає ініціативу, інновації, прийняття ризиків і управління ресурсами для створення та розвитку бізнесу.	Юридична або фізична особа, яка здійснює підприємницьку діяльність, що має свою структуру, ресурси та цілі.

Ознака	Підприємництво	Підприємство
Мета	Орієнтовано на виявлення та використання можливостей для отримання прибутку.	Забезпечення виробництва товарів чи послуг; організація бізнес-процесів.
Суб'єкт	Бізнесмен, індивідуальний підприємець (ІП), малі підприємства.	Юридична особа, індивідуальний підприємець.
Ціль	Отримання прибутку, економічне зростання, задоволення потреб ринку.	Випуск продукції, надання послуг, отримання прибутку.
Приклади	Розробка нового продукту, відкриття магазину, створення ІТ-стартапу	Завод, фабрика, банк, магазин, сервісний центр.

Отже, підприємництво можна розглядати як *зміст*, а підприємство – як *форму* його реалізації. Без підприємництва підприємство втрачає сенс, а без підприємства підприємництво не має належної основи для розвитку.

ОБГОВОРЕННЯ В ГРУПІ

Пофантазуйте в групах, які види підприємництва можуть з'явитися через 20–30 років (наприклад, доставка на дронах, 3D-друк їжі тощо). До якого виду підприємницької діяльності вони належатимуть? Презентуйте свою ідею в класі.

МОДЕЛЮЄМО СИТУАЦІЮ

Уявіть, що ви хочете створити стартап. Опишіть свою ідею, місію, продукт і кому це адресовано.

Держава відіграє важливу роль у підтримці підприємництва, створюючи сприятливі умови для його розвитку та стабільності. Це включає фінансову підтримку, зниження адміністративного тиску, дерегуляцію, а також сприяння інвестиціям та міжнародному співробітництву.

ЧАС ДЛЯ РОЗДУМІВ

Як держава допомагає підприємництву в Україні, вашій громаді? Наведіть конкретні приклади.

ТОППОРАДА (ЯК РОЗПОЧАТИ ВЛАСНУ ПІДПРИЄМНИЦЬКУ ДІЯЛЬНІСТЬ)

Перед стартом свого бізнесу вам важливо поєднати та проаналізувати три чинники:

1. Цінність: що для вас важливо? Яку користь ви хочете приносити людям чи світу?

2. Мета: яких результатів ви хочете досягти (гроші, свобода, вплив, реалізація)?



3. Ресурси: що ви вже маєте (знання, час, зв'язки, досвід, стартовий капітал)?

Якщо обрана справа не відгукується внутрішньо – навіть великі прибутки не принесуть радості. Потрібно робити те, що ви готові робити навіть без гарантій, – саме в цьому ваша сила; проте пам'ятайте – нічого не починайте без розрахунків: дослідіть попит, конкуренцію, витрати, і тоді точно все вийде.

4. Як закони та податки впливають на розвиток підприємництва в Україні

Щоб почати власну справу, підприємець повинен не лише мати ідею, а й розуміти правові умови: як зареєструвати бізнес, які податки сплачувати, яку підтримку він може отримати. Підприємець має усвідомлювати свою відповідальність перед державою, знати закони, свої права та обов'язки – це допоможе бізнесу працювати чесно й стабільно.

Законодавче регулювання бізнесу в Україні: огляд основних документів (станом на березень 2026 р.)

Закон	Короткий зміст
Закон України «Про особливості регулювання діяльності юридичних осіб окремих організаційно-правових форм у перехідний період та об'єднань юридичних осіб»	Скасовує Господарський кодекс України, створює новий правовий механізм регулювання юридичних осіб і запроваджує перехід від старої системи до сучасної, уніфікованої через Цивільний кодекс і спеціальні закони.
Податковий кодекс України	Регулює оподаткування бізнесу, установлює податки, які повинні сплачувати підприємці
Цивільний кодекс України	Регулює договірні відносини, майнові права
Закон «Про державну реєстрацію юридичних осіб та фізичних осіб-підприємців»	Визначає процедуру реєстрації бізнесу
Закон «Про стимулювання розвитку цифрової економіки в Україні»	Підтримує ІТ-бізнес і резидентів «Дія.Сіті»
Закон «Про розвиток та державну підтримку малого і середнього підприємництва»	Закріплює механізми підтримки малого та середнього бізнесу (гранти, кредити, інкубатори)

У законодавстві України постійно відбуваються зміни, тому варто перевіряти будь-який закон на його чинність у момент взаємодії з ним. Щоб працювати легально на ринку, підприємець повинен зареєструватися як ФОП (фізична особа-підприємець) або юридична особа, вести облік, сплачувати податки.

ЧАС ДЛЯ РОЗДУМІВ

Пригадайте, що про податки ви вже вивчали у 8 класі, та обговоріть у класі такі питання: *Навіщо потрібні податки? Які податки існують в Україні? Що сталося б, якби ніхто не платив податків?*

Залежно від виду діяльності, обсягу доходів, кількості працівників та обраної системи оподаткування (чи працює з імпортом, ПДВ, юридичними особами), підприємець сплачує податки:

- **єдиний податок** – це один з елементів спрощеної системи оподаткування, який найчастіше обирають ФОПи 1–3 груп. Ставки податку різняться залежно від групи й коливаються приблизно від 5 % до 20 %.
- **податок на прибуток** – застосовується до великих компаній та юридичних осіб і становить 18 %. Базою оподаткування є чистий прибуток підприємства: різниця між доходами та витратами.
- **ПДВ (податок на додану вартість)** – це податок з вартості товарів і послуг (ціна товару), який нараховується на різницю між вартістю продажу й закупівлі (базою оподаткування є додана вартість). Платниками ПДВ є підприємства, які добровільно зареєструвалися або мають дохід понад 1 млн грн на рік. Ставка податку – 20 %.
- **ЄСВ (єдиний соціальний внесок)** – це обов’язковий внесок на пенсійне забезпечення, безробіття, медицину (лікарняні) та страхування від нещасних випадків. Сплачується працівниками, роботодавцями та ФОПами, які офіційно працюють. Ставка – 22 % від мінімальної або фактичної заробітної плати, яка є базою нарахування внеску.
- **ВЗ (військовий збір)** – для підтримки армії, загальна ставка 5 %, але для ФОПів установлено інші ставки.

Соціальні підприємства не мають окремого податкового режиму, вони сплачують податки за загальними правилами, як бізнес, але можуть отримувати підтримку у формі грантів та інкубаторів. Благодійні організації мають значні податкові пільги, але деякі податки все одно залишаються.

Держава не лише контролює, а ще й підтримує підприємців в Україні – особливо в умовах війни. Є кілька важливих інструментів підтримки підприємництва, зокрема для молоді, ветеранів, внутрішньо переміщених осіб та інноваційних команд.

- Перейшовши за посиланням <https://cutt.ly/Yr8ovJxO> або QR-кодом, ознайомтеся з основними прикладами підприємництва в Україні.



Підприємництво в Україні активно розвивається завдяки грантам, пільгам, платформам на кшталт «Дія. Бізнес» та міжнародній підтримці. Держава створює умови, щоб підприємцям було легше стартувати, зростати, розвиватися та залишатися в Україні в цей непростий час.

МОДЕЛЮЄМО СИТУАЦІЮ

Уявіть, що ви радник/радниця міністра фінансів. Яку нову програму підтримки бізнесу ви запропонували б? Опишіть її мету, умови, для кого призначена, як вона допоможе розвитку України.

ДИСКУСІЙНИЙ КЛУБ

Чи повинна держава допомагати бізнесу? Об'єднайтеся у дві команди: «Так, повинна» і «Ні, не повинна» – і підготуйте свої аргументи. Проведіть обговорення.

ЦІКАВИЙ ФАКТ

Майже 89 383 нових ФОПи відкрили свою діяльність за другий квартал 2025 р. Найвищий приріст (протягом другого кварталу) зафіксовано в столиці – 11 648 компаній. Найпопулярніші види діяльності серед нових підприємців: роздрібна торгівля та інформаційні технології. (За матеріалами сайту <https://www.ukrinform.ua/>)

КОРОТКО ПРО ГОЛОВНЕ

Сучасне підприємництво – це не лише шлях до прибутку, а й спосіб змінювати суспільство. Це процес, де люди беруть на себе ризик, вкладають ресурси та організовують роботу для досягнення мети. Підприємство – конкретна форма реалізації цієї діяльності. Підприємництво регулюється законом, який визначає форми, оподаткування та державну підтримку.

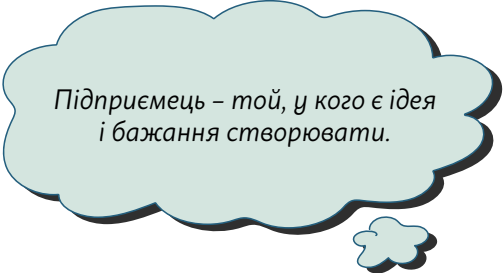
ПЕРЕВІРЯЄМО СЕБЕ

1. Наведіть приклад українського підприємця, який зробив великий внесок у розвиток держави. Підготуйте коротку презентацію.
2. Чи хотіли б ви в майбутньому створити власну справу? Що для вас важливіше: прибуток чи користь для інших? Як ви вважаєте, чи може бізнес змінювати світ?
3. Знайдіть інформацію про один з українських або світових стартапів. Хто його створив? Яку проблему він розв'язує? Чому він став успішним/неуспішним?
4. Чи відчуваєте ви, що можете стати підприємцем/підприємцею? Що вас надихає в підприємстві?

ФІНАНСОВИЙ ГЕНІЙ

Напишіть коротке есе на тему «Партнерство і співпраця влади та підприємців – запорука успішного розвитку громад».

ДУМКИ В ДОРОГУ



Підприємець – той, у кого є ідея і бажання створювати.

Шановне учнівство, під час вивчення цієї теми ви дізналися, що підприємництво – це насамперед здатність діяти, створювати, впливати, захищати. Нехай отримані знання допоможуть вам розпізнавати можливості навколо, мислити широко та не боятися втілювати власні ідеї в життя.

ТЕМА 2. ОСОБЛИВОСТІ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

§ 17. Як підприємництво змінює країну і чому це стосується кожного з нас

Як ви описали б підприємця, якого вважаєте сучасним, успішним і результативним?

Які, на вашу думку, риси не пасують підприємцям XXI ст.?

1. Хто такий сучасний підприємець і що формує його образ у XXI ст.

У сучасному світі, де швидкість змін диктує нові правила гри, образ підприємця набуває особливого значення. Це не просто людина, яка відкриває власну справу, – це ініціатор змін, стратег, інноватор і водночас ризиковий гравець. Це ініціативна й відповідальна особистість, яка обирає підприємницьку форму зайнятості як спосіб реалізації своїх ідей, досягнення фінансової незалежності та впливу на ринок і створює цінність для інших людей (товари, послуги, інновації). Хтось скаржиться: «У нашому місті немає кав'ярень із Wi-Fi». А підприємець думає: «Це чудова можливість відкрити сучасний кавовий простір для молоді».

Підприємець – це особа, яка зареєстрована як підприємець відповідно до закону та здійснює самостійну, ініціативну, систематичну та ризиковану діяльність, що має на меті отримання прибутку.

Щоб краще зрозуміти, ким є сучасний підприємець, варто розглянути його крізь призму зайнятості, мотивацій, переваг і викликів.

Підприємницька форма зайнятості – це самостійна економічна діяльність, спрямована на отримання прибутку. Вона принципово відрізняється від найманої праці.

Відмінності між підприємницькою зайнятістю та найманою працею

Наймана праця	Підприємницька зайнятість
Праця на когось	Праця на себе
Щомісячна зарплата	Заробіток залежить від успіху справи
Виконання завдань керівника	Створення власної справи, самостійне визначення стратегії та завдань
Менше ризиків, але й менше свободи, обмежена відповідальність за результати	Більше свободи, повна відповідальність за результати

КЛЮЧОВІ ТЕРМИНИ І ПОНЯТТЯ

- Підприємець
- Підприємницька форма зайнятості
- Підприємницька компетентність

Наймана праця	Підприємницька зайнятість
Обмежена гнучкість робочого графіка	Висока гнучкість робочого графіка
Високі гарантії (соціальний пакет, трудовий договір)	Низькі гарантії, усе залежить від успішності діяльності

На відміну від найманої праці, де ви виконуєте завдання за зарплату й підпорядковуєтеся керівнику, підприємець сам вирішує, що робити, з ким співпрацювати, як організувати роботу й куди вкладати зароблені гроші. Підприємець обирає: «працювати за правилами» чи «створювати власні правила».

Інші варіанти роботи, наприклад фриланс чи виконання завдань за короткостроковими цивільно-правовими договорами (які є не окремою формою зайнятості, а лише способом оформлення співпраці), можуть бути гнучкими, але зазвичай не передбачають такої системної відповідальності та широкої автономії, як підприємництво. Підприємницька діяльність має низку переваг і недоліків.

Основні переваги та недоліки підприємницької діяльності

Переваги	Недоліки
Можливість самостійно приймати рішення	Висока відповідальність – за себе, команду, клієнтів
Самоконтроль над власним часом	Юридичні складнощі – ліцензії, податки, звітність
Можливість вибору партнерів і напрямів роботи	Психологічне навантаження – стрес, самотність у прийнятті рішень
Креативність – простір для втілення ідей	Ризик банкрутства в кризові періоди, пов'язані з конкуренцією та зміною попиту на товари чи послуги

Сучасний підприємець/сучасна підприємця – це людина, яка обирає підприємницьку форму зайнятості свідомо, враховуючи її переваги та недоліки, розуміє пов'язані з нею ризики й готова приймати виклики бізнес-середовища задля досягнення власних цілей і розвитку. Усвідомлення цих ризиків – ключова риса зрілих підприємців. Вони не просто мріють, а й аналізують, планують, адаптуються. Усі ці фактори вимагають високої стійкості, аналітичних здібностей і стратегічного планування (мал. 20).

Отже, підприємництво – це не лише форма зайнятості, не лише бізнес, магазини чи стартапи, це – стиль життя. Це особливий спосіб мислення та дії: помічати проблеми, шукати рішення й перетворювати їх на можливості. Це вибір на користь самостійності, розвитку й впливу, вибір між ступенями свободи та рівнем відповідальності. Але цей вибір вимагає глибокого розуміння себе та ринку й готовності діяти в умовах невизначеності. Навіть якщо ви не плануєте відкривати

Влаштуйся на роботу до себе, або Хто такі сучасні підприємці



Мал. 20. Сучасний підприємець/сучасна підприємця

власну справу, підприємницькі навички корисні будь-де. Бо підприємництво стосується кожного, уміння мислити як підприємець допомагає в щоденному житті – від навчання, майбутньої роботи, громадської діяльності до прийняття рішень і втілення власних ідей.

ОБГОВОРЕННЯ В ГРУПІ

Складіть портрет сучасного підприємця/сучасної підприємці:

1. Оберіть вид діяльності, у якій працюватиме підприємець/підприємця, наприклад ІТ, креативна індустрія, освіта, медицина, агробізнес тощо.
2. Опишіть його/її ключові риси та компетентності (знання, навички, особисті якості).
3. Поясніть, чим підприємницька форма зайнятості відрізняється від найманої роботи або фрилансу.
4. Визначте три-чотири переваги та три-чотири недоліки ведення бізнесу в обраній сфері.
5. Назвіть основні ризики, з якими може зіткнутися підприємець/підприємця, та способи їх мінімізації.
6. За бажанням додайте приклад реальної особи (з-поміж особистих знайомих чи відомих з інтернеті-мережі).

ТОППОРАДА (ЯК РОЗВИВАТИ ПІДПРИЄМНИЦЬКІ ЗДІБНОСТІ)

1. **Будьте сміливими та рішучими.** Не бійтеся ризикувати та приймати складні рішення, будьте гнучкими.
2. **Будьте ініціативними.** Не чекайте, доки можливості самі придуть до вас, шукайте їх усюди.
3. **Будьте наполегливими та цілеспрямованими.** Не здавайтеся при перших труднощах, наполегливо йдіть до своєї мети.

4. Навчіться працювати з командою. Підприємець повинен уміти делегувати завдання та мотивувати своїх працівників.

5. Не бійтеся помилок. Вони є частиною навчання та досвіду, успіх визначають не ідеальні знання чи безпомилкові рішення; найуспішніші підприємці не завжди були найрозумнішими, але точно вчилися в процесі й не здавалися після першої помилки.

2. Чи можна навчитися бути підприємцем

У сучасному світі підприємництво вже давно перестало бути справою лише обраних. Воно стало однією з ключових форм самореалізації, економічного зростання та інноваційного розвитку. Проте успіх у підприємницькій діяльності залежить не лише від ідеї чи стартового капіталу, а насамперед від набору спеціальних умінь і компетентностей.

Підприємницька компетентність – це наскрізна компетентність, яка формується на засадах Рамки EntreComp (Європейської рамки підприємницької компетентності) й охоплює набір умінь, знань і цінностей, придатних для застосування в усіх сферах життя, а не лише в бізнес-контексті.

Відповідно до Рамки EntreComp (класична європейська модель), підприємницька компетентність охоплює три сфери: ідеї та можливості, ресурси, дії/утілення в життя. Кожна з них містить по п'ять компетенцій, що разом утворюють 15 ключових підприємницьких навичок. А в українській адаптації, що називається EntreComp+, модель була розширена до чотирьох сфер (C0 – передумови, C1 – формування підприємницького бачення, C2 – утілення ідей у життя, C3 – трансформація та стабільний розвиток), що включають 20 компетенцій. Українська адаптація враховує особистісну готовність до підприємництва (емоційну, психологічну готовність, мотивацію, самовпевненість тощо). Це важливо в умовах нестабільності, війни, психологічного навантаження – тому C0 логічно доповнює класичну рамку.

ЧАС ДЛЯ РОЗДУМІВ

1. Пригадайте ситуацію, коли ви проявили підприємницькі навички в повсякденному житті (не обов'язково в бізнесі). Перейшовши за посиланням <https://cutt.ly/VrZ7sltD> або QR-кодом, скористайтеся «Рамкою підприємницької компетентності молоді в Україні» та визначте, до якої із чотирьох сфер EntreComp+ належала ваша дія. Подумайте, які додаткові навички вам потрібно розвинути, щоб діяти ще ефективніше. **2.** Чи може один підприємець змінити життя цілого міста? Наведіть приклади.



3. Чому історії підприємців надихають, проте не варто їх ідеалізувати

Історія успіху «Нової пошти»: від стартапу до лідера ринку

У 2001 р. університетські друзі – В'ячеслав Климів і Володимир Поперешнюк – заснували компанію «Нова пошта» з метою створити швидку, надійну та зручну доставку по Україні. Початкові інвестиції склали лише 7000 доларів, а перші роки були складними через обмежену інфраструктуру та відсутність досвіду. Замовлень було дуже

мало, і засновники самі здійснювали доставку, щоб зекономити. За перші три тижні існування компанія не отримала жодного замовлення. Засновники телефонували потенційним клієнтам, але люди не надто хотіли довіряти новому способу доставки. Першим вантажем став невеликий конверт, що був доставлений з харківського офісу до Києва – безпосередньо в руки адресату. Проте компанія за це нічого не отримала. Згодом першою великою доставкою стала дерев’яна тара вагою 200 кг з-під копченої риби. Увесь вантаж вони перевозили самі на старенькій Таврії «Славути», яка належала Поперешнюку. Попри стійкий запах риби, що залишився в машині, молоді бізнесмени раділи першому успіху.



Це стало символом того, що «Нова пошта» була готова доставити будь-що будь-куди навіть у таких нестандартних умовах. Ці історії – приклади першого досвіду, коли компанія ще не мала ані офісу, ані логістики, ані клієнтської бази, лише ентузіазм і бажання працювати.

Уже в 2007 р. компанія отримала свій перший прибуток і почала активно розвиватися. Власна служба доставки значно скоротила час обслуговування, а відкриття нових відділень і впровадження технологій – автоматизовані сортувальні лінії, мобільні додатки, інтеграція сервісів – підвищили якість послуг.

У 2014 р. «Нова пошта» вийшла на ринок Молдови, а з 2021-го розпочала масштабну експансію під брендом Nova Post у країни Європи: Польщу, Литву, Чехію, Румунію, Німеччину, Словаччину, Естонію, Латвію, Угорщину та Італію.

Паралельно компанія активно підтримує гуманітарні ініціативи, співпрацює з волонтерськими організаціями та допомагає місцевим громадам, що підвищує довіру клієнтів і партнерів.

Якісні характеристики власників та їхні ключові рішення

Якість	Ключові рішення
Рішучість і наполегливість	Початок бізнесу з мінімальним капіталом, подолання проблем
Фокус на клієнта	Орієнтація на швидкість, зручність та якість обслуговування, постійний зворотний зв'язок
Інноваційність	Упровадження нових технологій і власної служби доставки для контролю якості
Гнучкість і стратегічне мислення	Вчасне розширення на міжнародні ринки та диверсифікація послуг
Командна робота та лідерство	Формування ефективної команди й мотивація працівників
Соціальна відповідальність	Підтримка держави та громад у складні часи

«Нова пошта» – приклад успішного бізнесу, що розвивається системно та послідовно. Ставка на технології, якість сервісу та клієнтоорієнтованість забезпечили компанії лідерство та довіру. Успіх починається з малого, але потребує наполегливості, віри в ідею та готовності діяти попри труднощі.

Нова пошта – це лідер експрес-доставки в Україні

1,5 млн +

посилок і вантажів
щодня доставляємо
по Україні

24 год

середній час доставки
між містами, є
найшвидшою
доставкою в Україні

480 млн +

посилок і вантажів
щорічно доставляємо
по Україні та всьому
світу

За матеріалами сайтів <https://stud-point.com/blog>, <https://novaposhta.ua/>

Історії успішних підприємців демонструють різноманітні шляхи досягнення цілей і важливість особистих якостей у підприємницькій діяльності. Проте за успіхом підприємця стоїть не лише вдача, а й постійна праця, дисципліна та чітке бачення майбутнього.

МОДЕЛЮЄМО СИТУАЦІЮ

Уявіть, що ви щойно вирішили започаткувати власну справу.

1. Опишіть, що означає підприємництво в трьох вимірах:

- для вас особисто (мотивація, цінності, очікування);
- для вашої громади/суспільства (які зміни може принести ваша справа);
- для держави загалом (який внесок у розвиток країни ви можете зробити).

2. Створіть візуальну карту або таблицю, можете додати малюнки, символи, ключові слова – усе, що допоможе краще передати ваші ідеї.

3. Обговоріть у класі:

- чи відрізняється ваше бачення підприємництва від візії інших учнів?
- які спільні цінності об'єднують підприємців?
- як ситуація в країні може впливати на підприємницьке мислення?

ДИСКУСІЙНИЙ КЛУБ

Об'єднайтесь у дві команди та проведіть дебати на тему «Чи варто всім ставати підприємцями?». Одна команда аргументує, що підприємництво – це свобода та розвиток; інша – що саме наймана праця забезпечує стабільність і соціальний захист. Завершіть обговорення аргументованим спільним висновком.

ТОППОРАДА (ЯК БАЧИТИ ГЛИБШЕ)

1. Сучасні підприємці розуміють, що люди не лише купують розв'язання проблем, а й задовольняють глибокі прагнення: у безпеці, визнанні, свободі, належності, красі.

2. Успішний бізнес – це не просто задоволення потреб, а й резонанс зі свідомістю, емоціями та цінностями клієнтів.

3. Бізнес працює не лише на логіку, а й на емпатію, інтуїцію та психологічне розуміння.

ЦІКАВИЙ ФАКТ

У спальному районі Вінниці відкрили вертикальну ферму, яка на площі 60 м² дає врожай, еквівалентний 18 соткам традиційного поля. Підприємець вирощує п'ять видів салатів, використовуючи гідропоніку, автоматизацію та замкнуті цикли іригації. Це не лише екологічно, а й економічно ефективно: вкладення окупаються протягом трьох років.

КОРОТКО ПРО ГОЛОВНЕ

Сучасний підприємець/сучасна підприємниця – це ініціативна, гнучка та відповідальна особа, здатна мислити стратегічно й діяти в умовах змін. Підприємницька компетентність включає набір знань, навичок, цінностей і поведінкових установок, необхідних для реалізації ідей у соціальному або бізнес-середовищі. Вона може набувати найрізноманітніших форм – від затишної кав'ярні в районі до запуску космічних кораблів. Підприємницьке мислення є ключем до успіху в будь-якій сфері діяльності.

ПЕРЕВІРЯЄМО СЕБЕ

1. Складіть п'ять запитань і візьміть коротке інтерв'ю у знайомої чи уявної особи, що займається підприємницькою діяльністю. Наприклад: «Чому ви вирішили відкрити власну справу? Що найважче в бізнесі? Що вас мотивує?».

2. Знайдіть приклад успішного українського стартапу (наприклад, Reface, Grammarly, Petcube тощо). Опишіть: що вони створили? Яку проблему розв'язують? Чи отримували підтримку від держави? Підготуйте презентацію про цю історію успіху та поділіться інформацією в класі.

3. Скориставшись посиланням <https://cutt.ly/erZ7cV8F> або QR-кодом, перегляньте відео та занотуйте основні моменти. Дайте відповідь на запитання, що пропонуються у відео. Обговоріть у класі, яких висновків ви дійшли після його перегляду.



ФІНАНСОВИЙ ГЕНІЙ

Дослідіть, як зміна фінансових пріоритетів молодого покоління впливає на розвиток підприємницьких компетентностей та підходів у сучасному бізнесі. Які навички сьогодні стають найважливішими для успішного підприємця/успішної підприємниці?

ДУМКИ В ДОРОГУ

*Там, де інші бачать проблему,
підприємець бачить можливість.*

*Шановне учнівство, справжнє підприємництво починається
не з бізнесу, а з вашої допитливості, рішучості та віри в те,
що ви можете змінювати світ.*

§ 18. У чому сутність шкільного соціального підприємництва

Що таке підприємництво? Хто такі підприємці?

*Що таке благодійництво?
Наведіть приклади.*

1. Що таке «шкільне підприємництво» та які його риси

Шкільне підприємництво – це створення учнівством маленького бізнес-проекту в школі. Воно вчить працювати в команді, управляти грошима та реалізовувати корисну справу, а також сприяє розвитку важливих життєвих навичок: самоорганізації, відповідальної поведінки та ініціативності. У процесі створення власних товарів або послуг ви навчитеся планувати, приймати рішення, управляти ресурсами та розуміти, як працює бізнес, співпрацювати. Водночас зможете реалізовувати свої ідеї, отримувати досвід і формувати навички, які стануть у пригоді в дорослому житті.

КЛЮЧОВІ ТЕРМІНИ І ПОНЯТТЯ

- Шкільне підприємництво
- Соціальне шкільне підприємництво

Такі проекти можуть здійснюватися за підтримки вчителів, батьків або підприємців. Створені продукти або послуги можуть бути представлені на шкільних ярмарках, у громаді або навіть реалізовані з метою отримання доходу. Наприклад: шкільна команда організувала кавовий куточок із какао та чаєм для вчителів і старшокласників. Учні вчилися закуповувати товари, рахувати витрати, створювати рекламу й обслуговувати клієнтів.

Основні риси шкільного підприємництва



- **Практичний досвід** – маємо змогу спробувати себе в розв'язанні реальних проблем, створенні товарів чи послуг
- **Фінансова грамотність** – краще зрозуміємо, що таке доходи, витрати, інвестиції, прибутки
- **Креативність** – шукатимемо нові ідеї та способи їх реалізації
- **Соціальна відповідальність** – спрямуємо проекти на користь шкільної чи місцевої громади
- **Командна робота** – отримаємо досвід співпраці, розвитку лідерських якостей, підприємницького мислення

Шкільне підприємництво можна назвати мінімізованим прототипом *соціального підприємництва*. Соціальне підприємництво – це бізнес-проект, головна мета якого не лише отримати прибуток, а й розв'язати соціальну чи екологічну проблему.

- У звичайному бізнесі головне питання: «Як заробити більше?»
- У соціальному підприємництві головне питання: «Як допомогти людям і водночас залишатися фінансово стійкими?»

Наприклад: підприємство, яке виготовляє солодощі без цукру для дітей з діабетом. Воно і заробляє, і водночас розв'язує важливу проблему. Соціальне підприємництво НЕ є діяльністю держави та місцевих органів влади щодо надання соціальної допомоги.

Соціальне шкільне підприємництво – це створення учнівством школи бізнес-проєкту, головною метою якого є користь для громади чи школи.

Наприклад, шкільна команда може виготовляти екосувеніри з перероблених матеріалів і на вторговані кошти облаштувати зелений куточок у школі. Це водночас і навчання бізнесу, і внесок у спільне благо. Або у вашій школі багато пластикових пляшок, які після уроків викидають у сміття. Замість того щоб скаржитися, група учнів та учениць вирішила збирати ці пляшки, відправляти їх на переробку, а з отриманих коштів купувати книжки для бібліотеки.

Чому соціальне шкільне підприємництво (СШП) важливе?

- 1. Практичне навчання.** Ви набудете практичних навичок, як-от: планування бюджету, маркетинг, реклама, робота в команді, зможете спробувати себе в ролі підприємців.
- 2. Формування цінностей.** Це не просто бізнес, а й робота для блага інших. Ви навчитеся відповідальності й співчуття.
- 3. Зв'язок школи з громадою.** Такі проєкти показують, що школа може впливати на життя навколо, ви можете розв'язувати проблеми громади, заробляти кошти на важливі шкільні чи соціальні проєкти.
- 4. Мотивація до саморозвитку.** Ви побачите результат своєї праці (нові книжки, ремонт у спортзалі чи допомогу людям), відчуєте власну силу змінювати світ.

Перші підприємства, які можна назвати соціальними, було започатковано в Англії наприкінці ХІХ ст. Перше визначення соціального підприємництва дав Мухаммад Юнус, бангладеський підприємець, лауреат Нобелівської премії миру та засновник банку Grameen. Юнус надав людям змогу брати маленькі кредити, щоб створити власний бізнес і подолати бідність.

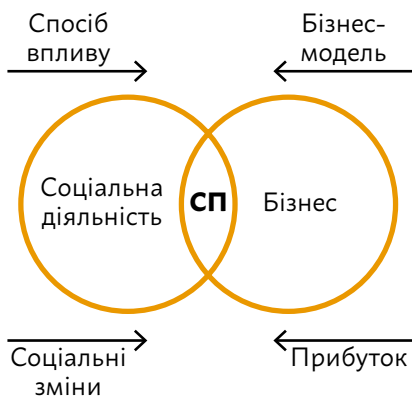
Основні риси СШП

- **Соціальна місія** – виготовляємо батончики без цукру, щоб забезпечити учнівство здоровим харчуванням.
- **Фінансова сталість** – витрачаємо прибуток на нові книжки для бібліотеки.

- Навчання через практику – на власному досвіді дізнаємося, як працює бізнес.
- Командна робота – об'єднуємо різні таланти однокласників.
- Відповідальність перед громадою – частину прибутку витрачаємо на спільну справу для громади.

Наприклад: шкільна майстерня з виготовлення екопорошок. Учнівство продає їх на ярмарках, а кошти витрачає на ремонт спортивної зали.

Соціальне шкільне підприємництво, на відміну від звичайного учнівського бізнесу, ставить у центр користь для суспільства, а не лише прибуток (мал. 21).



Мал. 21. Соціальне шкільне підприємництво

ДИСКУСІЙНИЙ КЛУБ

1. Чи можна вважати соціальне шкільне підприємництво частиною сучасної освіти, або це лише розвага чи спосіб заробити кишенькові гроші? **2.** Проведіть дебати: «Чи потрібно кожній школі мати власне соціальне підприємство?». Наведіть аргументи. Завершіть дебати колективним висновком: які умови потрібні, щоб СШП було успішним?

ОБГОВОРЕННЯ В ГРУПІ

Уявіть, що у вашій школі з'явилася ідея створити мінібізнес **«Смаколики для школи»**. Це можуть бути печиво, кекси, батончики чи інші ласощі, які ви разом з командою будете готувати та продавати. Але виникає важливе питання: чи буде цей проєкт звичайним шкільним підприємництвом (де головне – заробити гроші)? Чи він може стати соціальним шкільним підприємництвом (де головне – робити корисне для школи чи суспільства)?

ОБГОВОРЕННЯ В ГРУПАХ

1. Який варіант вам ближчий – звичайний бізнес чи соціальний? Чому? **2.** Чи можна поєднати обидва підходи в одному проєкті? Як саме? Запропонуйте власні ідеї для таких шкільних проєктів. **3.** Коли соціальне підприємство може забути про свою місію і перетворитися на звичайний бізнес? Як цього уникнути? **4.** Чи завжди користь має вимірюватися лише грошима? Як, на вашу думку, варто розподіляти прибуток?

- Усе залишати в команді.
- Частину віддавати на потреби класу або школи (наприклад, книжки, спорт-інвентар, озеленення).
- Вкладати в добрі справи.

Отже, відповідальне ставлення до створення шкільного соціального підприємства допоможе вам підготуватися до дорослого життя, краще зрозуміти, як працює економіка, а також сформувати практичні навички, як-от планування, маркетинг, основи бухгалтерського обліку та управління ресурсами.

МОДЕЛЮЄМО СИТУАЦІЮ

Ознайомтеся з поданою нижче інформацією та проаналізуйте модель шкільного соціального підприємництва «ЕкоСвітич» учнівства м. Києва. Дайте відповідь на запитання.

Учнівство 9 класу організувало виробництво ароматизованих свічок з натуральної вощини (бджолиний віск). До виробництва свічок долучилися учні та учениці з особливими освітніми потребами. Свічки прикрашали сухоцвітом, травами, які слугували натуральними ароматизаторами. Їхні вироби були альтернативою парафіновим свічкам, що виготовляються з нафтопродуктів.



ЧОМУ ПРОЄКТ «ЕКОСВІТИЧ» – СОЦІАЛЬНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО

Критерій	Приклад із проєкту
Соціальна місія	Учнівство створює корисний продукт і водночас підтримує однокласників з особливими освітніми потребами, залучаючи їх до роботи
Фінансова стійкість	Свічки можна продавати, отримуючи кошти для розвитку проєкту, а не покладатися лише на допомогу ззовні
Вплив на суспільство	Люди отримують екологічну альтернативу парафіновим свічкам. Проєкт демонструє приклад толерантності й підтримки
Екологічність	Використовується натуральна вощина й трави замість шкідливих нафтопродуктів
Інноваційність	Поєднання свічок із сухоцвітом і натуральними ароматами створює унікальний продукт
Залучення громади	До процесу долучаються школярі, учні з особливими освітніми потребами та потенційно батьки, учителі
Масштабованість	Проєкт можна поширити на інші школи або гуртки, створюючи мережу

1. Чи реалістично створити таке підприємство у вашій школі? Які ресурси вам для цього потрібні?

2. Чи справді цей проєкт може змінити ставлення вашої шкільної громади до екологічних проблем? Які ще соціальні або екологічні проєкти ви могли б реалізувати?

2. Коли виникло шкільне підприємництво

Зародження шкільного підприємництва розпочалося в другій половині ХХ ст. як відповідь на дедалі більшу потребу в розвитку практичних навичок, фінансової грамотності та підприємницького мислення серед молоді.

- ХІХ ст. У Великій Британії з'являються перші шкільні майстерні, де учні навчаються ремесел.
- ХХ ст. У США виникають учнівські клуби бізнесу, де школярі практикують ведення справ.
- Кінець ХХ – початок ХХІ ст. У Європі поширюється ідея «шкільних компаній», де діти керують мінібізнесами за правилами реального підприємства.
- Сьогодні в Україні СШП стають частиною освітніх програм, особливо у сфері фінансової грамотності та громадянської освіти.
- Зародження шкільного підприємництва можна простежити через кілька ключових етапів.

Етапи розвитку шкільного підприємництва

Початок. 1960–1970-ті роки

Перші спроби були зроблені в США та Великій Британії. У цей період акцент робився на професійній орієнтації та розвитку практичних умінь. Створювалися невеликі учнівські компанії, які виробляли та продавали прості товари, наприклад листівки або вироби ручної роботи.

Інституціоналізація. 1980-ті роки

З'являються некомерційні організації, як-от Junior Achievement, які допомагали школам створювати учнівські підприємства. Ці програми вчили дітей усіх етапів ведення бізнесу: від появи ідеї до закриття компанії.

Глобалізація та інтеграція. 1990–2000 роки

Шкільне підприємництво почало поширюватися світом, особливо Європою. Вважалося, що це допоможе зменшити безробіття серед молоді та стимулювати інновації. Для цього були створені спільні стандарти, щоб такі програми можна було запровадити в багатьох школах.

Сучасність. З 2010 р. – до сьогодні

Сьогодні шкільне підприємництво більше зосереджене на розвитку «м'яких» навичок, ніж просто на заробітку грошей. Учні вчаться працювати в команді, мислити креативно, розв'язувати проблеми та спілкуватися. Багато програм учать соціального підприємництва, де діти створюють проєкти для розв'язання важливих соціальних чи екологічних проблем. Це доводить, що бізнес може приносити не лише прибуток, а й користь суспільству.

Шкільне підприємництво почало розвиватися в Україні з початку 2000-х років. Цей процес був пов'язаний з активізацією громадських організацій та проєктів, які прагнули адаптувати західні моделі бізнес-освіти до українських реалій. Нині шкільне підприємництво в Україні активно розвивається за підтримки міжнародних фондів і громадських організацій.

ЧАС ДЛЯ РОЗДУМІВ

1. Чи знайомі ви з досвідом шкільного підприємництва в Україні, вашій області чи громаді?
2. Чи є у вас знайомі, родичі або члени вашої родини, які займаються підприємництвом? Що вони виготовляють або які послуги надають?
3. Чи приваблює вас підприємницька діяльність? Якщо так, то чим саме?

3. Що ми знаємо про світовий та український досвід шкільного підприємництва

Нині шкільне підприємництво успішно працює в багатьох частинах світу: Північній Америці, Європі та Азії. Але в різних країнах процес його розвитку відбувається по-різному:

- громадські організації навчають школярів і допомагають їм створювати власні підприємства;
- самі школи інтегрують підприємництво в навчальний процес;
- держава підтримує та заохочує шкільні бізнес-проекти на рівні міністерств.

У Німеччині зареєстровано близько 6698 шкільних підприємств, що становить 20 % від загальної кількості шкіл. У багатьох школах Великої Британії діють команди, які створюють екологічні товари, а прибуток витрачають на благодійність або розвиток шкільної інфраструктури.

Перші проєкти соціального шкільного підприємництва в Україні були реалізовані в рамках ініціатив міжнародних організацій. Вони включали різноманітні напрями: від випічки та продажу печива до створення сувенірів ручної роботи. Ці пілотні проєкти довели, що українські школярі здатні створювати й розвивати власні бізнес-ідеї.

- Перейшовши за посиланням <https://cutt.ly/5r8oc4Xx> або QR-кодом, дізнайтеся про п'ять найкращих соціальних проєктів шкільного підприємництва України і світу.



ЦІКАВИЙ ФАКТ

Проект «Компола» був започаткований київськими школярами Микитою Шульгою та Софією-Христиною Борисюк. Ідею підтримав міністр екології та природних ресурсів України.

- Перейшовши за посиланнями або QR-кодами, ознайомтеся з українськими шкільними соціальними підприємствами.

Львівські шкільні соціальні підприємства.

<https://cutt.ly/Kr3gjoQg>

Каталог соціальних підприємств.

<https://cutt.ly/Jr3gkhUo>



Відмінність між звичайним і соціальним шкільним підприємництвом

Шкільне підприємництво	Соціальне шкільне підприємництво
Головна мета – навчитися заробляти	Головна мета – користь для школи чи громади
Прибуток витрачається на розвиток проекту	Частина прибутку спрямовується на соціальні цілі
Учні вчаться у веденні бізнесу	Учні вчаться бути й бізнесменами, і громадянами

Користуючись інтернет-мережею, ознайомтеся з прикладами шкільного соціального підприємництва в різних країнах світу. Вони можуть надихнути вас на корисні ідеї, а також продемонструвати, що шкільне підприємництво – це не просто спосіб заробити гроші, а й ефективний інструмент для отримання життєво важливих навичок, які готують молодь до реалій дорослого життя.

4. У чому полягає відмінність благодійності від соціального підприємництва

Благодійність – це безкорисливе надання матеріальної або нематеріальної допомоги тим, хто її потребує і хто водночас не пов'язаний з благодійником.

Благодійність і соціальне підприємництво відрізняються своїми цілями, джерелами фінансування та підходом до розв'язання соціальних проблем.

Порівняння благодійності та соціального підприємництва

Благодійність	Соціальне підприємництво
Безоплатна допомога	Створення продукту або послуги
Залежить від пожертв	Самостійний заробіток коштів
Короткочасний ефект	Довготривале розв'язання проблеми
«Дає рибу»	«Дає вудочку»



Тож благодійність – це допомога зараз, а соціальне підприємництво – це створення системного рішення, щоб не потребувати допомоги в майбутньому.

5. Як зареєструвати шкільне соціальне підприємництво

Шкільне соціальне підприємництво зазвичай не потребує офіційної реєстрації, бо це навчальний проект, який створюється в межах школи. Його головна мета – дати вам досвід справжньої підприємницької діяльності, а не створити повноцінний бізнес.

Якщо наш проєкт зростає – що робити далі (мал. 22).

Ми запускаємо шкільний проєкт! Реєстрація не потрібна, бо це частина навчання

Юридичні варіанти оформлення! Створити громадську організацію; молодіжне об'єднання; благодійний фонд; або ФОП, якщо є дорослий/куратор

Проект набирає обертів! Наші вироби купують поза школою. Потрібно подумати про юридичне оформлення

Ведення фінансового обліку! Щоб контролювати фінанси, ведемо простий облік доходів та витрат. Ведемо таблички в зошиті або на комп'ютері



Мал. 22. Старт шкільного проєкту

Отже, для шкільного підприємництва не обов'язково мати офіційну реєстрацію. Головне – підтримка школи, чіткі правила та бажання вчитися. Якщо проєкт стає більшим, можна оформити його юридично.

ПРАКТИЧНИЙ КЕЙС

Визначаємо основні аспекти соціального підприємництва

1. «Екопапір». Прочитайте поданий нижче короткий опис шкільного соціального підприємства й дайте відповіді на запитання, перейшовши за посиланням <https://cutt.ly/Cr8obntb> або QR-кодом і заповнивши таблицю.



Учнівство 10 класу вирішило створити соціальне підприємство «Екопапір». Ідея полягала в тому, щоб збирати використаний папір, переробляти його на зошити й блокноти та продавати їх у шкільному кіоску. Отриманий прибуток вирішили спрямовувати на озеленення шкільного подвір'я.

2. Запишіть п'ять своїх улюблених занять. Подумайте, чи можна їх перетворити на продукт або послугу, за яку люди заплатять.

3. Подумайте, які проблеми є у вашій школі чи громаді. Сміття у дворі? Брак освітлення біля школи в темну пору доби? Немає сучасної спортивної форми? Потрібна допомога молодшим класам з навчанням? Відсутність платформи для обміну речами (одягом, книжками, канцтоварами)? Запропонуйте ідею бізнес-проєкту, який міг би розв'язати цю проблему.

4. Уявіть, що ви маєте 500 грн на добру справу. Як їх можна використати?

1) Просто передати до благодійного фонду.

2) Купити матеріали для виготовлення екосувенірів, продати їх і в торгувати 1000 грн. Половину залишити на розвиток, а половину – на допомогу.

Обговоріть: чим другий варіант відрізняється від першого?

ТОППОРАДА (ПОЧИНАЙТЕ З ПРОБЛЕМИ, А НЕ З ІДЕЇ)

Перш ніж щось створювати, дайте відповідь на такі запитання:

1. Яку проблему я бачу у своєму оточенні? Можливо, у вашій школі недостатньо контейнерів для сортування сміття, або літні люди в мікрорайоні потребують допомоги з покупками.

2. Для кого ця проблема є актуальною? Визначте свою цільову аудиторію.

3. Як мій проєкт може системно розв'язати цю проблему? Поміркуйте, як можна створити бізнес-модель, що буде приносити користь і водночас фінансувати себе.

Проста модель бізнес-проєкту має такий вигляд:

ІДЕЯ → ПЛАН → ПРОДУКТ → ПРИБУТОК → СОЦІАЛЬНИЙ ВПЛИВ

КОРОТКО ПРО ГОЛОВНЕ

Шкільне підприємництво допоможе вам навчитися заробляти та керувати бізнесом. Соціальне шкільне підприємництво поєднує навчання з користю для громади. СШП розв'язує соціальні та екологічні проблеми, розвиває відповідальність і практичні навички. Такі проєкти показують, що ви, школярі, можете змінювати світ на краще.

ПЕРЕВІРЯЄМО СЕБЕ

1. Що таке соціальне шкільне підприємництво (СШП)? Чим воно відрізняється від благодійності?

2. Назвіть приклади СШП в Україні чи світі.

3. Як участь у шкільному соціальному підприємстві може допомогти вам у майбутньому? Які три навички ви могли б отримати, працюючи в СШП?

4. Перейшовши за посиланням <https://forms.gle/zj8fiVTo78QT9WaJA> або QR-кодом, виконайте тести за темою.



ФІНАНСОВИЙ ГЕНІЙ

Уявіть, що ви керуєте власною компанією. Розробіть схему для соціального підприємництва, яке ви могли би створити разом зі своїми однокласниками та однокласницями. Укажіть назву та ідею, продукт або послугу. Поясніть, чому ваш бізнес соціальний. Як ви будете його рекламувати?

ДУМКИ В ДОРОГУ

Використання власних ресурсів – це найпростіший спосіб розпочати бізнес. Вам не потрібно переконувати інвесторів у перевагах вашої ідеї. Достатньо переконати самого себе.

*Шановне учнівство, не бійтеся починати з маленького – навіть невеликий старт дає цінний досвід і перші гроші.
А головне – саме з маленьких кроків виростають великі справи.*

§ 19. Як сформувати команду

Чи любите ви працювати в групі? Чому?

Чи доводилося вам брати участь у реалізації групових мініпроектів?

Чи доводилося вам розв'язувати якісь проблеми?

1. Які відмінності між групою і командою

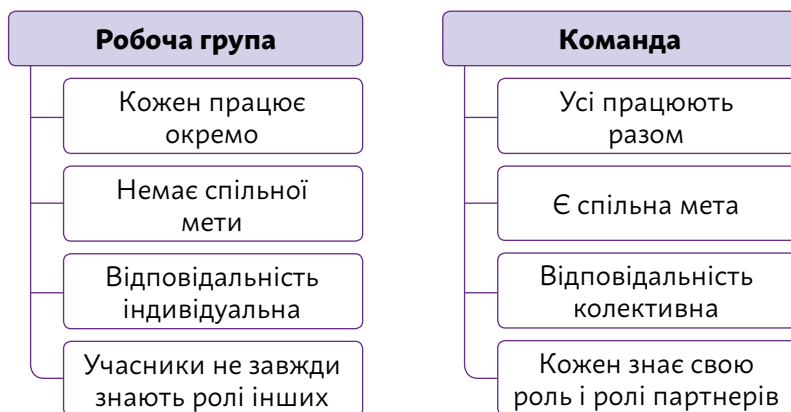
Уявіть, що клас готує святковий концерт. Якщо кожен учень робить щось окремо та не узгоджує дій, утворюється хаос: пісня не збігається з музикою, декорації не встигають поставити, а модератор концерту виходить на сцену невчасно.

А тепер уявіть іншу ситуацію: учні розподілили обов'язки, проводять репетиції та мають спільну мету. Це вже не просто група, а справжня команда. У сучасному світі важливо вміти працювати в команді: і в школі, і в спорті, і в майбутній професії.

Вам уже доводилося працювати в групі, розв'язуючи проблеми або реалізуючи мініпроекти. Ви добре ознайомлені з правилами групової роботи. Отже, що розуміють під словом «команда»?

Команда – це група людей, які об'єднують свої знання, навички та зусилля для досягнення спільної мети.

Сутність команди – це спільна зацікавленість. Без неї групи працюють як окремі люди, а з нею стають потужною одиницею колективної продуктивності. Подібна зацікавленість потребує мети, якої члени команди бажають досягти. Чи завжди потрібно прагнути створити команду на кожне завдання або достатньо робочої групи? У звичайної робочої групи продуктивність дорівнює сумі всіх тих дій, які виконують її члени. Продуктивність команди складається з результатів зусиль кожного та всього колективу загалом. Тож чим різняться робоча група та команда?



КЛЮЧОВІ ТЕРМІНИ І ПОНЯТТЯ

- Команда
- Командний лідер

У команди можливості більші, ніж у звичайної групи людей. Завдяки цьому навіть при реалізації найпростішого проєкту можна досягти високих результатів. Працюючи в команді, усі учасники використовують свої зусилля, знання, уміння та творчість. Це допомагає працювати разом швидко, гнучко та ефективно. Наприклад, у групі учнів кожен самостійно розв'язує задачі на уроці математики. Проте команда учнів готує проєкт: один шукає інформацію, другий робить презентацію, третій виступає.

ОБГОВОРЕННЯ В ГРУПІ

Прочитайте вислови про командну роботу. Який з них, на вашу думку, найкраще розкриває зміст поняття «команда»? Відповідь аргументуйте.

- Команда – це не просто група людей, це спільнота з метою.
- Справжніх лідерів виростили команди.
- Об'єднайте команду – і вона вам віддячить.
- Справжня сила команди – у співпраці.
- Сила команди – в єдності мети.
- Командна робота – це єдність дій з різними ідеями.

2. Якими навичками повинен володіти командний лідер

У кожній команді важливо мати людину, яка допомагає координувати дії, це – лідер/лідерка. Але лідер не командує, а надихає, підтримує та допомагає знаходити рішення. Для досягнення успіху під час реалізації проєкту потрібно знати, як зібрати хорошу команду та як правильно керувати її роботою. Саме цим займається командний лідер.



Лідер може виконувати такі ролі:

Фасилітатор – допомагає команді працювати злагоджено, створює умови для співпраці, створює умови для народження ідей – як тренер, який вірить у команду. Лідер не вирішує все сам, а дає змогу членам команди самостійно

знаходити найкращі способи виконання завдань. Це допомагає людям проявляти ініціативу та розвиватися.

Модератор – керує дискусіями, зустрічами чи онлайн-форумами, забезпечуючи дотримання правил, регламенту та конструктивне спілкування. Він допомагає групі залишатися в межах теми, підтримує рівну участь, фіксує результати.

Командний лідер насамперед є фасилітатором. Модератором лідер може бути ситуативно – коли потрібно стежити за правилами, порядком або часом у ході зустрічі.

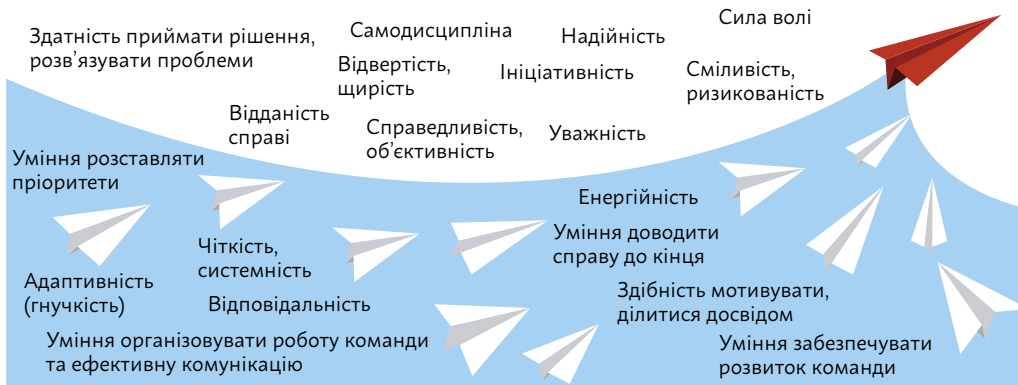
Командний лідер – це не керівник, який віддає накази, а людина, яка допомагає команді працювати злагоджено. Він вірить у здібності кожного учасника, підтримує всіх і допомагає знаходити найкращі рішення. Такий лідер діє як фасилітатор (створює умови для роботи команди) і часом як модератор (стежить за правилами та часом).

ЧАС ДЛЯ РОЗДУМІВ

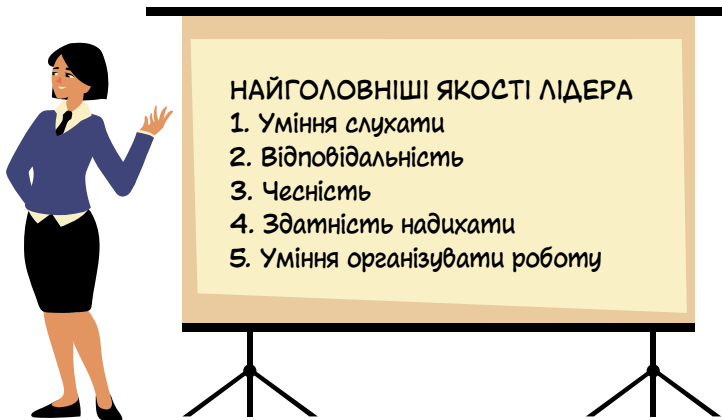
Якими навичками, на вашу думку, має володіти командний лідер? Кого з учнівства вашого класу ви визначили б лідером? Чому?

ОБГОВОРЕННЯ В ГРУПІ

Розгляньте малюнок 23. Обговоріть, які із зазначених якостей, на вашу думку, дуже важливі для командного лідера. Які з них ви прагнете розвинути в собі?



Мал. 23. Основні якості командного лідера



ТОППОРАДА (ЯК РОЗВИВАТИ В СОБІ ЛІДЕРСТВО)

1. Контролюйте себе та свої емоції. Не засмучуйтеся через дрібниці, завжди з холодною головою приймайте рішення, навчайтеся підтримувати, надихати, слухати й чути людей.

2. Плануйте свій день. Щоб до кінця дня не опинитися там, де ви не збиралися, заздалегідь визначтеся, що вам слід зробити. Розпишіть свої справи та дійте, дотримуйтеся дисципліни.

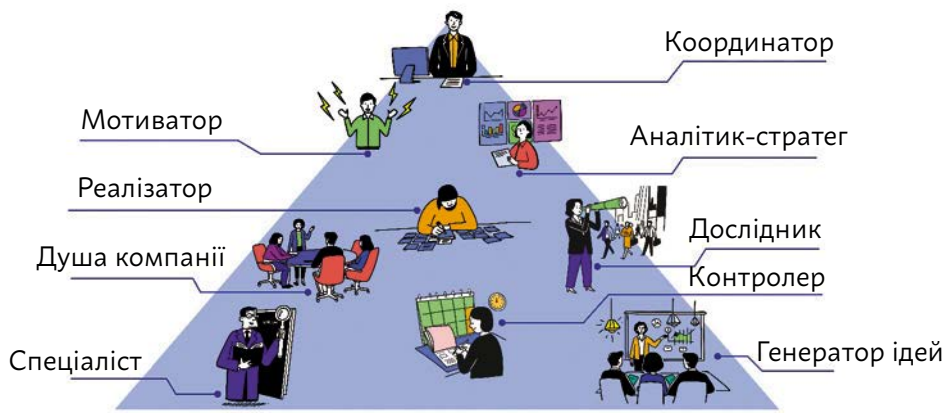
3. Слідкуйте за собою та своїм зовнішнім виглядом, іміджем. Ваша поведінка має бути гідною. Також слід одягатися відповідно. Недоглянута людина викликає менше довіри.

4. Розвивайте комунікаційні навички: діалогівання, фасилітацію, менторство.

5. Доводьте справи до кінця. Будьте відповідальні.

3. Які бувають командні ролі

Справжня команда не лише працює разом, а й підтримує одне одного, має чітко розподілені ролі та спільні цінності. Дослідник Р. Белбін виокремлює дев'ять типових ролей у команді (мал. 24).



Мал. 24. Командні ролі за Р. Белбіном

Найважливіші ролі:

- *Координатор* – організовує роботу.
- *Мотиватор* – спонукає інших до дії.
- *Дослідник* – шукає нові ідеї.
- *Аналітик* – перевіряє факти, шукає логічні помилки.
- *Виконавець* – доводить справи до кінця.
- *Творець* – вигадує нові рішення.

Усі ролі поділяють на три групи: *націлені на дію*, *соціальні* та *інтелектуальні*. Кожна роль має свої сильні та слабкі сторони.

Ролі учасників команди

Група ролей	Роль	Функції	Сильні сторони	Слабкі сторони
Націлені на дію	Мотиватор	Кидає виклик команді, щоб зробити її кращою. Мотивує інших, готовий вести за собою	Орієнтація на результат, сміливість, динамічність, наполегливість	Дратівливість, відсутність почуття гумору, негнучкість
	Реалізатор	Перетворює ідею і рішення на практичні дії	Дисциплінованість, надійність, консервативність, ефективність	Схильність до бюрократизму, повільна реакція на нові можливості
	Педант (контролер)	Гарантує ретельність, завершує роботу вчасно, виявляє і виправляє помилки й недопрацювання	Акуратність, прагнення до високих стандартів, орієнтація на терміни	Одержимість, підвищена тривожність, труднощі в делегуванні повноважень

Група ролей	Роль	Функції	Сильні сторони	Слабкі сторони
Соціальні	Координатор	Прояснює цілі роботи, організовує робочий процес, установлює терміни, розподіляє задачі в команді	Організованість, упевненість, зрілість, готовність делегувати повноваження	Авторитарність, схильність до маніпуляцій
	Душа команди	Заохочує взаємодію між членами команди, підтримує, уміє зняти напруженість, вибудовує командні процеси	Співпереживання, м'якість, ввічливість, сприйнятливості і дипломатичність	Нерішучість у кризових ситуаціях, навіюваність, низька стресостійкість
	Дослідник ресурсів	Досліджує можливості поза командою, установлює зовнішні контакти	Комунікабельність, оптимізм, допитливість, гнучкість, ентузіазм, відкритість	Непоследовність, швидка втрата інтересу до розпочатої справи
Інтелектуальні	Генератор ідей (творець)	Представляє нові оригінальні ідеї та підходи, розв'язує складні проблеми	Неабиякий розум, оригінальність, самостійність, високий інтелект	Ігнорування деталей і складностей практичної реалізації, індивідуалізм
	Аналітик-стратег	Аналізує можливості, розглядає всі варіанти, робить вивірені судження, обирає кращу альтернативу	Розважливість, прозорливість, стратегічність мислення	Повільність, холодність, песимістичність
	Спеціаліст	Забезпечує спеціалізованими знаннями, привносить досвід	Відданість справі, самостійність, допитливість	Вузькість спеціалізації, незацікавленість у справах інших

Команди, сформовані на основі категорій Р. Белбіна, є ефективними в досягненні своїх цілей, оскільки в них відсутнє дублювання функцій і присутні всі необхідні командні якості. Важливо: одна людина може поєднувати кілька ролей. У школі часто трапляється, що той самий учень і координує, і виконує.

ДИСКУСІЙНИЙ КЛУБ

1. «Кого брати в команду?» Уявіть, що ви створюєте шкільний проект. Вам треба обрати п'ятьох людей. Чи візьмете ви лише найкращих друзів? Чи краще долучити різних людей з різними здібностями? Обговоріть у класі: що важливіше – дружба чи різноманітність?

2. «Лідер чи рівність?» Чи завжди команді потрібен лідер? Що буде, якщо всі рівні й немає керівника? Як ви вважаєте, скільки має бути членів у команді? Чи може один член команди виконувати декілька ролей? Спробуйте навести приклади з життя школи, спорту чи відомих команд.

4. Як обрати членів команди

Команда найефективніша, якщо складається з людей з різними здібностями, способами мислення та особистісними якостями. Водночас важливо, щоб члени команди не просто відрізнялися одне від одного, а й доповнювали одне одного. Тоді процес запрацює за принципом конвеєра, де кожен виконує свої конкретні функції в проєкті, а потім передає роботу далі, ланцюжком.



Під час формування команди важливий баланс, щоб переваги одних учасників змогли компенсувати недоліки інших. Наприклад, Аналітик буде періодично опускати «з небес на землю» Генератора ідей, Душа команди допоможе Педанту впоратися із зайвою тривогою, а Мотиватор буде стимулювати Реалізатора, коли той через несприйняття нового протистоїть змінам.

Р. Белбін у книжці «Типи ролей у командах менеджерів» окреслює фактори, що впливають на вибір командної ролі для людини:

- особистісні риси;
- інтелектуальні здібності;
- внутрішня та зовнішня мотивація, особисті цінності;
- попередній досвід;
- ступінь освоєння командної ролі.

Під час добору команди проєкту часто користуються різними психологічними тестами. Найбільш практичним є тест Р. Белбіна, ефективність якого було неодноразово відзначено під час роботи з проєктними командами. Унаслідок комплексної оцінки складається повна картина про учасника команди – його потенціал, здібності та особистісні якості.

Додатково з роботами Р. Белбіна можна ознайомитися в його книжках: «Management Teams: Why They Succeed or Fail», «Team Roles at Work».

5. Які етапи становлення команди

Будь-яка команда проходить кілька етапів розвитку. Це нагадує сходінки, які треба подолати, щоб стати успішними.

Навіть найкраща команда може стикатися з проблемами, як-от: домінування одного учасника, який хоче вирішувати все сам, або пасивність, коли дехто уникає відповідальності й не виконує завдання, чи конфлікт характерів, що виникає в разі різного бачення шляхів розв'язання проблем і небажання шукати порозуміння. Пам'ятайте! Конфлікт – це не завжди погано. Якщо його правильно розв'язати, команда стає ще сильнішою.



Етапи розвитку команди

1. Формування. Учасники знайомляться, визначають сферу відповідальності кожного. Усі чемні, але ще не відверті. Приклад: учні вперше зібралися, щоб підготувати шкільний проєкт.

2. Конфлікти. Починають з'являтися суперечки: «Чия ідея краща?», «Хто буде лідером?». Це природний етап, його неможливо оминати. Приклад: двоє хочуть бути ведучими концерту й не можуть домовитися.

3. Нормалізація. Команда навчається домовлятися, з'являються правила та взаємна довіра. Приклад: учні домовилися, що один веде концерт, а інший відповідає за музику.

4. Продуктивність. Усі працюють як єдиний механізм, кожен знає свою роль. Приклад: концерт відбувся успішно, бо кожен виконав своє завдання.

ПРАКТИЧНИЙ КЕЙС Створюємо проєктну команду

1. «Ролі в команді». Уявіть, що ви готуєте шкільний ярмарок. Хто буде координатором? Хто відповідає за рекламу? Хто готує продукцію? Хто веде фінанси? Обговоріть: чи всі ролі враховані? Чи можна поєднати кілька ролей?

2. «Конфлікт у команді». Ситуація: двоє учнів хочуть керувати презентацією. Як ви розв'яжете цю проблему? Обрати лідера голосуванням? Розподілити обов'язки? Дати шанс спробувати обом у різних проєктах? Оберіть оптимальний варіант і поясніть свій вибір.

3. «Правила команди». Разом складіть список з п'яти правил, які допоможуть вашій команді працювати ефективно (наприклад, поважати думку інших, вчасно виконувати завдання, дослухатися до лідера).

МОДЕЛЮЄМО СИТУАЦІЮ

Уявіть, що ви керівник команди. Один із членів вашої команди відмовляється працювати. Які ваші дії?

ЦІКАВИЙ ФАКТ. «ЕФЕКТ ПОГАНОВОГО ЯБЛУКА»

Психолог Вілл Фелпс провів експеримент: до команди спеціально залучили одного учасника, який або лінувався, або конфліктував, або критикував інших. Результат: продуктивність команди впала на 30–40 %. Отже, навіть один «негативний» учасник може зіпсувати роботу всієї команди.

ЧАС ДЛЯ РОЗДУМІВ

Як командоутворення може застосовуватися в життєвих ситуаціях? Наведіть приклади.

ЧАС ДЛЯ ОБГОВОРЕННЯ

Як ви гадаєте, чи можна навчити «погане яблуко» не псувати роботу команди, чи краще його просто виключити?

КОРОТКО ПРО ГОЛОВНЕ

Команда – це група людей, які працюють разом заради спільної мети та несуть спільну відповідальність. Команда відрізняється від звичайної групи узгодженістю дій, розподілом ролей та взаємною підтримкою. У команді важливі різні ролі: організатор, виконавець, творець, аналітик тощо. Кожна команда проходить етапи розвитку: від формування до продуктивності. Навички командної роботи потрібні не лише в школі, а й у будь-якій професії.

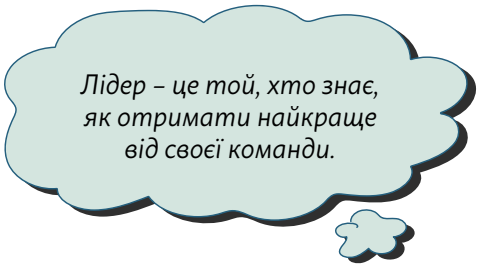
ПЕРЕВІРЯЄМО СЕБЕ

1. Поясніть відмінності між групою і командою.
2. Якими навичками має володіти командний лідер?
3. Опишіть відмінності між ролями «Мотиватор» і «Душа компанії».
4. Знайдіть подібності між ролями «Реалізатор» і «Спеціаліст».
5. Назвіть етапи розвитку команди. Який етап, на вашу думку, найскладніший? Аргументуйте.
6. Чому навіть один негативний учасник може зашкодити роботі?

ФІНАНСОВИЙ ГЕНІЙ

«Команда мрії». Якщо ви сформували свою команду, призначте зустріч у позаурочний час, щоб ще раз обговорити цілі й задачі, які стоять перед вами, а також межі відповідальності кожного члена команди. Сформулюйте три основні домовленості, які ви визначали спільно зі своєю командою. Намалюйте коло з вашою командою. Усередині запишіть імена (або ролі) учасників, а навколо – їхні сильні сторони. Подумайте: чого бракує вашій команді? Кого ще варто додати?

ДУМКИ В ДОРОГУ



Лідер – це той, хто знає,
як отримати найкраще
від своєї команди.

Шановне учнівство, ви щойно не просто зібрали команду, а навчилися бачити в людях сильні сторони, довіряти й домовлятися. Тепер ваша команда – рушій вашої ідеї, і саме від вашої згуртованості залежатиме успіх проєкту.

ТЕМА 3. ВИБІР ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ІДЕЇ

§ 20. Як обрати підприємницьку ідею

Що таке, на вашу думку, ідея? Поясніть, як ви розумієте слова американського інтернет-підприємця Тоні Шея: «Гонися за ідеєю, а не за грошима, і тоді в кінцевому підсумку гроші самі побіжать за тобою».

КЛЮЧОВІ ТЕРМІНИ І ПОНЯТТЯ

- Підприємницька ідея
- Брейнстормінг
- Місія
- Візія
- Цінності

1. У чому суть та які є джерела підприємницьких ідей

Підприємницька діяльність, будь-який бізнес чи соціальний проєкт завжди починаються з ідеї. Саме вона є рушієм бізнесу та визначає його напрям. Вдало сформульована ідея може стати основою справи на роки. Проте, щоб розвиватися, підприємцю потрібно постійно шукати, аналізувати, порівнювати, нагромаджувати нові ідеї. Важливу роль також відіграє натхнення.

Гарна ідея має бути:

1. Корисною для інших. Люди повинні хотіти цим користуватися.
2. Реальною для виконання. Її можна реалізувати за наявних умов (у школі, громаді, місті).
3. Такою, що подобається вам. Якщо ідея вас не надихає, ви швидко втратите мотивацію.

Наприклад, двоє учнів захотіли робити браслети з паракорду. Вони почали продавати їх у школі, частину грошей віддавали на благодійність. Це була проста ідея, але вона працювала, бо:

- у школі було багато охочих купити браслет;
- ціна була доступною;
- учні справді любили рукоділля.

Підприємницька ідея – це задум створити товар чи послугу, які розв’язують якусь проблему або задовольняють потребу людей.

Вдало обрана ідея допомагає бізнесу зростати та досягати успіху на ринку. Не шукайте одразу «ідею на мільйон». Почніть із малого, перевірте, чи це працює, і поступово розвивайте. Існують різні джерела отримання ідей (мал. 25 і 26).

Чим бажаєш займатися?
Наприклад, тобі подобається малювати – спробуй робити малюнки для чохлів на телефони.

Де взяти ідею для свого проєкту?

Джерелом ідей може бути твоє оточення. Що ти хочеш змінити: у школі, вдома, а може, і в країні?



Мал. 25. Де взяти ідею?



Мал. 26. Ідеї, які зазвичай обирають учні

Обираючи ідею, зверніть увагу на те, чи приваблює вона саме вас. Адже займатися потрібно тим, що вам подобається, що ви любите, що у вас краще виходить. Не бійтеся ділитися своїми ідеями з близькими людьми. Вони можуть дати вам хороші поради. Ваш проєкт має не лише подобатися вам, а й бути корисним для інших. Він має допомогти розв'язати якусь проблему соціуму. Є проєкти соціальні, які створюються не лише для того, щоб отримати прибуток, а й щоб когось допомогти, зберегти природу, полегшити чиєсь життя, зробити кращим своє оточення, своє місто чи село, а можливо, і світ.

ЦІКАВИЙ ФАКТ

У 1943 р. американський учений і винахідник Едвін Ленд сфотографував свою трирічну доньку. Вона спитала: «Тату, чому я не можу відразу подивитися фотографію, яку ти зробив?» Едвін розмірковував, як втілити її ідею в життя, і через чотири роки з'явився перший фотоапарат Polaroid. Якби донька Ленда знала, чому фотографії не робляться миттєво, або якби Едвін не замислився над її запитанням, світ не побачив би фотоапарата Polaroid.

ЗВІДКИ БРАТИ ІДЕЇ? ДЖЕРЕЛА ІДЕЙ

1. Власні інтереси. Що вам подобається робити? (Малювати, грати у футбол, фотографувати.) Як це можна перетворити на продукт чи послугу?
2. Проблеми навколо. Що дратує в школі чи громаді? (Немає де зарядити телефон, бракує здорових перекусів, занадто багато сміття.) Як можна це випістити?
3. Наслідкування прикладів. Подивіться на успішні ідеї інших і поміркуйте, як адаптувати їх для своєї школи.
4. Інтернет і соцмережі. TikTok, Instagram, YouTube – джерело безлічі ідей: від невеликих онлайн-магазинів до власних онлайн-курсів.



2. Які є методи генерації ідей

Методи генерації ідей

Метод	Стислий опис
Метод Волта Діснея	Розподіляємо мислення на три ролі: Мрійник, Реаліст, Критик.
Метод скампер (SCAMPER)	Змінюємо продукт, ставлячи запитання: що замінити, поєднати, адаптувати, модифікувати, використати по-іншому, прибрати, змінити? Наприклад, у школі продають бутерброди. Замінити: замість звичайного хліба – цільнозерновий. Поєднати: зробити бутерброд + смузі. Модифікувати: продавати мінібутерброди як «снеки». Використати інакше: замовлення онлайн у чаті класу.
Метод аналогії	Шукаємо схожі ситуації або рішення в інших сферах.
Сходи потреб	Аналізуємо потреби людини: від базових до складніших – і шукаємо ідеї для кожного рівня.
Сила десяти	Генеруємо 10 варіантів ідеї, навіть якщо здається, що вже все придумано.
Діаграма Венна	Поєднуємо різні теми/сфери, шукаючи спільне – там і народжується нова ідея.
Метод угруповання	Об'єднуємо схожі ідеї в групи, щоб побачити напрями.
Метод «Шість капелюхів»	Мислимо в різних стилях: логічно, емоційно, творчо, критично, позитивно, нейтрально. Команда «одягає» уявні капелюхи й дивиться на ідею з різних боків: білий – факти, червоний – емоції, чорний – ризики, жовтий – переваги, зелений – нові ідеї, синій – підсумок. Наприклад: ви хочете відкрити шкільну кав'ярню: <i>білий</i> : у школі 400 учнів, попит є; <i>червоний</i> : багатьом подобається запах кави; <i>чорний</i> : потрібні гроші на обладнання; <i>жовтий</i> : прибуток можна витратити на шкільні проекти; <i>зелений</i> : замість кави продавати корисні чаї та какао; <i>синій</i> : робимо пілотний проект у малому масштабі.
Метод сходів	Рухаємося крок за кроком: від проблеми – до рішення.
Перевертень	Дивимося на проблему навпаки: «Як зробити гірше?» – і шукаємо протилежне.
Метод бінго	Випадкові слова або картинки – як поштовх до нової ідеї.
Метод «Чотири категорії»	Розглядаємо ідеї за чотирма напрямками: продукт, процес, люди, місце.
Метод голосування	Обираємо найкращу ідею разом, голосуючи.

Головним інструментом для генерації ідей є брейнстормінг, тобто «Мозковий штурм». Спочатку генерують всі можливі варіанти, включаючи найнеймовірніші, а потім з них обирають і доопрацьовують найкращі. Цей метод, запропонований Алексом Осборном, стимулює творчу активність і допомагає знайти нестандартні рішення (мал. 27).

Метод «Мозковий штурм» – це техніка для генерації якомога більшої кількості ідей для розв’язання проблеми, що проводиться в групі (або індивідуально) без критики ідей на етапі їх створення.



Мал. 27. Правила
«Мозкового штурму»

Наприклад: клас хоче заробити гроші для шкільної бібліотеки. Учні пропонують організувати шкільний ярмарок, де «продавати пиріжки», «організувати концерт», «зробити благодійний забіг», «продавати екторбинки». Спершу ідей може бути 20–30, а потім обирають найреальніші та найкращі ідей.

Також варто звернути увагу на **метод дизайн-мислення (Design Thinking)**. Це метод, який допомагає генерувати ідей, швидко їх

тестувати та вдосконалювати. Він вчить дивитися на завдання очима користувача, випробовувати різні рішення та обирати найефективніші.

Як перевірити свою ідею? Перш ніж почати, поставте собі чотири запитання:

1. Чи подобається вам ця ідея? Якщо ні, буде складно працювати довго.
2. Чи потрібна вона іншим? Подумайте, хто буде вашим клієнтом чи користувачем.
3. Чи можете ви це зробити у своїх умовах? Чи є час, ресурси, команда?
4. Чи можна заробити (або принести користь)? Ідея має давати результат: гроші, досвід чи користь для громади.

3. Як формувати місію, візію та цінності підприємства

Що таке місія та як її формувати?

Місія – це стисле формулювання мети існування компанії, її основні завдання та цінність, яку вона створює для клієнтів і суспільства. Наприклад, «наша місія – зробити здорові перекуси доступними для кожного учня».

Місія відповідає на такі запитання:

- Хто ми? Заради чого ми об'єдналися?
- Що ми робимо? Для кого ми це робимо?
- Для чого існує наш проєкт?

Завдяки чітко сформульованій місії свого часу зросло чимало відомих брендів. Наприклад, місія **ІКЕА** – поліпшувати побут людей. Це надихає компанію створювати доступні, зручні та стильні меблі. Місія **StudBizEU (School of ME, Україна)** – навчити учнів створювати соціально корисні проекти та розвивати підприємницьке мислення. Місія **VolunTEENS (Українська Волонтерська Служба)** – дати молоді перший досвід волонтерства та навчити створювати зміни в громаді. Місія **Joint Opportunities in Business for Youth (Україна – Молдова)** – розвивати підприємницькі навички молоді та відкривати доступ до бізнес-можливостей.

Навіщо потрібна місія?

Дає змогу сформувати стратегічне бачення.

Об'єднує команду, даючи розуміння, куди ви разом рухаєтеся.

Приваблює клієнтів і партнерів, які поділяють ваші цінності.

ТОППОРАДА (ЯК СТВОРИТИ МІСІЮ)

Формуючи місію, зосередьтеся на ключовому.

1. Фокусуйтеся на клієнтах. Скажімо, місія Amazon – бути найбільш клієнтоорієнтованою компанією у світі. Тож організація будує всі процеси навколо потреб покупців.

2. Будьте амбітними й водночас реалістичними. Знайдіть баланс між мрією і тим, чого ви реально можете досягти.

3. Зважте на товари/послуги. Місія покликана відображати те, що ви робите, але не обмежувати розвиток.

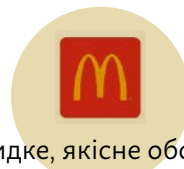
Пам'ятайте! Важливо, щоб місія була простою, зрозумілою, актуальною, чіткою, правильно оформленою (мал. 28).



Надихати та передавати інновації кожному спортсмену у світі



Спільна робота й життя для загального блага



Швидке, якісне обслуговування клієнтів за допомогою стандартного набору продуктів

Мал. 28. Приклади місій великих компаній

Що таке візія та як її формувати?

Візія – це стратегічний образ того, куди ви прямуєте. Вона окреслює амбіції та надихає команду працювати разом задля великої мети. Без чіткої візії бізнес ризикує зупинитися в розвитку. Це ваш внутрішній маяк, що дає змогу рухатися в умовах невизначеності.

Візія – це довгострокове бачення ідеального майбутнього компанії, її амбітна ціль, якої вона прагне досягти за 3–10 років. Наприклад, візія – кожна школа повинна мати власне кафе здорового харчування.

Візія відповідає на запитання:

Ким ми хочемо стати в майбутньому? Куди ми прямуємо?

Яким ми бачимо майбутнє? Чого ми хочемо досягти в майбутньому?

Задовго до того, як дистанційна робота стала трендом, Zoom сформулював свою візію так: «Дати людям змогу досягти більшого завдяки відеозв'язку». Це набуло особливої актуальності під час пандемії.

Як визначити візію?

Мисліть масштабно. Ваше бачення – образ майбутнього компанії.
Будьте натхненниками. Наприклад, візія LEGO – надихати й розвивати будівельників.
Орієнтуйтеся на довготривалу перспективу. Візія – це компас, завдяки якому ви подолаєте виклики часу.

ТОППОРАДА (ЯК ВИЗНАЧИТИ ВІЗІЮ)

Що варто взяти до уваги, формуючи візію проекту:

1. Мисліть перспективно. Як ви бачите свою справу за 5, 10 чи навіть 20 років?
2. Будьте амбітними. Нехай візія надихає і вас, й інших.
3. Зіставляйте з місією. Якщо місія – ваш старт, то візія – фінішна пряма.

ЧАС ДЛЯ РОЗДУМІВ

Поясніть слова американського підприємця, бізнесмена Стіва Джобса: «Якщо ви працюєте над чимось, що вас по-справжньому захоплює, що близьке вашому серцю, – вас не потрібно підштовхувати. Візія тягнутиме вас за собою».

Що таке цінності та як їх формувати?

«Нас не лише купують – нас обирають!» Саме так говорять бізнеси, які чітко визначили власні цінності. Уявіть, що ви шукаєте партнерів або нову роботу. Що буде вирішальним чинником? Яскравий логотип чи принципи, які поділяє компанія? Цінності – це те, у що ми віримо, наприклад чесність, екологічність, доступність.

Цінності – це фундаментальні принципи, які об'єднують команду, клієнтів та партнерів і визначають прийняття рішень на щоденній основі.

«Просто зроби це». Це не лише гасло, а й філософія компанії Nike. Її цінності – амбіції, сміливість і креативність – мотивують виходити за межі можливого.

Навіщо потрібні цінності?

Об'єднувати команду навколо спільної мети.
Вибудовувати довірливі стосунки з клієнтами та партнерами.
Формувати корпоративну культуру, яка мотивує.

ТОППОРАДА (ЯК ОБРАТИ ЦІННОСТІ)

1. Проаналізуйте культуру бренду. Чим ваша компанія відрізняється від інших?
2. Залучіть команду. Проведіть опитування, щоб почути, які принципи важливі колегам.
3. Трансформуйте цінності в дії. Якщо екологічність, то це має простежуватися в кожному бізнес-процесі: від пакування товарів до вибору постачальників.

Яка користь від чіткої візії, місії та цінностей

- **Для персоналу:** мотивує співробітників досягати спільних цілей та реалізувати призначення компанії.
- **Для управління:** слугує основою для стратегічного планування, SWOT-аналізу та розв'язання управлінських завдань.
- **Для бренду:** створює сильний бренд, основу для довіри та лояльності клієнтів.
- **Для бізнесу:** дає змогу компанії зберігати фокус, розвиватися та залишатися конкурентоспроможною на ринку.

Завдання: користуючись сайтами великих компаній, знайдіть приклади візії, місії та цінностей.

МОДЕЛЮЄМО СИТУАЦІЮ

1. У вашому навчальному закладі відкривають шкільне кафе.

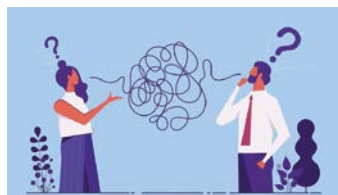
1. Якою має бути місія цього кафе? **2.** Якою може бути його візія на п'ять років? **3.** Які цінності воно може просувати (наприклад, здорове харчування, доступність, дружня атмосфера)?

2. Уявіть, що ви відкриваєте шкільний гурток з ремонту велосипедів.

1. Хто ваші клієнти? **2.** У чому особливість вашої послуги? **3.** Які цінності ви хочете донести?

ДИСКУСІЙНИЙ КЛУБ

1. Що важливіше: заробляти гроші чи робити корисні справи для школи? **2.** Чи може маленький шкільний бізнес змінити життя школи або мікрорайону? **3.** Чи може невдала ідея бути корисною? Обговоріть: якщо бізнес-ідея не спрацювала, чи означає це, що час було витрачено даремно?



ПРАКТИЧНИЙ КЕЙС

Генеруємо підприємницькі ідеї, формуємо місію, візію та цінності проєкту

1. Генерація бізнес-ідей.

1. Об'єднайтеся в групи по п'ять-десять осіб.

2. Протягом 10 хв методом мозкового штурму придумайте щонайменше десять ідей для шкільного підприємництва (*екомагазин, оренда книжок, фотостудія, сувеніри, подкасти тощо*).

3. Оберіть чотири найкращі ідеї та коротко поясніть, чому саме їх обрали.

4. Перевірте кожну ідею за чотирма критеріями: **1)** Чи подобається вона вам? **2)** Чи потрібна іншим? **3)** Чи реально її реалізувати зараз? **4)** Чи принесе вона користь (прибуток, досвід, допомогу)?

5. Залиште лише ті ідеї, які відповідають усім критеріям.

2. Місія, візія, цінності.

1. Згідно зі згенерованою ідеєю придумайте власний мініпроєкт (*шкільна кав'ярня, ярмарок, друк футболок тощо*):

- складіть місію (1 речення);
- опишіть візію (що буде через два-три роки, якщо проєкт успішний);
- визначте три-чотири цінності (*чесність, екологічність, командна робота тощо*).

2. Оцініть потреби: які людські потреби ви задовольняєте, які глобальні проблеми можете розв'язати й чому клієнти обиратимуть саме вас.

3. Інтегруйте візію, місію та цінності в щоденну діяльність вашого підприємства. Це допоможе мотивувати всіх учасників, знайти однодумців і створити позитивний імідж.

3. Створіть плакат для презентації вашої ідеї. Використайте малюнки, гасла, символи. Представте результати іншим групам.

КОРОТКО ПРО ГОЛОВНЕ

Підприємницька ідея – це задум створити корисний продукт чи послугу. Її можна знайти у власних інтересах, проблемах довкола або прикладах інших. Для генерації ідей використовують методи: мозковий штурм, SCAMPER, «Шість капелюхів» тощо. Гарна ідея поєднує бажання, користь і можливості. Кожна ідея має спиратися на місію (*навіщо?*), візію (*куди йдемо?*) та цінності (*у що віримо?*). Це основа бізнесу: місія дає фокус, візія – мотивацію, а цінності – напрям для щоденних рішень і командної єдності.

ПЕРЕВІРЯЄМО СЕБЕ

1. Використовуючи метод «Шість капелюхів», обговоріть одну-дві з ваших ідей, одягнувши «мисленнєві капелюхи»:

○ Білий – факти: що ми вже знаємо?

● Червоний – емоції: що ми відчуваємо щодо цієї ідеї?

● Чорний – ризики: що може піти не так?

● Жовтий – переваги: що в цій ідеї позитивного?

● Зелений – креатив: як її можна поліпшити?

● Синій – управління: як організувати реалізацію?

2. Саморефлексія. 1) Що вам сподобалося в роботі над ідеєю? 2) Яку роль ви виконували в команді? 3) Які ідеї були найцікавішими, але не відповідали всім критеріям? 4) Чи можна ці ідеї адаптувати або об'єднати з іншими? 5) Які ще навички потрібні для реалізації проєкту?

ФІНАНСОВИЙ ГЕНІЙ

Перейшовши за посиланням <https://cutt.ly/yrzgPgMu> або QR-кодом, перегляньте відео «Велика ціль для малого бізнесу». Створіть ментальну карту з прикладами на тему «Місія, візія та цінності – це фундамент бізнесу».



ДУМКИ В ДОРОГУ

*Ідеї не падають з неба –
вони виростають з уважного
погляду на світ і бажання
щось змінити.*

*Шановне учнівство, ви навчилися бачити не просто речі, а можливості.
Тепер ваша задача – не боятися пробувати, бо навіть найменша ідея
може стати великим початком.*

ТЕМА 4. ОБРАННЯ БІЗНЕС-МОДЕЛІ ПІДПРИЄМСТВА

§ 21. Як обрати бізнес-модель шкільного підприємства

Які приклади бізнесів ви знаєте й чим вони відрізняються один від одного?

Як ви уявляєте ідеальну модель для шкільного підприємства – і цікаву, і корисну для громади?

КЛЮЧОВІ ТЕРМІНИ І ПОНЯТТЯ

- Бізнес-модель

1. Що таке бізнес-модель

Кожне підприємство починається з ідеї. Але ідеї замало. Потрібно зрозуміти, як ця ідея працюватиме на практиці: хто буде клієнтом, що ми будемо продавати, звідки візьмемо гроші, які матимемо витрати, як створюється цінність для людей. Це і є бізнес-модель, основа будь-якого бізнесу. Навіть шкільне підприємство не може бути успішним без правильно обраної бізнес-моделі.

Бізнес-модель – це спосіб, за допомогою якого підприємство створює цінність для клієнтів та отримує дохід.

Бізнес-модель показує, що саме продає чи пропонує компанія, за що платять клієнти, як фірма заробляє гроші та залишається успішною серед конкурентів. Розберімо приклад бізнес-моделі для шкільного підприємництва: організувати продаж корисних перекусів у школі.

- *Хто клієнти:* учні та вчителі;
- *яка цінність:* здорові, доступні й смачні перекуси;
- *канали продажу:* шкільний буфет чи ярмарок;
- *витрати:* продукти, пакування;
- *дохід:* гроші від продажу;
- *прибуток* = дохід – витрати.

Важливо розрізняти: **бізнес-модель** – що і як працює, а **бізнес-план** – детальний документ із цифрами, розрахунками й строками.



2. Які види бізнес-моделей існують

Є *традиційні бізнес-моделі*, які існують давно та підходять для новачків, і *новітні*, що з'явилися з розвитком технологій (мал. 29). Інноваційна (новітня) – базується на використанні технологій, наприклад онлайн-магазини, мобільні застосунки, платформи.

ТРАДИЦІЙНІ МОДЕЛІ

Роздрібний продавець

Купує товари у виробника й продає їх клієнтам (магазини, супермаркети). Наприклад, продаж канцелярії або перекусів у школі.

Доставка

Компанія перевозить товари чи вантажі та отримує гроші за послугу (кур'єри, пошта).

Франчайзинг

Відома компанія дає змогу іншій людині працювати під її брендом за відсоток прибутку. Наприклад, McDonald's.

Плата за послуги

Люди платять за конкретну роботу: манікюр, стрижку, ремонт, консультацію. Наприклад, проведення майстер-класів.

«Зворотне лезо»

Спочатку дорогий товар, а потім дешевші доповнення (телефон та аксесуари, приставка й ігри).

Ринок

Місце, де продавці пропонують свої товари, а власник ринку бере за це плату (базар, ТРЦ, онлайн-майданчики типу OLX).

Виробник

Виготовляє товари у великій кількості та продає іншим компаніям або людям (фабрики, заводи). Наприклад, виготовлення сувенірів, випічки.

«Бритва і лезо»

Основний товар дешевий, але додаткові частини дорогі (бритва й леза, принтер і чорнила). Наприклад, продаж принтера та картриджів до нього.

Посередництво

Людина чи компанія зводить продавця і покупця, отримуючи комісію (брокери в нерухомості). Наприклад, організація благодійних ярмарків.

НОВІТНІ МОДЕЛІ

Freemium

Користувач отримує базовий продукт безкоштовно, а за додаткові функції – платить. Наприклад: у застосунку для навчання мов можна отримати уроки безкоштовно, але платити за сертифікат або персонального тренера.

Підписка

Клієнт щомісяця або щороку платить за користування сервісом. Наприклад: онлайн-бібліотека, де учні платять щомісяця за доступ до книжок, відео й тестів.

Краудфандинг

Люди підтримують ідею грошима ще до її запуску. Наприклад: учні хочуть створити шкільний подкаст і збирають кошти на мікрофони через платформу підтримки проєктів.

Мал. 29. Види бізнес-моделей

ОБГОВОРЕННЯ В ГРУПІ

Ви – команда учнів, яка хоче створити шкільне підприємство (наприклад, друкарня сувенірів, продаж випічки, онлайн-сервіс допомоги учням). Оберіть бізнес-модель для цього підприємства. Визначте, хто буде вашими клієнтами, які витрати та доходи очікуєте, як будете просувати продукт.

ДИСКУСІЙНИЙ КЛУБ

1. Чи зможе онлайн-бізнес (інтернет-магазини, сервіси доставки) повністю замінити традиційні магазини? Об'єднайтеся у дві групи: **Група 1** – Так, зможе; **Група 2** – Ні, не зможе. Аргументуйте свою позицію. **2.** Чи можна в школі робити бізнес онлайн? Наприклад, продавати електронні шпаргалки чи онлайн-уроки для молодших. Чи етично це?

3. Як обрати найоптимальнішу бізнес-модель шкільного підприємства

Щоб описати та наочно продемонструвати бізнес-модель проекту, використовують різні методи. Один з найпопулярніших підходів до цього – канва бізнес-моделі (Business model canvas), яку розробив швейцарський підприємець Олександр Остервальдер. Це наочна схема роботи проекту, яка показує ключові процеси та елементи. Канва бізнес-моделі складається з дев'яти блоків.



Канва бізнес-моделі (Business model canvas)

Що визна-чаємо	Які питання ставимо	Пояснення
1. Сегменти споживачів (Хто наші клієнти?)		
Користувачі	Хто ці люди? Що хочуть отримати? Як на них можна вплинути? Як це краще робити – персонально чи масово? Де вони проводять дозвілля, що цінують, чого бояться?	Кому ми продаємо? Поділіть клієнтів на групи за віком, інтересами, стилем життя. Це допоможе правильно обрати товари чи послуги. Наприклад: <i>учні, вчителі, батьки.</i>
2. Ключові цінності (Що ми пропонуємо людям?)		
Які цінності придбають користувачі?	Що дає продукт? Які проблеми розв'язує?	Чому люди купуватимуть саме в нас? Визначте, чим ваш товар або послуга відрізняється від інших і чому людям варто обрати саме вас. Наприклад: <i>смачні й корисні перекуси за доступною ціною.</i>
3. Канали (Як ми продаємо?)		
Якими каналами збуту користувачі отримують ці цінності?	Як споживачі дізнаються про продукт? Як і де вони можуть його придбати?	Де клієнти отримують наш продукт? Оберіть, де і як найкраще продавати та рекламувати (соцмережі, реклама, сайт). Наприклад: <i>шкільний буфет, ярмарок, онлайн-замовлення в чаті.</i>

Що визна-чаємо	Які питання ставимо	Пояснення
4. Взаємодія з клієнтами (Як ми спілкуємося з клієнтами?)		
Які відносини вибудовуємо з користувачами?	Як і де ви взаємодієте з клієнтами?	Як ми спілкуємося з клієнтами (відносини з клієнтами)? Як ми підтримуємо зв'язок? Продумайте, як ви будете знаходити покупців і як утримувати їхню увагу. Наприклад: <i>усмішка при продажі, реклама через плакати, соцмережі, класні чати.</i>
5. Потоки доходів (Звідки гроші?)		
Як отримати дохід?	Як ви отримаєте прибуток? Як ще можна отримати прибуток?	Подумайте, звідки ви отримуватимете прибуток та які доходи очікуєте. Хто і за що платить? Наприклад: <i>учні купують перекуси за 20 грн/шт.</i>
6. Ключові ресурси (Що потрібно для роботи?)		
Які ресурси потрібні?	Що ви використовуєте для роботи вашого бізнесу? Обладнання, персонал, ваші особисті розумові ресурси тощо.	Це все, що потрібно для роботи компанії: люди, техніка, гроші, реклама, сайт тощо. Без чого бізнес не працюватиме? Наприклад: <i>продукти, посуд, столи, добровольці-учні.</i>
7. Ключові партнери (Хто нам допомагає?)		
Партнери і постачальники	Без яких партнерів ваш бізнес не може працювати?	Поміркуйте, з ким ви будете співпрацювати і чому це вигідно обом сторонам. Наприклад: <i>магазин має партнерів-постачальників. Хто може допомогти або постачати? Наприклад: батьки, місцеві фермери, друзі, учителі.</i>
8. Ключові дії (Що ми робимо?)		
Головні дії, які потрібні для роботи	З яких етапів складається діяльність вашого бізнесу?	Це те, що потрібно робити щодня, щоб бізнес працював і приносив прибуток. Які головні дії виконуються? Наприклад: <i>купуємо продукти, готуємо перекуси, рекламуємо, продаємо.</i>
9. Структури витрат (Які витрати?)		
Які витрати?	Які витрати є у вашого бізнесу?	Обчисліть, скільки грошей потрібно для роботи бізнесу (витрати на оренду офісу, заробітну плату тощо). На що витрачатимуться гроші? Наприклад: <i>на продукти, пакування, рекламу.</i>

ПРАКТИЧНИЙ KEYC

Як розробити власну бізнес-модель

У групі оберіть ідею (*продаж футболок, ярмарок солодоців, шкільний блог*). Заповніть у зошиті подані нижче дев'ять блоків вашої моделі. Презентуйте в класі.

Канва бізнес-моделі О. Остервальдера

Ключові партнери	Ключові види діяльності	Ціннісна пропозиція	Взаємовідносини з клієнтом	Споживчий сегмент
	Ключові ресурси		Канали збуту	
Структура витрат			Потоки надходження доходів	

ТОППОРАДА (ЯК РОЗРОБИТИ ВЛАСНУ МОДЕЛЬ БІЗНЕСУ)

1. Вивчіть аудиторію. Подумайте, хто може купувати ваші товари чи послуги. Це можуть бути діти, батьки, молодь, мешканці певного міста чи району. Важливо знати, що їм подобається та які в них проблеми.

2. Зробіть пропозицію. Якщо ви зрозуміли потреби людей, вирішіть, що саме ви можете їм дати. Для цього треба врахувати свої можливості, а також з'ясувати, чого ще немає на ринку.

3. Визначте, як заробляти. Є різні способи отримувати прибуток. Наприклад, якщо в населеному пункті мало розваг для дітей, можна відкрити ігрову кімнату, творчу школу, продавати іграшки чи організовувати атракціони.

4. Подумайте про ризики. Заздалегідь уявіть, з якими труднощами можете стикнутися: конкуренти, проблеми з роботою, кризи. Спробуйте знайти рішення ще до початку роботи.

5. Знайдіть партнерів. Бізнес рідко існує сам по собі. Наприклад, магазину потрібні постачальники, кафе – фермери чи виробники продуктів, а онлайн-магазину – хостинг¹.

6. Перевірте бізнес-ідею. Спершу запустіть пробну версію. Зробіть акції, знижки, запитайте думку клієнтів. Після цього змініть модель так, щоб вона краще працювала в реальних умовах.

Приклад заповнення канви для шкільного бізнесу.

Ідея: «Здорові перекуси для школярів»

Блок	Зміст
Хто клієнти?	Учні 5–11 класів, учителі/вчительки
Що пропонуємо?	Смачні та корисні перекуси (фрукти, батончики, смузі)
Як продаємо?	Шкільний буфет, на ярмарках

¹ *Хостинг* – послуга надання дискового простору, підключення до мережі та інших ресурсів для розміщення фізичної інформації на сервері, що постійно перебуває в мережі.

Блок	Зміст
Як спілкуємося?	Афіші, шкільний чат, усна реклама
Звідки гроші?	Продаж перекусів по 20 грн
Що потрібно?	Продукти, посуд, холодильник
Що робимо?	Закупівля продуктів, приготування, продаж
Хто допомагає?	Батьки, місцевий магазин, учителі/вчительки
Які витрати?	Закупівля фруктів, пакування, реклама

Завжди слід розрізняти:

Дохід = ціна $\times$ кількість проданого товару чи послуги.

Прибуток = дохід – витрати.

Наприклад: Ми продали 100 булочок по 10 грн = 1000 грн (дохід).

Витратили 600 грн на продукти та електроенергію.

Прибуток = 1000 – 600 = 400 грн.

МОДЕЛЮЄМО СИТУАЦІЮ

Уявіть: ви – команда молодих підприємців у невеликому місті, де немає кав'ярні, але багато молоді.

1. Порівняйте дві моделі кав'ярні: традиційна кав'ярня (стаціонарне приміщення) – мобільна кава на виніс (кавомобіль або точка біля школи). Зважте плюси та мінуси: витрати, гнучкість, доступність, популярність серед молоді. Обґрунтуйте, яку модель краще обрати.

2. Ви вирішили додатково продавати печиво. Витрати – 500 грн; ціна – 15 грн/шт.; продано – 60 шт. Обчисліть: чи доцільно продавати печиво? Прибуток чи збиток ви отримали?

ЦІКАВИЙ ФАКТ

У дев'ятирічному віці мешканка штату Пенсильванія (США) Неха Гупта (Neha Gupta) започаткувала своє підприємство «Empower Orphans», що займається продажем листівок, які виготовлені вручну. За короткий час засноване нею підприємство збило 30 тисяч доларів для сиріт Індії. Неха вирішила присвятити своє життя благодійності. Це приклад того, як підприємницька модель може поєднувати заробіток, соціальну користь і глибоку мотивацію.



КОРОТКО ПРО ГОЛОВНЕ

Бізнес-модель – це «карта», яка показує, як ідея перетворюється на справжній бізнес. Вона пояснює: хто клієнти, що ми пропонуємо, як продаємо, які доходи та витрати маємо. Існують різні моделі: роздріб, виробництво, послуги, підписка, посередництво тощо.

Business Model Canvas допомагає візуально побудувати свою модель.

Слід розрізняти дохід і прибуток: дохід $\neq$ прибуток. Прибуток = дохід – витрати. Шкільне підприємство може бути не лише прибутковим,

а й корисним для громади. Головна ідея для учнів: бізнес-модель – це перший крок до перетворення мрії на дію. Якщо правильно обрати модель, навіть маленький шкільний проєкт може стати успішним.

ПЕРЕВІРЯЄМО СЕБЕ

- 1. Що таке бізнес-модель? Чим відрізняється бізнес-модель від бізнес-плану?
- 2. Назвіть три бізнес-моделі, які можуть працювати в школі.
- 3. Які блоки входять у Business Model Canvas?
- 4. Чим відрізняється дохід від прибутку?
- 5. Перейшовши за посиланням <https://forms.gle/fr9M3e76a64MzX4q9> або QR-кодом, виконайте тести за темою. Можете використовувати інтернет, ШІ для пошуку інформації.



ФІНАНСОВИЙ ГЕНІЙ (НА ВИБІР)

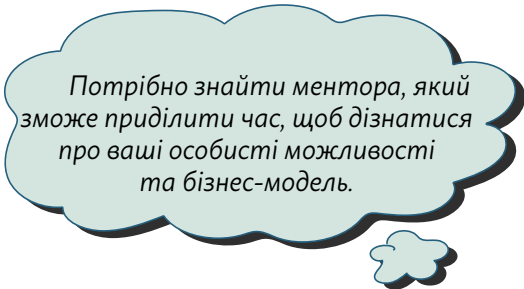
Уявіть, що ви плануєте створити шкільне підприємство «Смаколики для школи». Ваше завдання – обрати бізнес-модель, яка буде найефективнішою та реальною для вашого проєкту. Для цього:

- 1. Напишіть своїми словами, що означає «бізнес-модель» і навіщо вона потрібна вашому проєкту.
- 2. Ознайомтеся з поданими нижче прикладами бізнес-моделей та оберіть оптимальну для вашого проєкту.
 - Продаж продукту (кекси, печиво, батончики).
 - Підписка/абонемент (щотижневий набір смаколиків).
 - Соціальне підприємство (частина прибутку витрачається на шкільні ініціативи).
 - Гібрид (поєднання продажу та соціальної місії).
- 3. Заповніть у зошиті таблицю за поданими нижче критеріями.

Модель	Чому обрали саме цю модель	Можливі ризики	Потенційний прибуток
--------	----------------------------	----------------	----------------------

- 4. Подумайте, чому вибір бізнес-моделі важливий для успіху проєкту. Як соціальна місія може вплинути на вибір моделі?

ДУМКИ В ДОРОГУ



Шановне учнівство, обираючи бізнес-модель, ви закладаєте основу успіху свого проєкту та вчитеся мислити стратегічно. Не бійтеся експериментувати та поєднувати ідеї – саме так народжуються найефективніші шкільні підприємства.

ТЕМА 5. МАРКЕТИНГОВЕ ДОСЛІДЖЕННЯ РИНКУ

§ 22–23. Як маркетинг, маркетингова стратегія та дослідження ринку впливають на успіх бізнесу

Що саме робить ваш улюблений магазин чи бренд особливим для вас?

Чи можна просто здогадатися, що потрібно клієнтам, чи краще перевірити?

Чи купували ви щось лише тому, що товар красиво упаковано або розрекламовано?

1. Що таке маркетинг і навіщо бізнесу потрібна маркетингова стратегія

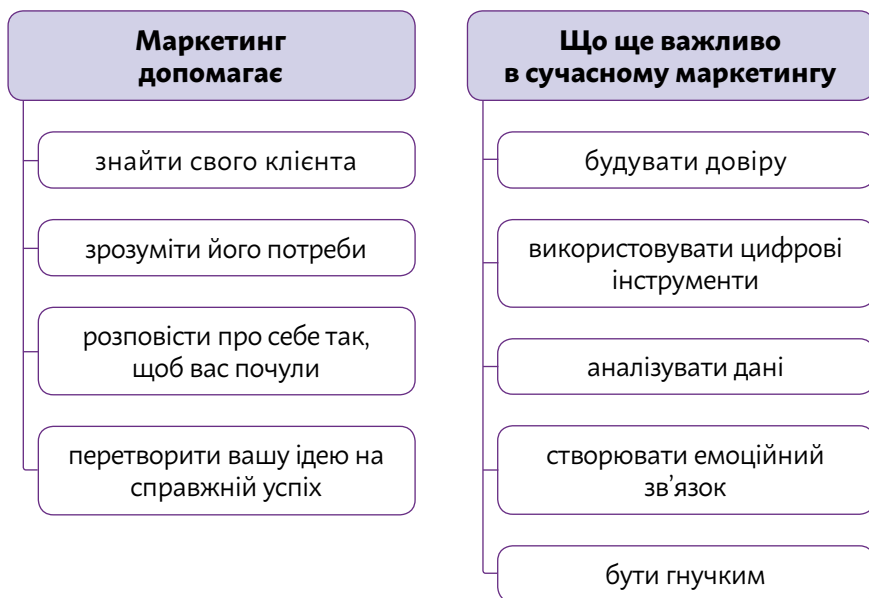
У вас уже є ідея для шкільного підприємства. Це може бути будь-що, цікаве для вас і корисне для інших. Ви можете продавати домашню випічку, створювати сувеніри, організовувати креативні заходи або навіть розробити екологічну пляшку чи навчальний додаток. Це не лише бізнес, це ваш внесок у шкільну спільноту, ваша соціальна ініціатива.

Як зробити так, щоб про вас дізналися, вас запам'ятали й у вас купували? Бо навіть найгеніальніша ідея залишиться лише думкою, якщо її не побачать і не зрозуміють інші. Саме для цього створений маркетинг – мистецтво та наука донесення цінності.

Розгляньте малюнок 30, на якому подано основні функції маркетингу та основні сучасні інструменти та підходи.

КЛЮЧОВІ ТЕРМІНИ І ПОНЯТТЯ

- Маркетинг
- Масштабування
- Маркетингова стратегія
- Маркетингове дослідження
- Ціноутворення



Мал. 30. Що таке маркетинг і як він працює сьогодні

Маркетинг – це система дій, яка допомагає створювати, просувати та продавати продукт або послугу, що задовольняє потреби людей.

Тож маркетинг – це коли ви даєте людям не просто те, що вони хочуть, а й те, що їм справді потрібно, навіть якщо вони ще самі цього не усвідомили.

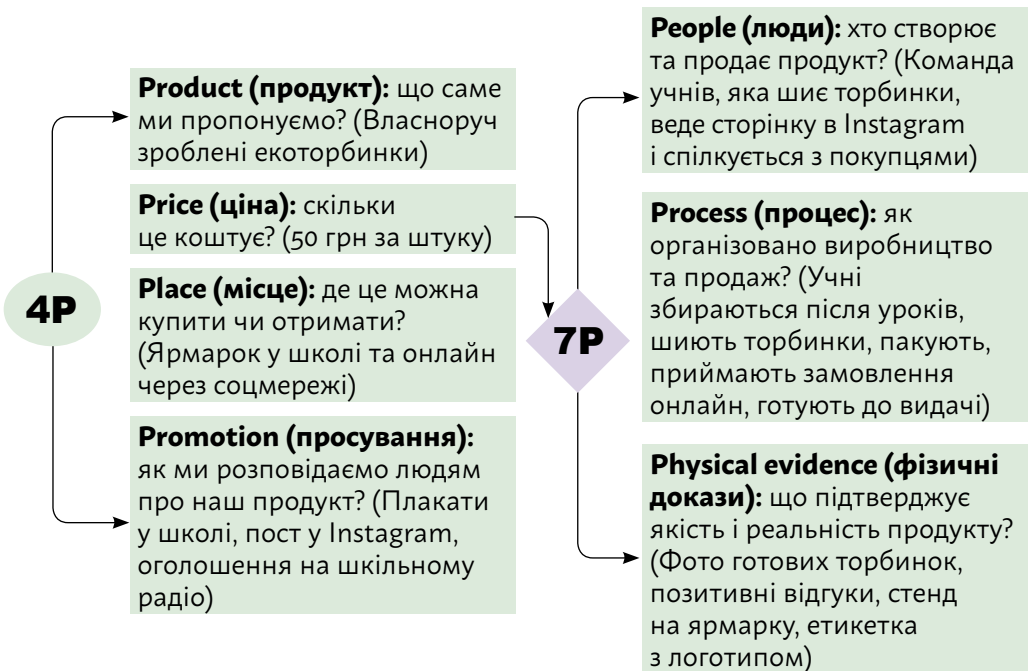
У сучасному світі споживачі не завжди прямо кажуть, чого вони прагнуть. Іноді їхні бажання – це емоції, болі, незручності, мрії, які ховаються за звичними словами. Сучасний маркетинг відіграє роль психолога бізнесу: він вивчає не лише «що купують», а «чому саме це», «що за цим стоїть» і «як зробити життя клієнта кращим».



Тому якщо ви продаєте екологічні пляшки, ви розумієте, що люди не просто хочуть пляшку, вони хочуть: бути здоровими, піклуватися про природу, мати сучасний вигляд і новітні шкільні речі.

Саме маркетинг допомагає зрозуміти ці глибокі бажання і створити продукт, який задовольнить їх. Завдяки маркетингу створюється правильний продукт для правильних людей у правильний час. Це стратегія, емоція і зв'язок, і більших успіхів досягають ті, хто не просто рекламує, а дослухається до своїх клієнтів.

Маркетологи користуються традиційною моделлю «4Р», але є сучасне доповнення цієї моделі – «7Р» (мал. 31).



Мал. 31. Моделі маркетингу 4Р та 7Р

Маркетингова стратегія – це план, як саме ви будете просувати свій продукт, щоб досягти успіху.

Ключові моменти сучасної стратегії маркетингу

- **Цінність для клієнтів.** Продукт/послуга має розв'язувати реальну проблему чи задовольняти потребу, створювати емоційний зв'язок. *Продаємо корисні снеки, щоб учні мали здоровий перекус на перервах.*
- **Цільові сегменти.** Чітке розуміння, хто ваш клієнт і чого він хоче. Визначення цільової аудиторії – перший крок стратегії. *Молодші учні, старшокласники, учителі, батьки.*
- **Позиціонування.** Важливо чітко показати, чим компанія відрізняється від конкурентів і яку унікальну цінність пропонує. *Наші снеки не просто смачні, а ще й корисні та дешевші за магазинні, це символ єдності класу, слідування здоровим звичкам.*
- **Канали взаємодії.** Як компанія комунікує з клієнтами (онлайн, офлайн, соцмережі, e-mail, CRM¹, контент-маркетинг²). *Соцмережі, плакати, дегустації, особисті рекомендації, чат у Viber, шкільне радіо.*
- **Бізнес-результат.** Стратегія має бути орієнтована на досягнення конкретних цілей: продажів, впізнаваності, лояльності, масштабування. *Скільки людей купили наш продукт, чи готові вони купити знову.*

Без стратегії маркетинг нагадує стрільбу наосліп. Стратегія допомагає сфокусувати зусилля там, де вони дають найбільший ефект.

Масштабування – це стратегія розширення бізнесу: збільшення кількості споживачів і прибутку, вихід на нові ринки збуту.

ОБГОВОРЕННЯ В ГРУПІ

Подумайте та обговоріть, які приховані бажання можуть бути у ваших потенційних покупців. Наприклад, якщо вони купують випічку, це лише бажання поїсти чи щось більше?

ЧАС ДЛЯ РОЗДУМІВ

1. Чи замислювалися ви, як маркетинг впливає на вашу поведінку? **2.** Які відчуття виникають, коли бачите нативну рекламу, тобто рекламу, що має вигляд звичайної поради чи цікавої історії? А як щодо недоброчесного маркетингу – якщо реклама приховує правду або маніпулює? Наведіть приклади. Подумайте, яку нативну чи іншу рекламу ви можете використати для свого підприємства.

2. Чому без дослідження ринку важко побудувати успішний бізнес

Бізнес – це відповідь на реальну потребу людей. Тож успішна ідея – це та, яка розв'язує справжню проблему. Тому перше запитання, яке має поставити собі кожен підприємець: «Що хвилює людей, що їм незручно, складно або болісно? Чи може моя ідея змінити ситуацію на краще?». Якщо відповідь – «ні», то навіть найяскравіший продукт не стане успішним, бо можна витратити час, гроші й сили даремно. Щоб зрозуміти, що саме цікавить людей, які в них потреби, як

¹ CRM – програма для зручного спілкування з клієнтами (зберігає контакти, історію покупок, надсилає повідомлення, нагадує про важливі дати тощо).

² Контент-маркетинг – спосіб привернути увагу людей через цікаві тексти, відео чи картинки, щоб вони захотіли щось купити або дізнатися більше.

поводяться конкуренти та які тенденції зараз на ринку, ми проводимо маркетингове дослідження.

Маркетингове дослідження – це систематичний збір, аналіз та інтерпретація інформації про ринок, споживачів, конкурентів, тенденції, умови середовища, що дає змогу підприємству приймати обґрунтовані рішення, будувати стратегію, яка працює, та розвивати свій бізнес.

Маркетингове дослідження – це перший крок до створення успішного продукту або послуги. Дослідження допомагає не здогадуватися, а **точно знати**, що потрібно людям і як це запропонувати. Виокремлюють:

- **якісні** методи дослідження (наприклад, інтерв'ю) – допомагають глибше зрозуміти думки, емоції та мотивацію людини через відкриті відповіді;
- **кількісні** методи (наприклад, анкета) – збирають числові відомості, які легко аналізувати у відсотках і таблицях.

Якісне дослідження шукає сенси, кількісне – показує загальну картину.

Ми проводимо дослідження, щоб:

Зрозуміти клієнтів

Хто вони? Чого хочуть? Як поведуться? Скільки готові платити?

Це дає змогу створити продукт, який справді буде корисним і бажаним.

Спланувати продукт

Що саме варто виробляти або продавати? Які функції, дизайн, ціна? Ми аналізуємо тренди, інтереси, потреби й створюємо те, що буде актуальним.

Перевірити ідею

Чи варто запускати саме цей продукт?

Дослідження допомагає не витратити час і гроші на те, що нікому не потрібно.

Проаналізувати конкурентів

Хто вже працює на цьому ринку? Що вони роблять добре? Що – не дуже?

Це дає шанс зробити краще, унікальніше, цікавіше.

Вивчити умови середовища

Які ціни, локації, канали продажу? Як люди купують?

Це допомагає обрати правильне місце, формат і спосіб комунікації.

Який вигляд це має на практиці?

Уявімо, що ви хочете створити соціальне кафе в школі. Ви можете дослідити:

- які перекуси учні купують найчастіше;
- скільки вони готові платити;
- чи є конкуренція (буфет, автомати);
- які продукти зараз у тренді (здорові снеки, екопакування).

Це дає вам чітке розуміння, що саме запропонувати, як оформити та як зробити так, щоб обрали саме вас.

ТОППОРАДА (ІЗ ЧОГО ПОЧИНАЄТЬСЯ СПРАВЖНЯ ІДЕЯ)

1. Починайте з людини, не з продукту. Хто ваш клієнт? Як він живе, що його хвилює, як проводить день? Уявіть його детально – це допоможе створити ідею, яка справді змінить його життя.

2. Досліджуйте глибоко, але просто. Ставте прості запитання, слухайте уважно. Люди не завжди говорять прямо – спостерігайте за їхніми діями, звичками, реакціями.

3. Тестуйте й спостерігайте. Малий експеримент краще, ніж великий ризик. Перевіряйте ідеї на практиці, адаптуйтеся до реальних потреб.

Приклад ІКЕА

Перед відкриттям магазину вони вивчають, як люди живуть, облаштовують простір, пересуваються містом і навіть пакують покупки. Це поведінковий маркетинг: глибоке розуміння реального життя клієнтів.

ПРАКТИЧНИЙ КЕЙС

Завдання 1.

Ознайомтеся з прикладом техкарти маркетингового дослідження для шкільного підприємства та проведіть аналогічне дослідження для вашого проєкту.

Техкарта маркетингового дослідження «Смаколики для шкільного підприємства»

(Мета: дізнатися, чи потрібні людям смаколики, які саме вони хочуть і як зробити продукт кращим)

Етап	Що робимо?	Пояснення + приклад
1. Формулюємо мету дослідження	Чітко визначаємо, що хочемо дізнатися	Чи справді учні потребують смаколиків і чи ця потреба залишається незадоволеною? Які саме смаколики обирають учні нашої школи й чому саме ці? Яку ціну вони готові платити за такий продукт і що для них є «доступно»? Формулювання запитань залежить від того, яку саме проблему або поведінку ви досліджуєте
2. Аналізуємо ринок	Досліджуємо, які подібні продукти вже є	Подивіться, що продається в магазині біля школи, у їдальні, в автоматах. Які види смаколиків, ціни, пакування?
3. Аналізуємо конкурентів	Вивчаємо, хто ще продає схожий товар і як	Наприклад: «У магазині печиво коштує 50 грн, але упаковка велика й незручно брати в школу»
4. Визначаємо цільову аудиторію	Хто буде купувати?	Учнівство 5–11 класів, учителі, батьки. Це важливо для правильного вибору смаків, ціни, дизайну

Етап	Що робимо?	Пояснення + приклад
5. Обираємо методи дослідження	Як будемо збирати інформацію	Анкета, опитування, інтерв'ю, спостереження. Наприклад: подивитися, що діти найчастіше купують на перерві
6. Складаємо запитання	Готуємо короткі, зрозумілі, конкретні запитання, але вони повинні бути розгорнуті, щоб можна було дати повну відповідь, а не «так» або «ні»	«Які смаколики ти любиш?» «Скільки готовий заплатити?» «Що тобі подобається в пакуванні, зовнішньому вигляді смаколика?»
7. Збираємо дані	Проводимо опитування: • не тиснемо на учасників; • не підказуємо «правильну» відповідь; • поважаємо особисту думку; • дякуємо за участь	Google Forms, паперові анкети, інтерв'ю з учнями, учителями, батьками. Пам'ятаємо: ми потребуємо не «правильних» відповідей, а справжніх. З прикладом анкети можна ознайомитися за посиланням або QR-кодом нижче
8. Аналізуємо результати	Рахуємо відповіді, шукаємо закономірності	Наприклад: «60 % учнів обрали шоколадні батончики, 30 % – печиво, 10 % – сухофрукти»
9. Робимо висновки	Визначаємо, що популярно, а що – не користується попитом	«Учні хочуть шоколадні батончики в маленькій упаковці до 15 грн»
10. Упроваджуємо	Створюємо продукт на основі дослідження	Готуємо смаколики з обраними смаками, тестуємо продажі, враховуємо побажання

- Перейшовши за посиланням <https://cutt.ly/Er3glkcN> або QR-кодом, ознайомтеся з прикладом анкети для опитування.



Після того як ви провели маркетингове дослідження, визначили товар або послугу, оцінили їхню актуальність для аудиторії та сформували початкову бізнес-ідею, настав час перейти до наступного етапу – розробки маркетингової стратегії. Саме на основі цих попередніх рішень ми можемо чітко визначити позиціонування, обрати цільову

аудиторію та спланувати ефективні канали просування. Без цього фундаменту стратегія буде не обґрунтованою, а інтуїтивною.

У сучасному стратегічному маркетингу виокремлюють ключову структуру, яка базується на STP-моделі¹. Розберімо цей підхід на прикладі бізнес-ідеї: сендвічі для учнів (мал. 32).

БІЗНЕС-ІДЕЯ: СЕНДВІЧІ ДЛЯ УЧНІВ. STP-ПІДХІД

Сегментація (Segmentation)

Це поділ ринку на групи споживачів за певними ознаками.

Приклад:

- Ми аналізуємо учнів у школі.
- Виявляємо, що в перервах багато хто голодний, але не має часу на повноцінний обід.
- Отже, поведінкова сегментація: учні, які шукають швидкий перекус між уроками. Ми не просто бачимо «всіх учнів», а визначаємо конкретну групу «голодні на перерві».



Цільове спрямування (Targeting)

Це вибір сегмента, на який ми будемо орієнтуватися.

Приклад:

- Ми вирішуємо створити сендвічі саме для цієї групи – голодних учнів на перервах.
- Продукт буде доступний у шкільному буфеті або через мобільне замовлення.

Ми не намагаємося продати всім, а цілеспрямовано працюємо з тими, кому це справді потрібно.

Позиціонування (Positioning)

Це формування унікального образу продукту в очах споживача.

Приклад:

- Наш сендвіч – єдиний у школі, зроблений зі свіжих інгредієнтів, без консервантів.
- Ми позиціонуємо його як: «Швидко. Смачно. Корисно». Реклама: «Сендвіч – перекус, який заряджає на наступний урок!»
- Ми не просто продаємо їжу, а створюємо образ – швидкий, смачний і корисний перекус для учня.



Мал. 32. Бізнес-ідея: сендвічі для учнів. STP-підхід

Для точного налаштування своїх продуктів і комунікацій STP-модель активно використовують такі глобальні бренди, як Coca-Cola, Apple, Nike, McDonald's, Volvo тощо.

¹ STP-модель – маркетингова модель, яка складається із сегментації (Segmentation), націлення (Targeting) та позиціонування (Positioning).

Завдання 2.

1. Ознайомтеся з поданим нижче прикладом маркетингової стратегії у форматі техкарти.

ТЕХКАРТА

«Як створити маркетингову стратегію шкільного бізнесу»

Крок 1. Визначте свою цільову аудиторію (етап Segmentation & Targeting)

- Хто буде купувати ваш продукт?
- Складіть «портрет клієнта»: вік, інтереси, що йому потрібно або чого бракує.

Крок 2. Дослідіть конкурентів (аналіз конкурентного середовища)

- Хто ще пропонує щось схоже?
- У чому вони сильні?
- У чому – слабкі?
- Чого їм бракує та як ви можете це впровадити?

Крок 3. Визначте свою унікальність (позиціонування продукту – Positioning)

- Чим ваш продукт/послуга вирізняється?
- Яка ваша головна перевага?
- Чому клієнти оберуть саме вас?

Крок 4. Складіть план просування (розробка комунікаційної стратегії)

- Як ви розкажете про свій продукт?
 - Постер у школі
 - Акція (наприклад, $1 + 1 = 3$)
 - Презентація на класній годині
- Подумайте, як зробити рекламу яскравою та зрозумілою.

Крок 5. Збір відгуків для поліпшення ефективності подальшого просування (оцінка ефективності та адаптація)

2. Перейшовши за посиланням <https://cutt.ly/yr3gzWV2> або QR-кодом, ознайомтеся з маркетинговими стратегіями відомих компаній, проаналізуйте їхні підходи та визначте, що з них може бути корисним для вас.



3. На основі техкарти та інформації про стратегії відомих компаній розробіть власну маркетингову стратегію для вашого проекту. Які стратегії ви запозичили у всесвітньовідомих компаній?

3. Як бізнес вирішує: скільки має коштувати товар і як його продати

Отже, ви команда молодих підприємців, що майже створила власний продукт: смачний батончик, екологічну листівку, печиво, смузі, шкільний мерч чи навіть послугу: наприклад, шкільну доставку. Але щоб ваш товар не просто існував, а його купували, потрібно знати дві ключові речі:

- як правильно встановити ціну;
- як зробити так, щоб про нього дізналися і захотіли купити.

Почнемо із ціни: якщо ціна буде занадто високою – ніхто не купить, якщо занадто низькою – ви не зможете заробити. Саме тут починається наука й мистецтво – *ціноутворення*.

Ціноутворення – це розрахунок правильної ціни, яка враховує витрати, прибуток і ринкову ситуацію.

Правильна ціна – це баланс між тим, скільки ви витратили, і тим, скільки готові платити клієнти. Формула для простого підрахунку: *прибуток = дохід – витрати*. Ціна – це не просто цифра на етикетці, це результат розрахунків, стратегій і навіть емоцій покупця (ціна 19 грн виглядає психологічно привабливішою, ніж 20 грн; пакет пропозицій: три булочки за 25 грн замість 30 – теж). Ціни не з’являються «зі стелі». Кожен підприємець має формулу та план, як їх рахувати.

Завдання 3.

Ознайомтеся з прикладом техкарти «Як визначити ціну товару/послуги» для шкільного підприємства та проведіть аналогічне дослідження для вашого проєкту.

Техкарта «Як визначити ціну товару/послуги»

Складова	Що це означає	Приклад: ідеальний шкільний смаколик
Собівартість	Скільки реально коштує виготовити товар: інгредієнти, упаковка, робота	Печиво: борошно, яйця, шоколад, упаковка
Непрямі витрати	Інші витрати: реклама, доставка, оренда, електрика	Плакат «Купи смаколик!», доставка до школи
Податки	Частина, яку треба заплатити державі (якщо бізнес офіційний)	У шкільному проєкті можна не враховувати, але варто знати
Прибуток	Скільки хочете заробити зверху	Наприклад, + 10 грн з кожного печива
Ринкові умови	Чи готові люди платити таку ціну, чи є конкуренти	У школі вже продають батончики за 20 грн – відтак печиво має бути не дорожче
Знижки/акції	Спеціальні пропозиції, щоб заохотити покупців	«Купи 2 – отримай 3-й безкоштовно» або «Знижка в день ярмарку»
Сезонність/ тренди	Чи актуальний товар зараз	Осінній ярмарок – ідеальний час для домашньої випічки
Брендинг/ упаковка	Який вигляд має товар, чи привабливий для покупця	Яскрава упаковка з назвою «Смаколик від серця» і логотипом класу

Далі ви можете коригувати ціну залежно від ситуації: зробити акцію, врахувати сезон або подивитися, що роблять конкуренти.

Щоб швидко обчислити ціну, можете використати такий лайфхак: «Запитайте у п’ятьох друзів/потенційних клієнтів, скільки вони готові заплатити за ваш продукт, – це і дасть вам реалістичне уявлення про “ринкову” ціну».

Тепер, коли ми визначилися із ціною, нам потрібно продати наш продукт/послугу. *Просування* – це дії, які привертають увагу до товару, формують інтерес і мотивують покупців зробити вибір. *Збут* – це як саме ми продаємо товар (у магазині, на ярмарку, онлайн, через знайомих тощо). Ціноутворення, просування і збут тісно пов’язані між собою, бо ціна впливає на продаж, а реклама – на сприйняття ціни.

Завдання 4.

Розгляньте подану нижче таблицю та розробіть стратегію просування і збуту для свого шкільного проєкту.

Канали просування та інструменти/формати

Категорія	Канали просування	Інструменти/формати
Онлайн-маркетинг	Instagram, TikTok, Telegram, YouTube Shorts, шкільний сайт	Сторіс, рілси, відео, пости, опитування, QR-коди, Canva-дизайн
Офлайн-маркетинг	Шкільні коридори, їдальня, класні кімнати, дошки оголошень	Листівки, постери, стенди, оголошення, брендована упаковка
Інтерактивні формати	Шкільні заходи, перерви, класні години, ярмарки	Дегустації, конкурси, голосування, квести, акції («Приведи друга – отримай знижку»; «Смак тижня – зі знижкою»; «Третій батончик – за пів ціни»; «Селфі з батончиком – отримай бонус»; «Щасливий номер» (випадковий номер покупця); «Смаколик для добрих справ» (покупець отримує наліпку «Я допомагаю», бо частину коштів витрачають на благодійність)
Сарафанне радіо	Особисте спілкування, чати, класні групи, друзі	Рекомендації, усні відгуки, «спробуй – смачно!», обговорення в класі
Контент-маркетинг	Instagram, TikTok, Telegram, шкільний сайт	Фото процесу, історія бренду, «за лаштунками», відео з приготування, відгуки
Партнерство	Інші шкільні проєкти, гуртки, класні ініціативи	Спільні акції, крос-промо: «Смаколики + листівки», «Смаколики + екопакет від гуртка»
Пряма реклама	Google-реклама, соцмережі	Таргетована реклама ¹ просування постів, рекламні банери
Зворотний зв'язок	Instagram, QR-коди, Google-форми	Опитування, коментарі, реакції, оцінки, «що поліпшити?»

Категорія	Канали просування	Інструменти/формати
Візуальна айдентика ²	Усі канали	Логотип, кольори, стиль упаковки, єдиний дизайн, шрифт постів і листівок тощо
Аналіз ринку	Онлайн-магазини, шкільна їдальня, супермаркети	Порівняння цін, якості, упаковки, смаків
Соціальні ініціативи	Шкільні збори, благодійні акції, тематичні дні	«1 грн з кожного батончика – на допомогу притулку», участь у «Дні доброти»
Гейміфікація	Класні чати, Instagram, упаковка	«Збери п'ять наліпок – отримай подарунок», рівні, бали, картки
Інфлюенсери/амбасадори	Популярні учні, класні лідери	«Обличчя бренду» у школі, відео з рекомендацією, фото з продуктом
Екомаркетинг	Екогуртки, шкільні заходи, упаковка	«Купуй у власну тару – отримай знижку», екоетикетка, повторне використання
Сезонні кампанії	Тематичні дні, свята, екзамени	«Осінній смаколик тижня», «Антистрес-батончик», «Святковий набір»

Пам'ятайте: *ціна + просування = успіх продукту*. Найкраща стратегія – це поєднання кількох методів просування.

ДИСКУСІЙНИЙ КЛУБ

1. Що важливіше – дізнатися, що хочуть клієнти, чи робити те, що подобається вам? **2.** Чи потрібно завжди знижувати ціну, щоб виграти конкуренцію?

ЦІКАВИЙ ФАКТ

Згідно з дослідженнями Influencer Marketing Hub, Gradus Research, NV Бізнес основні тенденції маркетингу у 2025 р.:

1. Інфлюенсери: компанії витратять 32,5 млрд доларів на рекламу через блогерів – це на 35 % більше, ніж торік. TikTok, Instagram, YouTube – головні платформи.

2. Штучний інтелект (ШІ): 89 % маркетологів в Україні вже користуються ШІ. Він допомагає створювати тексти й дизайн.

3. Email-реклама: бренди надсилають персональні листи автоматично. Це економить до 25 % бюджету.

¹ *Таргетована реклама* – реклама, яка показується саме тим людям, кому вона може бути цікава.

² *Візуальна айдентика* – сукупність усіх візуальних елементів, які формують впізнаваний образ і фірмовий стиль бренду або проекту.

МОДЕЛЮЄМО СИТУАЦІЮ

Уявіть, що ваш продукт має конкурента, який почав привертати більше уваги, тому вам треба зробити свій продукт унікальним.

1. Придумайте, що саме зробить ваш продукт особливим (дизайн, історія, користь, соціальна мета).
2. Опишіть, як ви будете його рекламувати.
3. Етика маркетингу. Поясніть, як рекламуватимете так, щоб викликати довіру.

КОРОТКО ПРО ГОЛОВНЕ

Маркетинг – це все, що допомагає товару знайти свого покупця: від ідеї до продажу. Маркетингова стратегія – це план, як саме ви будете продавати: кому, де, як і чому купуватимуть саме ваш продукт. Маркетингове дослідження допомагає зрозуміти, що хочуть люди, скільки готові платити й чого їм не вистачає. Ціноутворення – це розрахунок справедливої ціни, яка враховує витрати, прибуток і ринкову ситуацію. Просування і збут – це реклама, акції, соцмережі та все, що допомагає донести продукт до клієнтів і продати його.

ПЕРЕВІРЯЄМО СЕБЕ

Перейшовши за посиланням <https://forms.gle/UukYwDDKUgEUgcf66> або QR-кодом, виконайте тести за темою.



ФІНАНСОВИЙ ГЕНІЙ

Учнівство 9 класу планує продавати браслети з бісеру. Провели опитування серед 90 учнів та учениць: 40 з них готові купити браслет; 30 – можливо, якщо ціна буде до 50 грн; 20 – не зацікавлені.

1. Обчисліть, скільки є потенційних клієнтів.
2. Оберіть оптимальну ціну, щоб охопити найбільше покупців.
3. Обґрунтуйте свій вибір: чому така ціна? Як це вплине на успіх продажу?
4. Який прибуток отримає команда, якщо продасть 50 браслетів за обраною ціною, при цьому витрати на один браслет складуть 28 грн?
5. Зазначте, як можна рекламувати браслети в школі чи громаді.

ДУМКИ В ДОРОГУ

Люди запам'ятовують не те,
що ми продаємо, а те,
як ми змушуємо їх почуватися.

*Шановне учнівство, ваші рішення у сфері маркетингу
мають ґрунтуватися на глибокому розумінні потреб клієнтів,
аналізі ринку та стратегічному мисленні,
а не на випадкових діях чи зовнішньому шумі.*

ТЕМА 6. ІНВЕСТИЦІЙНЕ ТА ФІНАНСОВЕ ПЛАНУВАННЯ

§ 24. Як спланувати фінанси та залучити інвестиції для власної справи

*Як ви гадаєте, чому підприємству важливо мати інвестиційний план?
Чи можна досягти прибутку без фінансового планування? Які ризики це може спричинити?*

КЛЮЧОВІ ТЕРМІНИ І ПОНЯТТЯ

- Інвестиційний план
- Фінансовий план
- Валовий прибуток
- Чистий прибуток

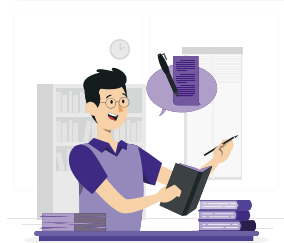
1. Як створити інвестиційний план, що працює на розвиток підприємства

Уявіть, що ваш клас вирішив відкрити мінікафе з корисними перекусами. Ідея чудова, усі готові працювати, але виникають важливі запитання: де взяти стартовий капітал? Скільки потрібно витратити на продукти, обладнання, рекламу? Чи вистачить виручки, щоб покрити витрати? Чи залишиться прибуток?

Щоб відповісти на ці запитання, потрібне фінансове та інвестиційне планування. Це дає змогу побачити реальні витрати, спрогнозувати прибуток, уникнути зайвих ризиків, переконати інвесторів або партнерів у надійності ідеї.

Навіть якщо ви відкладаєте невеликі суми – це вже частина інвестування. Бізнес потребує не лише ентузіазму, а й грамотного фінансового підходу. Тому навчитися складати інвестиційний план – це перший крок до реального підприємництва.

Інвестиційний план – це структурований опис джерел фінансування і витрат, необхідних для реалізації бізнес-ідеї, проекту або розвитку підприємства. Він визначає очікувані доходи, витрати та строки окупності інвестицій.



Інвестиційний план – це документ або набір дій, який показує:

- на що саме підприємець планує витратити кошти;
- звідки ці кошти будуть залучені (власні, гранти, кредити, краудфандинг тощо);
- який результат очікується: прибуток, розвиток, нові клієнти, розширення виробництва.

ЧАС ДЛЯ РОЗДУМІВ

Витрати на обладнання для ярмарку – 2000 грн. Прибуток від одного ярмарку – 500 грн. Обчисліть, за скільки ярмарків окупиться проєкт.

2. Які фінансові інструменти допомагають утілити бізнес-ідею в реальність

Для реалізації бізнес-ідеї потрібні ресурси: товари, реклама, обладнання, оренда тощо. Тому важливо знати, як залучити кошти для старту й розвитку.

Основні фінансові інструменти для відкриття власної справи

Фінансовий інструмент	Що це?	Переваги	Недоліки	Приклад
Заощадження	Власні на- громаджені кошти	Не треба повертати, повна свобода дій	Обмежений бюджет, ри- зик втратити все	Учнівство збирає гроші з кишень- кових витрат, щоб купити інгредієнти
Кредит	Позичка від банку або фінансової установи	Можна отри- мати велику суму одразу	Треба по- вертати з відсотками, ризик боргу	Підприємство бере кредит на обладнання, яке окупиться за 3 місяці
Гранти	Безповоротна фінансова допомога від держави, фондів або організацій	Не треба по- вертати; часто підтримують молодь та освіту	Конкурен- ція, складна заявка, звітність	Школа подає заявку на грант від громади для розвитку еко- продукту
Партнерство	Спільна спра- ва з іншими людьми/орга- нізаціями	Розподіл витрат і обов'язків, нові ідеї	Треба до- мовлятися, ділити при- буток	Учні об'єднуються з іншим класом: одні печуть, інші рекламують
Краудфан- динг	Збір коштів від багатьох людей через інтернет	Підтримка громади, одночасна реклама	Потрібна якісна пре- зентація, ризик не зі- брати суму	Створення сто- рінки, де люди підтримують «Смаколики» бонусами
Залучення інвестицій	Кошти від приватних інвесторів або компаній	Великі суми, досвід і зв'язки інвестора	Інвестор впливає на рішення, очікує при- бутку	Бізнесмен ін- вестує в шкільне кафе, щоб під- тримати молодь
Державні програми підтримки	Спеціальні програми для молоді та стартапів від держави	Часто пільгові умови, іноді навчання й менторство	Бюрократія, обмежений доступ	Учнівство бере участь у моло- діжній програмі «Український фонд стартапів»

Фінансовий інструмент	Що це?	Переваги	Недоліки	Приклад
Бізнес-ангели	Приватні інвестори, які вкладають невеликі суми на ранніх етапах	Гроші, поради, контакти	Очікують частку в бізнесі	Випускник школи фінансує «Смаколики» в обмін на невеликий відсоток прибутку
Бартер/обмін ресурсами	Отримання потрібного без грошей – за послугу чи товар	Не потрібні гроші; зміцнення партнерства	Не завжди доступно; не все можна «поміняти»	Учнівство домовляється з магазином: за рекламу отримують безкоштовно упаковку

Реальні джерела фінансування для шкільного проєкту:

1. Власні кошти (кишенькові гроші, внески команди).
2. Залучені кошти (батьки, учителі, друзі, краудфандинг у соцмережах).
3. Фінансування від організацій (гранти для молоді, конкурси учнівських проєктів).

ОБГОВОРЕННЯ В ГРУПІ

Хто у вашому оточенні міг би дати гроші на стартап (батьки, шкільна рада, спонсори)? Що ви можете запропонувати інвесторам натомість (прибуток, частину виробів, користь для школи)?

ПРАКТИЧНИЙ КЕЙС

Завдання 1.

Розгляньте технічну карту «Як скласти інвестиційний план». На її основі складіть власний інвестиційний план для вашого проєкту.

Етап	Що робимо	Пояснення
1. Визначення мети інвестицій	Чітко формулюємо, навіщо потрібні вкладення	Наприклад: запуск виробництва смаколиків, оновлення обладнання, реклама продукту
2. Оцінка необхідних ресурсів	Визначаємо, що саме потрібно для реалізації ідеї	Скласти список: інгредієнти, пакування, техніка, реклама, оренда, транспорт
3. Розрахунок стартових витрат	Обчислюємо, скільки коштує кожен пункт	Дослідження цін в інтернеті, кав'ярнях, магазинах, кафе тощо. Складання загальної суми витрат

Етап	Що робимо	Пояснення
4. Джерела фінансування	Визначаємо, де візьмемо гроші	Власні кошти, спонсори, шкільний бюджет, благодійні акції, попередні замовлення
5. Прогноз доходів	Оцінюємо, скільки можна заробити	Розрахунок: <i>кількість продукції × ціна продажу = очікуваний дохід</i>
6. Розрахунок прибутку	Визначаємо, скільки залишиться після витрат	Формула: <i>прибуток = дохід – витрати</i> . Обговорити, чи це вигідно
7. Строк окупності	Коли вкладення повернуться	Формула: <i>витрати ÷ прибуток за день = кількість днів до окупності</i>
8. Аналіз ризиків	Що може піти не так і як це передбачити	Наприклад: зміна цін, низький попит, конкуренція. Пошук варіантів розв'язання
9. Альтернативні сценарії	Що робимо, якщо план не спрацює	Створюємо запасний варіант: змінити продукт, зменшити витрати, знайти нову аудиторію
10. Підсумок і презентація	Узагальнюємо план і готуємо його до захисту	Оформлення плану у вигляді таблиці, презентації або постера для демонстрації

Завдання 2.

- Перейшовши за посиланням <https://cutt.ly/1r8HybhU> або QR-кодом, ознайомтеся із чеклістом «Як обрати фінансування для шкільного бізнесу».



За допомогою складеного вами інвестиційного плану та чекліста «Як обрати фінансування для шкільного бізнесу» розгляньте варіант залучення грантів, знайдіть в інтернеті реальні грантові програми для молоді, проаналізуйте, як і хто може подавати заявку, яку суму можна отримати, які умови участі. Обговоріть, чи підходить ця програма для вашого шкільного проєкту.

- Зробіть висновки та оберіть один або кілька джерел фінансування для вашого проєкту.
- Заповніть крок 5 чекліста під назвою «Діємо», а також визначте, скільки коштів потрібно для вашого старту.
- Обґрунтуйте свій вибір: чому саме цей варіант? Які ризики? Як будете звітувати?

Інвестор може очікувати прибутку, але не завжди. **Фінансовий інвестор** хоче заробити: він вкладає, щоб отримати прибуток. **Соціальний інвестор** хоче принести користь: він підтримує ідею, яка допомагає людям або громаді, навіть без вигоди для себе. **Інвестування** – це вкладення з очікуванням результату (прибутку або користі). **Фінансування** – це надання коштів для реалізації проєкту (наприклад, грант, кредит, дотація), не завжди пов'язане з прибутком.

Інвестиції завжди передбачають відповідальність. Якщо ви берете гроші, то маєте чесно домовитися, як і коли вони будуть повернуті або яка вигода буде для інвестора.

Приклад залучення інвестицій: учні вирішили організувати шкільний ярмарок і порахували, що їм потрібно 1500 грн на продукти. У команди є лише 500 грн.

Вони домовилися з батьками: ті додають 1000 грн, але половина прибутку йде на ремонт класу. Це приклад соціального інвестування: інвестори не чекають «прибутку в грошах», а отримують користь для громади.

3. Як фінансовий план допомагає перетворити прибуток на реальний результат

Фінансовий план – це частина бізнес-плану, що відображає фінансову модель діяльності підприємства, а саме – прогноз доходів, витрат, інвестицій і прибутку на певний період, що дає змогу оцінити економічну ефективність проєкту.

Фінансовий план – це розрахунок, який показує:

- Скільки грошей потрібно на старт? (Витрати)
- Скільки грошей ми очікуємо отримати? (Дохід)
- Яка буде різниця? (Прибуток або збиток)
- Чи потрібно залучати додаткові гроші? (Інвестиції)
- Термін окупності (За скільки часу повернемо вкладене?)

Чим фінансовий план відрізняється від інвестиційного? *Фінансовий план* показує, як бізнес працює щодня (або за певний період), а саме: які будуть доходи, витрати, прибуток. А *інвестиційний план* пояснює, як залучити гроші для розвитку: скільки грошей потрібно вкласти для запуску та розвитку проєкту, як залучити кошти та використати їх. Тобто інвестиційний план – «із чим ми стартуємо»; фінансовий план – «як ми будемо заробляти й рахувати гроші після старту».

Основні показники у фінансовому плані, що доводять ефективність бізнесу, – *валовий прибуток* і *чистий прибуток*.

Собівартість – це всі витрати, які безпосередньо пов'язані з виробництвом товару:

- сировина, інгредієнти, упаковка;
- зарплата працівникам, які виготовляють товар;
- витрати на електроенергію, паливо;
- амортизація¹ обладнання (якщо воно використовується тільки для цього товару).

Валовий прибуток – це те, що залишається після того, як від доходу від продажу відняли собівартість.

¹ Амортизація – поступове зменшення вартості обладнання, техніки чи інших основних засобів через їхнє використання або зношення.

Фінансовий результат (прибуток або збиток), або чистий прибуток (збиток) – це те, що залишається після того, як з валового прибутку відняли всі інші витрати, які не пов'язані безпосередньо з виробництвом, але потрібні для роботи бізнесу. До таких витрат належать:

- оренда офісу, комунальні послуги;
- зарплата адміністрації, бухгалтерії;
- реклама, маркетинг;
- доставка, зберігання товару;
- страхування, податки, банківські комісії тощо.

Приклад: Продано товарів на 10 000 грн
Собівартість (інгредієнти, пакування) – 6000 грн
→ **Валовий прибуток – 4000 грн**
Додаткові витрати: реклама – 500 грн, оренда – 1000 грн, податки – 500 грн
→ **Чистий прибуток = 4000 – 2000 = 2000 грн**
Отже, діяльність прибуткова.



Завдання 3.

Перейшовши за посиланням <https://cutt.ly/Dr8Htk6t> або QR-кодом, ознайомтеся з прикладом фінансового плану шкільного проекту «Смаколики». На його основі розробіть власний фінансовий план для обраного вами проекту. Урахуйте основні статті витрат і доходів, а також додайте пояснення до кожного пункту для кращого розуміння структури бюджету.



ДИСКУСІЙНИЙ КЛУБ

1. Що краще для стартапу: мати одного інвестора чи багато маленьких?
2. Чи завжди потрібно брати інвестиції, чи ліпше розвиватися власними силами?

МОДЕЛЮЄМО СИТУАЦІЮ

Уявіть, що ви інвестори, які можуть вкласти кошти в шкільний бізнес-проект. Один з учнів (на бажання) презентує свій інвестиційний та фінансовий план. Обговоріть у групі:

- Чи переконливо пояснено, на що саме підуть кошти? Чи чітко сформульовано витрати? Чи є логіка в розподілі ресурсів?
- Чи зрозуміло, звідки планується залучити фінансування? Чи реалістичні джерела? Чи враховано кілька варіантів?
- Чи зрозумілі розрахунки валового та чистого прибутку? Чи правильно застосовано формули? Чи видно, скільки реально залишиться після витрат?
- Чи варто вкладати гроші в цей проект? Чому? Обґрунтуйте свою думку: чи є потенціал, чи є ризики?
- Які рекомендації ви можете дати? Що варто поліпшити в плані? Як зробити презентацію переконливішою? На що звернути увагу: дизайн, аргументи, цифри, емоційний вплив?

ЦІКАВИЙ ФАКТ

Уже в Давньому Вавилоні існували елементи фінансового планування – кредити, інвестиції та регулювання торгівлі. Купці вкладали срібло або зерно з очікуванням прибутку, а храми відігравали роль перших фінансових установ. Це свідчить, що інвестування має тисячолітню історію.

КОРОТКО ПРО ГОЛОВНЕ

Складання планів дає змогу оцінити економічну ефективність проекту, передбачити ризики та контролювати фінанси, роблячи проект більш успішним і прозорим. Інвестиційний план показує, скільки коштів потрібно для запуску та розвитку проекту та як їх використовувати. Фінансовий план відображає прогноз доходів, витрат і прибутку (валового та чистого) протягом певного періоду.

ПЕРЕВІРЯЄМО СЕБЕ

1. Перейшовши за посиланням <https://forms.gle/KSS478FsBuNsHa2W7> або QR-кодом, виконайте тести за темою.



2. Саморефлексія. 1) Як ви визначите, що ваш бізнес окупився? Які показники для вас важливі? 2) Які емоції викликає у вас думка про залучення інвестора/інвесторки? Що вас надихає або лякає? 3) Уявіть, що інвестор/інвесторка може вкласти кошти, але хоче змінити вашу ідею. Як ви відреагуєте?

ФІНАНСОВИЙ ГЕНІЙ

Проаналізуйте свій проект: 1) Чи варто його запускати? 2) Чи буде він вигідний? 3) Коли та як він окупиться?

Складіть простий фінансовий план з п'яти блоків:

1. Доходи: скільки заробите (наприклад: 100 браслетів × 30 грн = 3000 грн).
2. Витрати: на що витратимуться гроші (матеріали, реклама, оренда тощо).
3. Прибуток: доходи – витрати = чистий прибуток.
4. Інвестиції: чи потрібні додаткові кошти. Звідки їх взяти.
5. Окупність: за скільки місяців повернете вкладене.

ДУМКИ В ДОРОГУ

Фінансові та інвестиційні плани –
це здатність бачити майбутнє.
Хто планує – той керує подіями,
а хто не планує – стає їхнім заручником.

Шановне учнівство, запам'ятайте: фінансове планування завжди має передувати виробництву продукту, бо навіть найякісніший товар не матиме успіху без правильно розрахованих цифр.

ТЕМА 7. ПРОЄКТНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ

§ 25. Як керувати проєктами: що таке проєктний менеджмент і як його інструменти допомагають планувати успіх

*Чи доводилося вам організовувати подію
(свято, подорож, шкільний захід)? Що було
найскладнішим у плануванні?*

*Що, на вашу думку, робить одні проєкти
успішними, а інші – невдалими?*

КЛЮЧОВІ ТЕРМІНИ І ПОНЯТТЯ

- Проєктний менеджмент
- Планування проєкту

1. Що таке проєктний менеджмент і якими інструментами він користується

Уявіть, що ваш клас готує благодійний ярмарок. Потрібно придумати ідею, зібрати кошти, розподілити завдання, вкластися в бюджет і все встигнути до певної дати. Це і є проєкт – будь-яка справа, яку ми робимо з чіткою метою, у певний час і з певними ресурсами. А вміння організувати його від початку до кінця – це проєктний менеджмент. Він допомагає діяти чітко, вчасно та з результатом, перетворює задум на дію і допомагає використати все максимально ефективно.

Проєкти можуть бути різні: вечірка, подорож, створення газети класу, проведення спортивних змагань, шкільне підприємництво чи бізнес-ініціатива. Щоб проєкт був успішним, потрібно придумати ідею, скласти план, об'єднати команду, стежити за виконанням та оцінити результат.

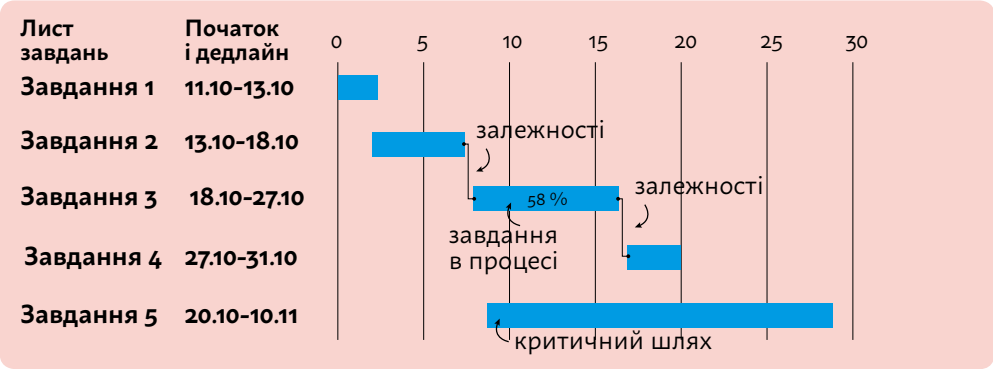


Проєктний менеджмент – це система методів, процесів та інструментів, які дають змогу планувати, організовувати, контролювати, виконувати проєкти та оцінювати їхній прогрес для досягнення визначених цілей у встановлені терміни з урахуванням бюджету й ресурсів.

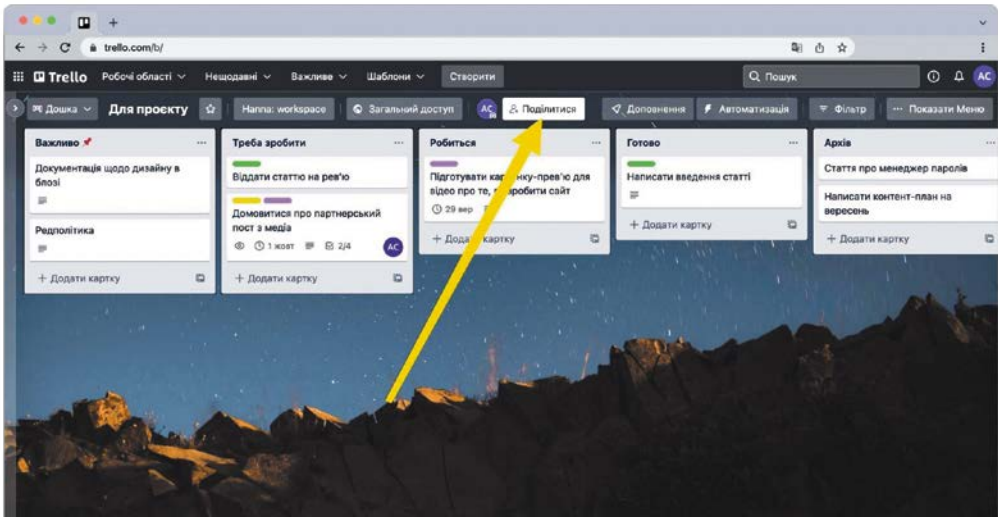
Простими словами: ви малюєте «карту», яка допомагає вам і команді бачити, куди йти та що робити крок за кроком. Однак проєктний менеджмент стосується не лише бізнесу – це навичка, яка допомагає реалізовувати будь-які ідеї: у школі, житті чи майбутній кар'єрі.

- Перейшовши за посиланням <https://cutt.ly/Pr8Hy59F> або QR-кодом, розгляньмо основні інструменти проєктного менеджменту, які допоможуть реалізовувати проєкти.





Мал. 33. Діаграма Ганта



Мал. 34. Як користуватися Trello

	ТЕРМІНОВІ	НЕТЕРМІНОВІ
ВАЖЛИВІ	ЗРОБИТИ Зробити зараз. Написати статтю на сьогодні.	ВИРІШИТИ Призначити час на виконання Фізичне тренування. Передзвонити родині. Дослідити статті. Довгострокова бізнес-стратегія.
НЕВАЖЛИВІ	ДЕЛЕГУВАТИ Хто може зробити це для вас? Призначити інтерв'ю. Забронювати авіаквитки. Погодити коментарі. Відповісти на певні мейли. Поділитися статтями.	ВИДАЛИТИ Усунути Дивитися телевізор. Читати соцмережі. Сортувати поштовий спам.

Мал. 35. Матриця Ейзенхауера

SWOT-аналіз		
Внутрішній вид	Сильні сторони (Strengths)	Слабкі сторони (Weaknesses)
	Які переваги ми пропонуємо? Які синергії можна створити? Які чинники ведуть до успіху? Що робить нас унікальними? Які ресурси роблять нас кращими?	Які ми маємо недоліки? У чому ми гірші за інших? У чому наші слабкі сторони? Яких ресурсів нам бракує?
Зовнішній вид	Можливості (Opportunities)	Загрози (Threats)
	Які тенденції існують? Які можливості ще не використані? Чи є позитивні зміни у суспільстві? Чи є на обрії корисні законодавчі зміни? Чи є новітні технології?	Що роблять конкуренти? Чи існують закони або нормативні акти, які можуть змінитися? Чи існують нові технології? Інші зовнішні чинники, що становлять ризик (політика, економічна ситуація тощо)?

Мал. 36. SWOT-аналіз

Діаграма Ганта (мал. 33) дає змогу чітко бачити, які завдання виконуються, коли і ким. *Канбан-дошка*, наприклад Trello (мал. 34), – ідеальна для щоденного управління завданнями в невеликих командах, де завдання поділяються на «заплановані», «у процесі», «зроблено», це також допомагає бачити, хто чим займається.

Матриця Ейзенхауера (мал. 35) – незамінна для розумного розподілу пріоритетів і фокусування на важливому, а *SWOT-аналіз* (мал. 36) допомагає зрозуміти сильні та слабкі сторони проєкту, а також передбачити можливості й загрози ззовні. *To-do list* (список завдань) допомагає не забути нічого важливого: записуємо все, що потрібно зробити, а виконане викреслюємо – це мотивує!

Календар і дедлайни потрібні, бо кожне завдання повинно мати дату виконання. Наприклад, до середи розробити афішу, до п'ятниці роздрукувати.

Таблиця бюджету дає змогу контролювати гроші (дохід, витрати, прибуток). Наприклад, витрати на продукти – 500 грн, продаж печива – 1000 грн, прибуток – 500 грн.

Mind-map (карта ідей) візуалізує ідею та кроки. Наприклад, у центрі пишемо «Ярмарок», від нього відходять гілки: «Реклама», «Продукція», «Фінанси», «Команда». Навіть простий зошит, таблиця в Google Sheets чи кольорові стікери на стіні можуть стати інструментами проєктного менеджменту.

ЧАС ДЛЯ РОЗДУМІВ

1. Який інструмент проєктного менеджменту вам найбільше підходить для навчання чи особистого життя? Чому? **2.** Якби ви могли покращити роботу класу/групи, який інструмент ви використали б? **3.** Що ви як керівник/керівниця команди зробили б, якби хтось не виконав завдання вчасно та зірвав дедлайн?

ДИСКУСІЙНИЙ КЛУБ

1. Що є важливішим у проєкті: мати детальний план чи вміти швидко адаптуватися до змін?
2. Чи можна вважати, що контрольна робота – це маленький «проєкт»?

2. Що включає процес планування проєкту та які етапи його формують

Ви вже знаєте, що таке проєктний менеджмент і які інструменти допомагають керувати командою та завданнями, тож наступним кроком є *планування проєкту*. Саме правильне планування перетворює ідею на реальні кроки, а інструменти, які ми розглянули, допомагають робити це ефективно та зрозуміло для всієї команди.

Планування проєкту – це процес визначення цілей, завдань, ресурсів, термінів і відповідальних осіб, потрібних для досягнення бажаного результату.

Іншими словами: ви малюєте «карту», яка допомагає команді бачити, куди йти й що робити крок за кроком.

Які етапи управління проєктом існують? (Мал. 37.) Уявімо знову, що ви створюєте шкільне мініпідприємство «Смаколики». Ваша мета – приготувати та продати 200 кексів на ярмарку.

• Ініціація

Визначаємо ідею та мету: що робимо й навіщо. Приготувати та продати 200 кексів на шкільному ярмарку, щоб зібрати кошти для підтримки притулку для тварин.

• Планування

Складаємо план дій, бюджет, розподіляємо ролі (хто готує, хто продає). Обираємо інструмент планування (діаграма Ганта, Trello, чекліст). Визначаємо, як оцінити результат (KPI: кількість проданих кексів, прибуток, задоволеність клієнтів).

• Реалізація

Виконуємо заплановане: закупівля, випікання, оформлення (робимо афіші), продаж.

• Контроль

Перевіряємо, чи все йде за планом, чи досягаємо KPI. Чи встигнемо надрукувати плакати до п'ятниці? Чи вистачає грошей?

• Завершення

Підбиваємо підсумки: скільки заробили? Що вдалося? Що наступного разу зробимо краще?



Мал. 37. Шаблон дій для планування шкільного проєкту

Щоб проєкт був успішним, важливо не лише його запланувати, а й правильно розподілити обов'язки, наприклад, у проєкті «Смаколики»: менеджер проєкту – Софія (*координує команду, стежить за термінами, організовує зустрічі*); фінансист – Артем (*обчислює витрати*

на продукти, упаковку, рекламу; підраховує прибуток); маркетинга – Даша (створює афіші, пости для соцмереж, рекламу ярмарок у школі); виконавці – Влад, Марія, Оля (готують кекси, пакують, допомагають з оформленням столу); контролер якості – Іван (перевіряє смак, вигляд, упаковку; стежить, щоб усе було охайно й привабливо).

ОБГОВОРЕННЯ В ГРУПІ

Чому важливо планувати роботу в команді, а не робити все «на ходу»? Які помилки можуть трапитися, якщо не мати плану? Оберіть правильне рішення до кожної ситуації.

Проблема	Рішення
1 Завдання виконуються із запізненням	А Голосування або вибір рішення більшістю
2 Не вистачає грошей	Б Чіткі дедлайни + календар
3 Хтось у команді не виконує своєї частини роботи	В Регулярні зустрічі й взаємодопомога
4 Команда не може домовитися	Г Бюджет із запасом, пошук додаткових спонсорів

МОДЕЛЮЄМО СИТУАЦІЮ

Команда готує шкільний бізнес-проект. Напередодні ярмарку виявилось, що забули замовити частину продуктів. Як діяти, щоб врятувати ситуацію?

ПРАКТИЧНИЙ КЕЙС

Складаємо план шкільного проекту

1. Оберіть інструмент планування свого проекту (діаграма Ганта, Trello, SWOT-аналіз, матриця Ейзенхауера тощо).
2. Сформулюйте мету – чого хочете досягти, який результат буде успішним.
3. Розплануйте проект – розподіліть завдання, визначте терміни, ризики, ресурси, витрати. Розподіліть ролі у своєму проекті: хто за що відповідає, як ви будете співпрацювати. Візуалізуйте план – оформте його в обраному інструменті.
4. Презентуйте план вашого проекту в класі. Дайте відповіді на запитання однокласників/однокласниць і вчителів/учительки, якщо такі виникнуть.



ТОППОРАДА (ЩО ШВИДШЕ ВЕДЕ ДО УСПІХУ: НАТХНЕННЯ ЧИ ПЛАНУВАННЯ)

Не тримайте проект у голові – фіксуйте все! Планування через чекліст, Trello чи діаграму Ганта зберігає час, знижує стрес, робить команду ефективною та збільшує в рази вірогідність успіху для будь-якого проекту.

ЦІКАВИЙ ФАКТ

Перший у світі інструмент проектного менеджменту – діаграма Ганта – був створений ще в 1910-х рр. для планування великих будівництв і навіть використовувався під час Першої світової війни для контролю виробництва зброї. Сьогодні її використовують не лише у військовій чи інженерній сфері, а й у школах і стартапах.

КОРОТКО ПРО ГОЛОВНЕ

Проектний менеджмент – це управління завданнями та ресурсами для досягнення мети. Основні його інструменти: діаграма Ганта, матриця Ейзенхауера, SWOT-аналіз, канбан-дошки (Trello, Asana, Jira) тощо. Планування проекту допомагає команді працювати злагоджено, економити час і ресурси. Проте успіх залежить не лише від плану, а й від командної роботи, уміння слухати одне одного та дотримуватися дедлайнів.

ПЕРЕВІРЯЄМО СЕБЕ

1. Перейшовши за посиланням <https://forms.gle/stVCPQpQNXnzag2M7> або QR-кодом, виконайте тести за темою.

2. Напишіть коротке есе або проведіть колективну рефлексію:
1) Які внутрішні якості проявляються у вас під час керування проектом?
2) Що для вас означає «успіх» у проекті? 3) Як проектний менеджмент допомагає вам структурувати хаос?



ФІНАНСОВИЙ ГЕНІЙ (НА ВИБІР)

1. Перейшовши за посиланням <https://cutt.ly/WtwqZGsM> або QR-кодом, ознайомтеся з інформацією про шість трендів проектного менеджменту або знайдіть в інтернеті іншу інформацію із цього питання. Занотуйте головні висновки та розкажіть у класі, що цікавого ви дізналися.



2. Подумайте та порефлексуйте:

1. Які навички ви розвиваєте, працюючи над вашим проектом?
2. Які сильні сторони має ваша команда?
3. Як розподілити завдання, щоб кожен був залучений?
4. Які виклики можуть виникнути?
5. Як ви будете приймати рішення та уникати конфліктів?

ДУМКИ В ДОРОГУ

План – це не лише список справ,
а й обіцянка собі бути послідовним.
Це команда, яка тримає темп разом.
Бо навіть ентузіазм може заблукати
без напрямку.



*Шановне учнівство, незаписаний проєкт існує лише у фантазії.
Плануйте, використовуйте інструменти
та втілюйте сміливо й системно свої ідеї в реальність.*

ТЕМА 8. РОЗРОБЛЕННЯ ВЛАСНОГО БРЕНДУ

§ 26. Яка роль брендів у бізнесі

На що ви звертаєте увагу, коли купуєте товари?
Яким брендам вітчизняних товарів надає перевагу ваша родина, купуючи молочні продукти чи шоколад? Чому?

1. Що таке бренд і яке його призначення

Уявіть, що ви бачите пляшку червоного кольору з білою хвилястою лінією. Навіть без напису ви здогадаєтеся, що це Coca-Cola. А якщо почуєте фразу «Just do it» – відразу згадаєте про Nike. Це і є сила бренду. Бренд – це не лише логотип і назва, а й образ, емоції та асоціації, які виникають у людей, коли вони чують чи бачать щось пов'язане з компанією. Бренд – це «особистість бізнесу». Так само як людина має ім'я, стиль, характер, так і компанія формує свій образ.

КЛЮЧОВІ ТЕРМІНИ І ПОНЯТТЯ

- Бренд
- Неймінг
- Брендуння
- Логотип
- Ім'я
- Товарний знак
- Фірмовий стиль
- Слоган

Бренд – це назва, логотип, кольори, дизайн, символ, якість продукту, репутація або інша ознака, що ідентифікує товари чи послуги одного продавця і відрізняє їх від товарів чи послуг інших продавців. Бренд – це маркетингова або бізнес-концепція, яка допомагає людям ідентифікувати компанію, продукт чи людину.

Для чого потрібен бренд у бізнесі? Бренд виконує кілька важливих ролей:

Упізнаваність – споживач швидко знаходить ваш продукт серед інших.

Учні швидко оберуть улюблений батончик у магазині завдяки відомому їм пакуванню.

Довіра – продукт якісний, люди повертаються знову.

Ви завжди купуєте той самий бренд морозива, оскільки знаєте, що воно якісне, свіже та смачне.

Лояльність – клієнти стають прихильниками й навіть фанатами бренду.

Дехто купує лише Apple, навіть якщо є дешевші аналоги.

Цінність – сильний бренд дає змогу продавати дорожче, ніж безіменний товар.

Брендові кросівки можуть коштувати в 2–3 рази дорожче за «ноунейм», бо люди довіряють якості й хочуть мати статус.

Конкурентна перевага – бренд відрізняє компанію від інших.

Якщо в школі продають сувеніри кілька класів, сильний бренд допоможе обрати саме ваші.

Слово «бренд» (англ. – *brand*) походить від давньоскандинавського «brandr», що означає «випалювати» і вживається щодо виробників, які «залишили слід» на своїх речах. Ці мітки уможливлювали визначення,



кому належить ця річ. Таке брендування розпочалося в давні часи (5000–2000 рр. до н. е.), коли майстри ставили свої відмітки на глиняних виробках, клеймо на худобі.

ЧАС ДЛЯ РОЗДУМІВ

Пригадайте історичні факти й послуги, які є брендами. Чому вони стали брендами й не загубилися серед інших товарів і послуг?

ПРАЦЮЄМО В ПАРІ

Оберіть два своїх улюблених бренди. Сформулюйте унікальні товарні пропозиції цих брендів. Порівняйте ваші формулювання. Чи збігаються вони? Якщо різняться, то поясніть чому. Наприклад, Apple асоціюється з інноваціями, престижем і простим дизайном. Nike – символ спорту, перемоги та мотивації («Just do it»). Rozetka – швидка доставка й широкий асортимент. «Сільпо» – не просто супермаркет, а магазин з унікальною атмосферою (дизайн, креативні акції).

Бренд складається з елементів. Усі елементи бренду можна поділити на три групи.

Елементи бренду

Візуальні (що ми бачимо)	Вербальні (що ми чуємо й розуміємо)	Поведінкові (що ми відчуваємо)
- логотип - кольорова схема бренду - шрифтове рішення бренду - принципи оформлення (офіс, документи, упаковка, точки продажу тощо)	- назва - слоган - позиціонувальні¹ фрази - легенда бренду (історія, опис діяльності, місія, цінності тощо) - переваги продукту - ціна	- сервіс для споживачів - побудова команди - стиль спілкування зі споживачем - роль бренду в соціумі - соціальна активність

Ім'я (назва) бренду – це найперше і, можливо, найважливіше враження чи «обличчя» товару.

Товарний знак – це юридичне втілення товару. Створюється для того, щоб товар не вкрали конкуренти й можна було просувати його законно.

Логотип – це «графічне вираження» імені бренду або компанії.

¹ *Позиціонування бренду* – засіб, за допомогою якого створюється образ продукту у свідомості клієнтів.

Процес створення бренду (брендинг) складається з кількох ключових етапів:

Планування	Визначення цілей, завдань та етапів роботи
Дослідження ринку	Аналіз конкурентів, аудиторії та тенденцій
Розробка технічного завдання	Формування вимог до айдентики й комунікацій
Реалізація	Вибір виконавців, створення й упровадження елементів бренду
Просування і моніторинг	Запуск бренду, контроль ефективності та розвиток

ЦІКАВИЙ ФАКТ

Кубик Рубіка – найбільш продаваний товар у всьому світі. Він отримав назву на честь угорського скульптора, винахідника Ерне Рубіка.

2. Які є способи створення назви бренду

Існує два основні підходи до створення назв компаній, брендів, продуктів. І кожен з них має свої плюси та мінуси.

Перший спосіб – придумати самому. Наприклад, прогулюючись вулицями різних міст, ви можете побачити кафе або магазини, названі іменами «Наталі», «Світлана» тощо. І ці назви можуть повторюватися в одному населеному пункті декілька разів. Такий підхід має одну перевагу – він не містить жодних витрат. А от мінусів значно більше. Відсутність унікальності в назві може завадити просуванню бренду, вона не вирізняє компанію та її продукти, її не можна зареєструвати як товарний знак.

Другий спосіб – замовити неймінг гідному агентству. Ці послуги не дешеві, тому зазвичай не під силу малому й середньому бізнесу.



Неймінг – це процес створення унікальної, запам'ятовуваної та ефективної назви для компанії, продукту чи послуги, який є важливою частиною маркетингової стратегії та брендингу.

Неймінг допомагає бренду вирізнитися серед конкурентів, викликати потрібні асоціації в споживачів, відображати суть і місію компанії, а також забезпечити юридичний захист через реєстрацію.

Сучасні ІТ-технології значно спростили процес створення назв брендів. Уже на старті бізнесу можна скористатися нейромережею для генерації ідей. Але важливо не брати перший варіант, а перевірити його на якість: відповідність цільовій аудиторії, асоціації, унікальність, звучання. Штучний інтелект – корисний інструмент, але професійний неймінг включає дослідження ринку, аналіз конкурентів,

тестування і зворотний зв'язок. Назва має працювати на бренд, а не просто звучати цікаво.

ЦІКАВИЙ ФАКТ

Букви в шоколаді «M&M's» походять від його винахідників Марса і Мюррея. Бренд NOKIA – названий на честь фінського міста Нокіа. Apple – яблуко – було улюбленим фруктом засновника компанії Стіва Джобса.

3. Яким вимогам має відповідати ім'я, щоб успішно працювати на благо компанії

Ім'я компанії має велике значення, адже воно впливає на сприйняття клієнтів, партнерів і навіть працівників. Щоб воно працювало на благо бізнесу, варто дотримуватися кількох вимог:

1. *Зрозумілість і простота* – ім'я легко читається, вимовляється та запам'ятовується.

2. *Унікальність* – відрізняється від конкурентів, не викликає плутанини.

3. *Асоціативність* – викликає правильні образи чи емоції, пов'язані з діяльністю компанії.

4. *Лаконічність* – краще обирати назви з одного-двох слів, щоб легше сприймалося.

5. *Універсальність* – гарно звучить різними мовами (особливо якщо планується вихід на міжнародний ринок).

6. *Позитивне значення* – уникає негативних чи двозначних тлумачень.

7. *Відповідність сфері діяльності* – може натякати на продукт чи цінності бізнесу.

8. *Юридична доступність* – ім'я не порушує авторські права чи зареєстровані торговельні марки.

9. *Сучасність й актуальність* – звучить сучасно, але не надто «модно», щоб швидко не застаріло.

10. *Адаптивність* – легко використовується у логотипі, на сайті, у соцмережах.

Кожен бренд має свій фірмовий стиль. Він не є набором зображень, це система, яка підвищує впізнаваність, відображає цінності та допомагає вибудовувати корпоративний імідж.

Фірмовий стиль – це єдина візуальна мова бренду, яка включає унікальний шрифт, кольори, графіку, логотип та їх використання на будь-яких носіях.

ОБГОВОРЕННЯ В ГРУПІ

Оберіть один із запропонованих нижче брендів для своєї групи. Опишіть його логотип, кольори та стиль. З'ясуйте, які емоції у споживачів викликає бренд. Поясніть, чому він популярний.

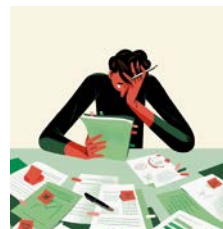


4. Що таке слоган

Часто з логотипом бренду з'являються слогани. Їхня мета – відобразити заяву про місію організації або наміри, що стоять за продуктом. Слогани можуть бути дуже ефективними для рекламодавців, особливо якщо за допомогою однієї фрази створюється стійкий образ, що міцно асоціюється з іміджем організації. У такому разі слоган буде жити навіть через роки після того, як продукт полишить полиці крамниць.

Слоган – це фраза, яка зазвичай складається з декількох слів і легко запам'ятовується. Хороші слогани – це енергійні, ефектні й потужні елементи в просуванні продукту, бренду, компанії або певного аспекту цього продукту.

Слогани надають бренду цілісність, дають змогу швидко та ефективно привернути увагу до продукту, підвищують обізнаність про нього. Здається, що ці короткі фрази нібито легко придумати, проте насправді створення ідеального слогану потребує багато часу й зусиль, особливо якщо хочете, щоб він запам'ятався людям і спонукав їх до дії.



ЧАС ДЛЯ РОЗДУМІВ

Ознайомтеся зі слоганами відомих міжнародних компаній. Які з них, на вашу думку, найбільше відповідають продукції, яку вони виробляють? Які спонукають споживачів до дії?

Nike – «Just Do It» («Просто зроби це»)

Disney – «The Happiest Place on Earth» («Найщасливіше місце на Землі»)

McDonalds – «I'm Lovin' It» («Ось що я люблю»)

Apple – «Think Different» («Думай інакше»)

Adidas – «Impossible Is Nothing» («Неможливе можливо»)

M&M's – «Melts in Your Mouth, Not in Your Hands» («Тане в роті, а не в руках»)

Motorola – «Hello Moto» («Привіт, Мото»)

Kodak – «Share Moments, Share Life» («Поділися моментами. Поділися життям»)

Неймінг, слоган є лише першими кроками у створенні впізнаваного образу компанії. Далі починається більш комплексний процес – брендування, яке формує унікальність бізнесу, його стиль і цінності в очах споживачів.

Брендування – це процес створення, розвитку та управління брендом, що включає формування унікальної назви, символіки, візуальних і комунікаційних атрибутів товару чи послуги з метою їх відокремлення від конкурентів, формування лояльності та довіри споживачів.

Складові брендування

Неймінг – створення унікальної назви

Айдентика – логотип, кольори, шрифти, дизайн упаковки

Слоган і меседж – коротка фраза, що передає основну ідею

Цінності та образ бренду – асоціації, емоції, місія

Комунікації – реклама, соцмережі, PR, просування

Досвід клієнта (Customer Experience) – як споживач відчуває бренд: сервіс, якість, враження

Репутація – сталість образу, відгуки, довіра

Тож брендування – це не лише красива картинка, а цілісна система, яка формує унікальність, емоційність і впізнаваність бренду.

Щоб досягти успіху, потрібно знати, чого не можна робити.

Типові помилки в брендингу

Складна назва	важко вимовити й запам'ятати
Копіювання чужих брендів	неоригінально й може викликати недовіру
Гарний логотип, але погана якість товару	клієнти швидко розчаровуються
Непослідовність	якщо логотип, реклама й стиль компанії різні, люди плутаються

Порада: бренд має бути простим, зрозумілим і чесним.

ОБГОВОРЕННЯ В ГРУПІ

Конкурент копіює ваш стиль і логотип. Як захистити свій бренд?

ТОППОРАДА (ЯК СТВОРИТИ СВІЙ СЛОГАН)

1. Визначте головну ідею. Що найважливіше у вашому проєкті? Яку користь отримає клієнт? Наприклад: швидко, дешево, смачно – для кафе; надійно й сучасно – для технічної майстерні.

2. Оберіть одне-два слова, які відображають цінності: «якість», «енергія», «натхнення», «успіх».

3. Зробіть його коротким і легким для запам'ятовування: від трьох до семи слів – оптимальна довжина. Уникайте складних фраз. Приклад: «Завжди свіже. Завжди твоє».

4. Додайте емоцію або образ. Використовуйте слова, які викликають приємні відчуття: «тепло», «світло», «усмішка». Можна додати риму або гру слів: «Швидко. Смачно. По-домашньому».

5. Перевірте звучання. Вимовляється вголос легко? Запам'ятовується з першого разу? Має позитивний характер?

6. Протестуйте. Запитайте людей: «Які емоції у вас викликає цей слоган?». Якщо більшість відповідає «приємні/позитивні» – слоган вдалий.

ПРАКТИЧНИЙ КЕЙС Створення власного бренду

1. Придумайте назву та логотип для свого бренду. Опишіть, які кольори та стиль ви обрали для нього й чому.

2. Складіть коротке гасло (слоган), яке легко запам'ятати. Для цього скористайтеся поданою вище топпорадою. У групі порівняйте створені варіанти слоганів та оберіть найкращий. Обґрунтуйте вибір.

3. Намалюйте або придумайте дизайн упаковки для вашого бренду.

4. Розробіть маленьку рекламу (наприклад, пост для соцмереж) для свого бренду.

МОДЕЛЮЄМО СИТУАЦІЮ

Уявіть, що вам доручили скласти план реклами для нового бренду в школі. Поясніть, де ви розмістите інформацію; які кольори чи символи використаєте; як будете залучати учнів інших класів до популяризації.

ДИСКУСІЙНИЙ КЛУБ

1. Чи варто звертати увагу на бренд товару, чи головне – його практичність і ціна? Що важливіше для бренду: логотип чи якість продукту? **2.** Чому одні бренди стають популярними у світі, а інші залишаються маловідомими?

КОРОТКО ПРО ГОЛОВНЕ

Бренд – це цінний нематеріальний ресурс, який працює на успіх компанії або продукту, створює репутацію, відображає цінності, робить компанію/продукт упізнаваними серед інших і допомагає будувати довгострокові відносини з клієнтами. Брендкування – це комплекс дій, що створює образ компанії/продукту, включаючи назву, логотип і фірмовий стиль. Правильний бренд допомагає вирізнитися, запам'ятатися та створити довіру – це «душа бізнесу», що досягає успіху.

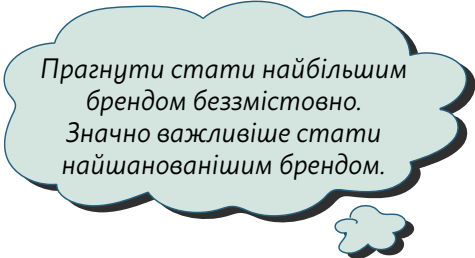
ПЕРЕВІРЯЄМО СЕБЕ

- 1.** Дайте власне визначення поняття «бренд». Де взяти ідеї для його назви?
- 2.** Чи завжди відомий бренд означає високу якість? Наведіть приклади.
- 3.** Чи може бренд впливати на спосіб життя та поведінку людей? Відповідь аргументуйте.
- 4.** Чи може бренд бути успішним без реклами?
- 5.** Назвіть відомі українські бренди, які представляють вашу область (район, громаду). Які місцеві продукти чи послуги могли б стати брендом вашого міста чи села?
- 6.** Що нового та цікавого дізналися з вивченої теми? Як ці знання і вміння можна використати в повсякденному житті?

ФІНАНСОВИЙ ГЕНІЙ (НА ВИБІР)

Створіть коротку презентацію або постер, що «прорекламує» ваш регіон. Оберіть назву, слоган, кольори, фото, фрази – усе, що створює яскравий і привабливий образ.

ДУМКИ В ДОРОГУ



Прагнути стати найбільшим брендом беззмисловно.
Значно важливіше стати найшанованішим брендом.

Шановне учнівство, створюючи власний бренд, ви формуєте не лише назву та логотип, а й образ, який люди запам'ятають і поважатимуть. Використовуючи знання принципів брендкування, ви зробите свій шкільний проєкт упізнаваним і цінним для клієнтів.

ТЕМА 9. РЕАЛІЗАЦІЯ ПРОЄКТУ

§ 27. Як ефективно реалізувати проєкт: від організації виробництва до комунікації з клієнтами та фінансової звітності

Які ключові кроки, на вашу думку, допомагають успішно втілити проєкт від ідеї до результату?

Які складнощі можуть виникнути під час організації виробництва, побудови продажів або спілкування з клієнтами, і як ви могли б їх передбачити?

КЛЮЧОВІ ТЕРМИНИ І ПОНЯТТЯ

- Організація виробництва
- Система продажів
- Фінансова звітність

1. Як ефективно організувати виробничий процес для успішної реалізації проєкту

Придумати бізнес-ідею – це лише перший крок. Справжній виклик починається з втілення ідеї в життя. Реалізація – це міст між мрією та реальністю. Коли ідея вже сформована, а бізнес-модель обрана, настає важливий етап – **організація виробництва**. Саме тут починаються реальні дії: створення продукту або послуги, розподіл обов’язків у команді, планування ресурсів і контроль якості.

Виробництво – це процес створення товару чи послуги. Воно включає три основні етапи:

1. *Підготовка матеріалів* – закупівля тканини, продуктів чи інших ресурсів.
2. *Виготовлення* – пошиття, випічка, складання виробу.
3. *Контроль якості* – перевірка, щоб усі вироби були однаково якісними.

Від того, як ефективно організоване виробництво, залежить якість продукту, дотримання термінів і загальний успіх проєкту. Наприклад, наша ідея – продавати екторбинки, а її реалізація – купити тканину, пошити вироби, створити рекламу, продати торбинки й підрахувати прибуток.

Виокремлюють такі види виробництва:

- *індивідуальне* – виготовляється один унікальний виріб (наприклад, браслет на замовлення);
- *серійне* – створюється партія однакових виробів (наприклад, 50 булочок для ярмарку).

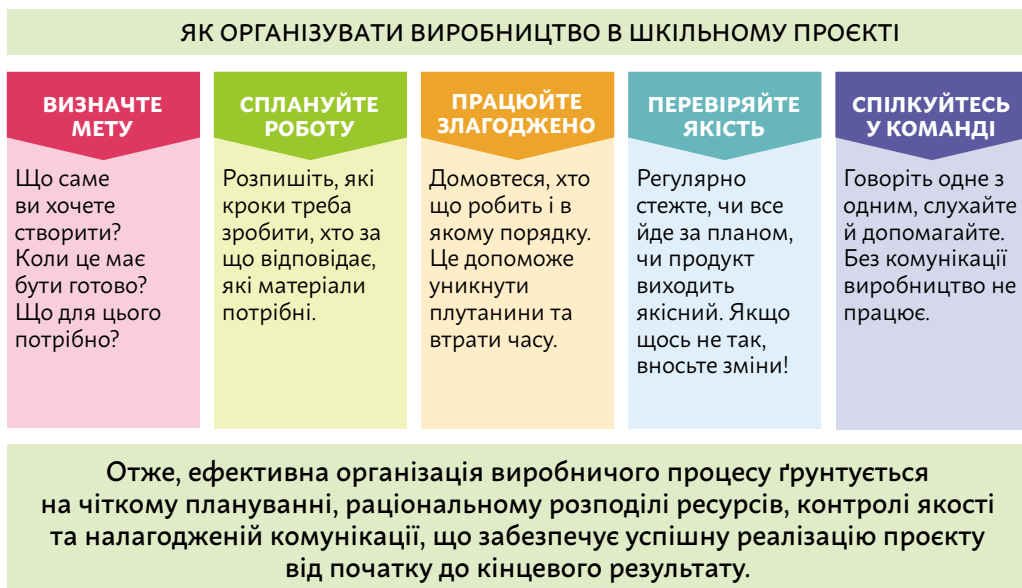
Організація виробництва – це комплексна діяльність із планування, запуску, координації та управління всіма етапами створення товару або послуги.

Вона спрямована на ефективне створення продукції або надання послуг з досягненням заданої якості, оптимальних термінів та мінімальних витрат. Організація виробництва охоплює:

- вибір формату виробництва (ручна робота, серійне виготовлення, цифровий продукт);

- визначення необхідних ресурсів (матеріали, обладнання, приміщення);
- розподіл ролей у команді;
- планування термінів та етапів;
- контроль якості та безпеки.

Тож організація виробництва – це не лише процес виготовлення, а й усе, що потрібно, щоб цей процес був ефективним, якісним і вчасним (мал. 38).



Мал. 38. Як організувати виробництво в шкільному проекті

ОБГОВОРЕННЯ В ГРУПІ

Які кроки організації виробництва є найважливішими для успішного запуску продукту? Чому? Які проблеми можуть виникнути на кожному етапі та як їх розв'язати? Як ви будете розподіляти свої ресурси (матеріали, обладнання, людей), щоб уникнути зайвих витрат і простоїв?

2. Як ефективно налагодити систему продажів для успішного просування товарів і послуг

Навіть найкращий продукт не матиме успіху, якщо його не зможуть знайти покупці. Продажі є ключовим етапом будь-якого підприємницького процесу, адже саме через них ідея перетворюється на реальний дохід. Будь-який продукт чи послуга, навіть найякісніші, не забезпечить успіху бізнесу без правильно організованої системи продажів. Тому перш ніж вдаватися до практичних кроків, варто зрозуміти загальні принципи побудови продажів. Це означає: як, де й кому ми будемо продавати наш товар або послугу.

Система продажів – це організована сукупність методів, каналів, процесів і дій підприємства, спрямованих на ефективне просування товарів або послуг, залучення клієнтів, укладання угод і забезпечення стабільного доходу.

Виокремлюють такі етапи побудови системи продажів:

Вибір способу продажу

Визначення каналів реалізації: онлайн-магазини, соціальні мережі, виставки, магазини тощо. Вибір залежить від цільової аудиторії та можливостей підприємства

Визначення цільової аудиторії

Аналіз потенційних покупців, їхніх потреб та очікувань для ефективного налаштування маркетингових повідомлень

Установлення ціни

Формування вартості товару або послуги з урахуванням витрат на виробництво, попиту та конкурентів

Створення реклами або презентації продукту

Розробка методів просування для зацікавлення клієнтів і демонстрації цінності продукту

Формування системи роботи з клієнтами

Організація взаємодії та обслуговування покупців під час і після продажу, стимулювання повторних покупок

Організація або доставки з точки продажу

Планування логістики та доступності товару для зручності клієнта

Контроль та аналіз результатів

Оцінка ефективності продажів, виявлення сильних і слабких сторін, удосконалення системи для кращих результатів

Отже, ефективна система продажів формується через чітке визначення клієнтів, вибір каналів, налагодження послідовних етапів роботи з покупцем і постійний контроль та аналіз результатів. Кожен із цих кроків забезпечує стабільний потік продажів і сприяє успішній реалізації товарів і послуг підприємства.

ЧАС ДЛЯ РОЗДУМІВ

1. Який спосіб продажу буде найефективнішим для вашого продукту? (Онлайн, офлайн, через шкільні події, соцмережі.) Чому? **2.** Як ви будете працювати з клієнтами? (Привітність, уточнення замовлення, обробка скарг, вдячність.) **3.** Де та як покупець отримує товар? (Точка продажу, доставка, самовивіз.) **4.** Як ви будете контролювати результати продажів? (Облік, аналіз, висновки, поліпшення.)

3. Як скласти фінансовий звіт і навіщо він потрібен підприємству

Фінансова звітність показує, як ефективно працює підприємство, скільки воно заробляє, скільки витрачає та який фінансовий стан має (які доходи, витрати, прибуток і ресурси). Без звітності немож-

ливо приймати обґрунтовані рішення, планувати розвиток чи залучати інвесторів. Навіть у шкільному підприємстві базовий фінансовий звіт – це перший крок до прозорості та відповідальності.

Фінансова звітність – це сукупність документів, які відображають фінансовий стан, результати діяльності та рух грошових коштів підприємства за певний період, складена на основі даних бухгалтерського обліку відповідно до вимог законодавства та призначена для прийняття економічних рішень користувачами (власниками, інвесторами, кредиторами, державними органами).

Тож фінансова звітність – це підрахунок: скільки ми витратили й скільки заробили. Ця звітність може включати:

- **баланс** – показує активи, пасиви та власний капітал¹ підприємства на певну дату;
- **звіт про фінансові результати** (прибутки та збитки) – відображає доходи, витрати та чистий прибуток за певний період;
- **звіт про рух грошових коштів** – показує надходження та витрати готівки та безготівкових коштів;
- **звіт про власний капітал** – показує зміни у власному капіталі підприємства за певний період: внески власників, прибутки або збитки, виплати дивідендів та переоцінку активів;
- **примітки до фінансової звітності** пояснюють та уточнюють окремі статті звітності.



В Україні підприємства можуть складати звітність за національними стандартами або за міжнародними стандартами фінансової звітності (МСФЗ) залежно від типу підприємства та вимог законодавства.

МОДЕЛЮЄМО СИТУАЦІЮ

1. Ознайомтеся з прикладом фінансової звітності українського підприємства. Такі приклади можна знайти на Єдиному порталі відкритих даних або на офіційних сайтах компаній, адже українські підприємства зобов'язані публікувати свою фінансову звітність у відкритому доступі.

2. Проаналізуйте баланс і звіт про фінансові результати: дохід, витрати, прибуток, активи, власний капітал компанії.

3. Розкажіть, чого ви навчилися із цього прикладу та які висновки можна зробити щодо фінансового стану підприємства.

ТОППОРАДА (ЯК ЗРОБИТИ ЗВІТНІСТЬ ПРОСТОЮ І КОРИСНОЮ)

1. Завжди фіксуйте всі доходи та витрати одразу, як вони виникають.

2. Використовуйте кольорове маркування або просту таблицю в зошиті чи Excel – це зробить звітність наочнішою і легшою для аналізу.

¹ *Власний капітал* – частина майна підприємства, яка належить його власникам або акціонерам після вирахування всіх зобов'язань перед кредиторами (боргів).

3. Завжди аналізуйте не лише цифри, а й причини – чому витрати зросли або прибуток зменшився (наприклад: *чому ми витратили більше на рекламу цього місяця? Чи справді це принесло більше доходу? Як витрати можна оптимізувати без втрати якості?*).

4. Після складання звіту завжди робіть короткий аналіз – два-три речення про те, що вдалося, а що потребує покращення.

4. Як ефективно спілкуватися з партнерами та клієнтами в підприємницькій діяльності

Успішне підприємство – це не лише якісний продукт, а й вміння будувати стосунки. Комунікація є основою будь-якого успішного бізнесу. Здатність зрозуміти, упевнено та конструктивно спілкуватися з потенційними партнерами та клієнтами визначає як результат угоди, так і довгострокові відносини. Саме тому важливо навчитися говорити професійно, уміти слухати, аргументовано представляти свої ідеї та знаходити компроміси. Розберімося, як правильно налагодити комунікацію:



1. Бути ввічливими й добро-зичливими. Усмішка й «дякую» часто важать більше за рекламу.

2. Бути чесними та прозорими в комунікації. Якщо товар має особливості (наприклад, печиво швидко псується), краще сказати про це одразу.

3. Відповідати швидко. Якщо хтось запитав у соцмережі про ціну чи доставку, не затягувати з відповіддю.

4. Слухати відгуки, реагувати на запити та заперечення. Клієнти можуть підказати, як поліпшити продукт.

Налагодження комунікації – це завжди багатоступеневий процес, який охоплює ключові навички міжособистісного та ділового спілкування.

- *Установлення контакту* – перший крок до побудови довіри. Це може бути знайомство, перше враження, привітання, ініціювання діалогу.
- *Презентація себе та продукту* – вміння чітко, цікаво й переконливо донести, хто ви, що пропонуєте й чому це цінно.
- *Переговори* – процес досягнення згоди, де важливо вміти аргументувати, урахувувати інтереси обох сторін і шукати взаємовигідні рішення, компроміси.
- *Слухання та реагування* – активне слухання, уточнення, емпатія. Це допомагає краще зрозуміти потреби клієнта чи партнера.
- *Етикет ділового спілкування* – дотримання норм ввічливості, професійного тону, поваги до співрозмовника, грамотності в мовленні.

Зазначені вище навички є основою для побудови довготривалих і продуктивних стосунків у бізнесі, командній роботі та підприємницькій діяльності.

Також важливо підтримувати робочі контакти, розвивати емоційний інтелект (розуміння емоцій співрозмовника, вміння реагува-

ти з повагою). Пам'ятайте: люди купують не лише продукт, а й досвід спілкування з вами. За даними досліджень, до 70 % клієнтів повертаються не через ціну, а через якість комунікації – ввічливість, швидкість відповіді, готовність допомогти.

Приклади ефективної комунікації:

На ярмарку: «Спробуйте наші мафіни – без добавок, лише 15 грн!»

У соцмережі: «Готуємо солодощі для ярмарку. Частина коштів – на допомогу тваринам. Замовляйте!»

Після покупки: «Дякуємо! Ви підтримали наш проєкт і добру справу».

Успішна комунікація створює довіру. Якщо клієнт задоволений, він повернеться. Найкраща реклама – це задоволений покупець, який радить ваш продукт друзям.

Щоб проєкт працював злагоджено, кожен має знати свою роль:

- виробники (виготовляють продукт);
- продавці/комунікатори (спілкуються з клієнтами, відповідають на запитання);
- фінансисти (ведуть облік доходів і витрат, обчислюють витрати, доходи, прибуток);
- менеджер (контролює строки та якість, стежить за планом).

Приклад: під час шкільного ярмарку одні учні печуть тістечка, інші продають їх, хтось веде таблицю грошей, а менеджер стежить, щоб усе йшло за графіком.

ДИСКУСІЙНИЙ КЛУБ

1. Об'єднайтесь у дві групи. **Група 1** аргументує, що компроміс із клієнтом/клієнткою завжди доречний. **Група 2** доводить, що іноді варто відстоювати свою позицію, навіть якщо це ризик втрати клієнта/клієнтки. **2.** Проведіть дискусію, використовуючи приклади з реального життя або шкільного підприємства. **3.** Проведіть переговори між потенційним партнером і представником компанії. Оберіть стратегію ведення переговорів: компромісна, агресивна, партнерська. **4.** Обговоріть у групі: що спрацювало, а що можна поліпшити в комунікації. Чи завжди потрібно погоджуватися з клієнтами, щоб зберегти співпрацю? Зробіть спільний висновок: які межі компромісу допустимі в діловій комунікації? **5.** Проведіть аналогічні дискусії за одним із цих запитань: 1) Чому важливо розподіляти обов'язки в команді? 2) Що важливіше: якість продукту чи якість комунікації з клієнтами? 3) Чи можна вести бізнес без фінансової звітності? 4) Чи завжди прибутковий проєкт означає, що він успішний?

ПРАКТИЧНИЙ КЕЙС

1. Складіть план виробництва 50 екторбинок (хто, що і коли робить).

2. Підготуйте фрази для ввічливого спілкування з клієнтами.

3. Створіть фінансовий звіт. Уявіть, що ваша команда – фінансовий відділ шкільного підприємства, яке продає екторбинки. За місяць ви продали 40 торбинок по 50 грн. Ваші витрати: матеріали – 600 грн, реклама – 200 грн, доставка – 100 грн, оренда стенда – 300 грн. Податки, що потрібно сплатити: єдиний



податок для ФОП 1–3 групи – 5 % від доходу та військовий збір – 5 % від доходу, ФОП ЄСВ – 22 % від мінімальної офіційної місячної заробітної плати, а саме від 8647 грн. Зверніть увагу, у реальному житті ставки можуть бути іншими залежно від групи ФОП, реєстрації як платника ПДВ та виду діяльності.

- Обчисліть загальні витрати та визначте прибуток або збиток.
- Перейшовши за посиланням <https://cutt.ly/Tr3gxYul> або QR-кодом, заповніть форму фінансового звіту.
- Напишіть короткий висновок: чи був проєкт успішним? Що можна поліпшити?
- На основі цього завдання зробіть аналогічні обчислення для вашого проєкту.



4. Обговоріть, які помилки можуть виникнути під час шкільного ярмарку та як їх уникнути (*неякісний товар* → здійснити перевірку перед продажем; *відсутність плану* → використовувати список завдань і календар; *перевитрати* → закладати запас у бюджеті; *погана комунікація* → навчитися ввічливо відповідати на зауваження).

5. Розрахунок точки беззбитковості проєкту. На основі вашого фінансового звіту для власного шкільного бізнес-проєкту обчисліть вашу точку беззбитковості – тобто кількість одиниць, яку потрібно реалізувати, щоб покрити всі витрати, не отримуючи прибутку й не зазнаючи збитків.

Формула для розрахунку:

Точка беззбитковості = Загальні витрати / Ціна одного товару

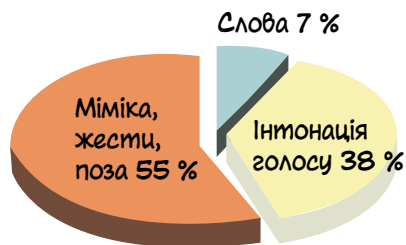


Напишіть стислий висновок:

- Чи є ваш проєкт фінансово життєздатним?
- За якої кількості продажів він стане беззбитковим?
- Скільки одиниць потрібно продати, щоб отримати прибуток?
- Що можна оптимізувати (зменшити витрати, змінити ціну, поліпшити просування), щоб зробити ваш проєкт прибутковішим?

ЦІКАВИЙ ФАКТ

Згідно з дослідженням психолога Альберта Меграбіана, 93 % враження від спілкування формується не словами, а невербальними сигналами: тоном голосу, мімікою, жестами та поставою. А саме: 7 % – вербальне (слова), 38 % – вокальне (тон, інтонація), 55 % – невербальне (міміка, жести, поза). Правило 7–38–55 застосовується лише в ситуаціях, коли йдеться про вираження емоцій та ставлення, а не до комунікації загалом. У ділових чи інформаційних повідомленнях роль змісту (слів) є набагато більшою.



КОРОТКО ПРО ГОЛОВНЕ

Організація виробництва – це чітке планування: від закупівлі матеріалів до контролю якості. Система продажів охоплює канали збуту, цільову аудиторію, ціноутворення, рекламу та роботу з клієнтами.

Фінансова звітність допомагає оцінити ефективність, контролювати витрати й прибуток, приймати обґрунтовані рішення. Комунікація з партнерами та клієнтами – ключ до довіри, успішних переговорів і розвитку. Успішний проєкт – це злагоджена команда, чіткий план і вміння уникати типових помилок.

ПЕРЕВІРЯЄМО СЕБЕ

1. Назвіть етапи організації виробництва в шкільному підприємстві.
2. Які канали продажу можна використати для реалізації продукції?
3. Яких правил спілкування з клієнтами варто дотримуватися, щоб зберегти їхню довіру?
4. Що включає фінансова звітність? Назвіть щонайменше два її компоненти.
5. Порефлексуйте, які навички важливі для ефективної комунікації з партнерами.
6. Чому важливо вести облік доходів і витрат навіть у невеликому шкільному бізнесі?

ФІНАНСОВИЙ ГЕНІЙ (НА ВИБІР)

1. Ваше підприємство продало 25 наборів смаколиків по 400 грн. Витрати на інгредієнти – 700 грн, реклама – 200 грн.
 - А. Розрахуйте загальний дохід.
 - Б. Визначте загальні витрати.
 - В. Обчисліть прибуток до оподаткування.
 - Г. Обрахуйте податки (5 % єдиний внесок + 5 % військовий збір, що обчислюють від прибутку, тобто від різниці доходів і витрат, а також + ЄСВ 22 %, що рахують від мінімальної заробітної плати 8647 грн за місяць).
 - Д. Скільки становить чистий прибуток?
2. Віднайдіть в інтернеті відео українською мовою, яке показує процес створення бізнес-сторінки в соцмережах (наприклад, Facebook, Instagram) або сайту/лендингу для підприємницького проєкту. Визначте три ключові елементи, які автор відео вважає найважливішими під час створення бізнес-сторінки або лендингу. Представте результати в класі.



ДУМКИ В ДОРОГУ

А що саме у вашому проєкті створює довіру – продукт, цифри чи стиль спілкування?

Шановне учнівство, пам'ятайте: успішне підприємство – це не лише вміння продавати, а й здатність грамотно організувати виробництво та вести фінансову звітність, що забезпечує стабільність і довіру. А успіх перемовин залежить не лише від слів, а й від того, як ви їх подаєте: з повагою, впевненістю та готовністю чути опонента.

ТЕМА 10. ПРЕЗЕНТАЦІЯ БІЗНЕС-ІДЕЙ. ЗАПУСК ПРОЄКТУ

§ 28. Як ефективно презентувати та запускати бізнес-ідеї шкільних підприємств

Подумайте, чому вміння презентувати свої ідеї є важливим в сучасному світі. Які ситуації з вашого життя вже зараз потребують коротких і переконливих пояснень?

1. Як підготувати та провести ефективну публічну презентацію проєкту

Успіх будь-якого проєкту залежить як від самої ідеї, так і від того, як ви її представите. Навіть найкращий бізнес-план може залишитися непоміченим, якщо його не подати цікаво, чітко й переконливо.

Презентація – це представлення загалу свого задуму з метою привернути до нього увагу. Якщо презентація вдала, з'являється підтримка, ресурси й шанс на реалізацію.

Наприклад, ви придумали шкільне кафе зі здоровими перекусами. Але щоб ідея стала реальністю, потрібно переконати однокласників, учителів або інвесторів. Саме для цього й потрібна презентація. Уміння презентувати – одна з ключових навичок сучасної людини.

Існують різні формати презентацій: усні виступи, постери, відео, слайди, сторінки в соцмережах. Розгляньмо деякі з них.

КЛЮЧОВІ ТЕРМІНИ І ПОНЯТТЯ

- Ліфт-пітчинг
- Печа-куча
- TED Talk

Ліфт-пітчинг – це коротка, чітка та переконлива презентація ідеї, продукту, послуги або особи, яку можна подати за час короткої поїздки в ліфті, зазвичай від 30 до 60 секунд.

Уявіть, що ви випадково зустріли інвестора в ліфті й мусите швидко та переконливо розповісти про свій проєкт і привернути увагу слухача, у вас на це є лише 30–60 сек. Слід говорити чітко, лаконічно та емоційно.

Ліфт-пітчинг для шкільного проєкту: що це і як працює?

Тривалість: 30–60 сек – саме стільки часу, щоб зацікавити слухача, якби ви їхали з ним у ліфті.



Мета: швидко привернути увагу до вашого шкільного проєкту, викликати інтерес і бажання дізнатися більше.

Зміст: стисло та чітко – хто ви, що створили, чому це важливо для школи або спільноти, чого ви очікуєте (наприклад, підтримки, участі, ідеї).

Формат: без слайдів, без детальних пояснень – лише ви, ваша ідея і хвилина, щоб її «продати».

Де застосовувати: на презентаціях шкільних підприємств, конкурсах, зустрічах з партнерами або навіть перед керівництвом.

Печа-куча – це формат презентації, що складається з 20 слайдів, кожен з яких демонструється протягом 20 сек, що загалом для виступу дає 6 хв 40 сек. Такий підхід змушує спікера бути максимально конкретним, влучним і динамічним.

Є й інші варіанти презентацій: класичний виступ зі слайдами чи натхненна промова в стилі TED¹.

TED Talk – це коротка, наснажлива презентація ідеї, зазвичай тривалістю 10–18 хв, яка поєднує особисту історію, емоційний вплив і науково-популярні факти для того, щоб зацікавити й надихнути аудиторію.

Презентація TED Talk використовується для публічних виступів, конференцій, освітніх заходів і навіть у школах для подачі власних проєктів у переконливій та натхненній формі.

Порівняння форматів презентацій ліфт-пітчинг, печа-куча та TED Talk

Характеристика	Ліфт-пітчинг	Печа-куча	TED Talk
Тривалість	30–60 сек	6 хв 40 сек (20 слайдів по 20 сек)	10–18 хв
Мета	Зацікавити слухача, спонукати до дії або продовження розмови	Динамічно представити ідею, утримати увагу аудиторії	Надихнути, мотивувати, донести ідею через історію та факти
Структура	Хто ви, що робите, чому важливо, бажана дія слухача	20 слайдів з короткими коментарями	Чітка ідея, особиста історія, факти, висновки
Стиль подачі	Коротко, переконливо, без деталей	Динамічно, візуально, швидко	Просто, емоційно насичено, натхненно
Застосування	Бізнес, мережеві заходи, співбесіди	Шкільні/бізнесові презентації, конференції	Освітні заходи, конференції, наснажливі виступи
Використання візуальних матеріалів	Можуть бути, але не обов'язково	Обов'язкові (слайди)	Рекомендовані (слайди, графіка, відео)

¹ TED (Technology, Entertainment, Design) – «Технології, розваги, дизайн».

Характеристика	Ліфт-пітчинг	Печа-куча	TED Talk
Поради перед виступом	Дихайте глибоко, налаштуйтеся на впевненість. Будьте переконливими. Жартуйте, якщо доречно. Укажіть ключове, що хочете від слухача	Дихайте глибоко, розслабте тіло. Акцент на кожному слайді, підкреслюйте головне. Використовуйте сильні візуальні елементи. Можна додати короткі особисті історії	Дихайте глибоко та ритмічно. Включіть особисту історію, приклади, емоції. Використовуйте візуальні матеріали та факти. Жартуйте, щоб встановити контакт з аудиторією

Презентація – це комплекс таких дій:

- підготовка змісту (що ви хочете донести);
- візуалізація (слайди, плакати, зразки продукту);
- стиль виступу (як ви говорите й поводитесь);
- відповіді на запитання слухачів.

Презентація потрібна, щоб:

- отримати підтримку (учнів, учителів, батьків, інвесторів);
- знайти команду;
- запустити продажі.

Щоб вашу ідею легко сприймали, презентація має бути логічною, стислою і переконливою.

- **Вступ** – представте і коротко озвучте свою ідею. Наприклад, ви презентуєте ідею «Шкільна кав'ярня зі здоровими десертами». *Слайд 1:* назва і коротке гасло («Солодке може бути корисним»).
- **Проблема** – поясніть, яку потребу або труднощі розв'язує ваш проєкт. *Слайд 2:* проблема («У школі мало корисних перекусів»).
- **Пропозиція (рішення)** – розкажіть, як саме ви плануєте це реалізувати. *Слайд 3:* рішення («Смузі, батончики з фруктів і горіхів»).
- **Переваги** – чим ваша ідея краща за інші, що робить її унікальною. *Слайд 4:* переваги («Натуральність, доступна ціна, зручність»). *Слайд 5:* фото пробних десертів.
- **Фінанси** – скільки коштів потрібно та який очікуваний результат. *Слайд 6:* фінансовий розрахунок витрат, доходів і прибутку, а також допис: «Частину прибутку плануємо передати на благодійність і розвиток шкільного простору».
- **Заклик до дії** – чого ви очікуєте від слухачів: підтримки, інвестицій, участі. *Слайд 7:* заклики до підтримки («Ми хочемо зробити школу здоровішою!»).

Не робіть занадто довгу та нудну презентацію, на слайдах не пишьте багато тексту, показуйте конкретні приклади.

Як правильно виступати перед аудиторією:

1. Дивіться на слухачів – не в підлогу і не лише на екран.
2. Говоріть чітко й повільно – щоб усі встигали зрозуміти.

3. Використовуйте жести та міміку – це допомагає підкреслити головні моменти.

4. Не читайте з аркуша – краще мати план із ключовими словами.

5. Будьте щирими – розповідайте так, ніби ділитесь власною мрією.

6. Тренуйтеся заздалегідь – перед друзями, родиною або в класі.

Порада: якщо ви хвилюєтеся, почніть із глибокого вдиху та усміхніться – це допоможе розслабитися.

Отже, публічна презентація шкільного підприємства – це не лише звіт, а й шанс заявити про себе, переконати, надихнути. Ви можете готувати виступи в різних форматах, обираючи той, який найкраще «працює» на вашу ідею. Хтось обере ліфт-пітчинг – коротко, яскраво, по суті; хтось – печка-куча, де кожен слайд як кадр у трейлері. Головне – не загубити суть і не втратити себе. Опановуючи різні формати презентацій, ви до того ж розвиватимете мовленнєву компетентність, уміння виступати публічно, упевненість у собі. Ці вміння стануть в пригоді не лише під час захисту бізнес-ідей, а й у повсякденному житті – під час знайомств, співбесід, навчання у виші.

ОБГОВОРЕННЯ В ГРУПІ

Чи можете ви пояснити свою бізнес-ідею так, щоб вас зрозуміли навіть ті, хто про неї нічого не знає? Які презентації чи публічні виступи вам найбільше запам'яталися і чому саме вони були вдалими (або невдалими)?

ЧАС ДЛЯ РОЗДУМІВ

Що для вас важливіше під час презентації: переконати інших у вашій ідеї чи навчитися самому впевнено говорити про неї? Як ви відчуваєтеся, коли виступаєте перед аудиторією: це виклик, можливість чи страх, який потрібно подолати? Як ви вважаєте: що більше впливає на успіх: гарна підготовка чи вміння імпровізувати?

ДИСКУСІЙНИЙ КЛУБ

Подискутуйте, що більше впливає на успіх презентації: сама ідея чи харизма того, хто її представляє.

2. Як поєднати технічний супровід і публічну презентацію проекту шкільного підприємства

Кожен успішний проект шкільного підприємства потребує і цікавої ідеї, й ефективного поєднання технічного супроводу та публічної презентації. Потрібен не лише виступ перед аудиторією, а й візуальна історія, яка супроводжує слова. Технічний супровід (слайди, відео, графіка, інтерактивні елементи, фотографії) – це інструмент, який допомагає зробити виступ зрозумілим, аргументованим і виразним, допомагає аудиторії швидко зрозуміти суть вашої ідеї. А ваш добре підготовлений виступ робить її живою, переконливою та емоційно насиченою. Поєднання цих елементів дає змогу не просто розповісти про



проект, а допомогти слухачам «прожити» його разом з вами. Але важливо, щоб техніка не «перекрикувала» ідею, а підсилювала її.

Для ефективної публічної презентації шкільного проекту важливо обрати технічні інструменти, які підсилюють зміст і роблять виступ динамічним. Найпопулярніші презентаційні платформи: **PowerPoint, Google Slides, Canva, Prezi**, які дають змогу створювати слайди з графікою, діаграмами та відео. Для демонстрації прототипів чи цифрових продуктів підходять екранні записи (**Loom, Screencast-O-Matic**) та інтерактивні дошки (**FigJam, Lucidspark, Miro**). Аудіовізуальний супровід – музику, озвучення, анімацію – можна створити в простих редакторах **Clipchamp, CapCut, Audacity**. Головне, щоб технічні засоби гармонійно доповнювали виступ, не перевантажуючи його, роблячи презентацію зрозумілою, логічною і переконливою. Також можна використовувати плакати чи буклети, зразок вашого продукту (екоторбинку, браслет, пакування печива), відео, фото (короткий ролик, фотоколаж з процесу роботи команди) тощо. Люди легше сприймають інформацію, якщо вона подана не лише словами, а й у вигляді картинок, схем, коротких фраз. Головне правило: менше тексту – більше прикладів і наочності.

ПРАКТИЧНИЙ КЕЙС

Презентація шкільного бізнес-проекту

Ваша команда – учасники шкільного підприємства, яке реалізує власну бізнес-ідею (наприклад: ековари, послуги для школи, вироби ручної роботи, цифрові рішення тощо). Ви готуетесь до презентації в школі, де будуть присутні учні, вчителі, батьки та потенційні партнери.

1. Створіть короткий ліфт-пітч (до 60 сек), у якому представте вашу ідею: що це за продукт, чим він особливий, чому його варто підтримати.

2. Обговоріть технічний супровід презентації. Підготуйте три-п'ять слайдів із фото продукту/послуги, інфографікою про користь, коротким відео процесу створення або відгуками перших користувачів. Визначте, що саме хочете показати на кожному слайді.

3. Продумайте, як ви будете синхронізувати виступ з візуальними матеріалами: коли показати фото, як увиразнити унікальність, чим завершити виступ, щоб справити враження.

4. Проведіть репетицію в групі. Оцініть виступи одне одного: що було переконливо, а що варто вдосконалити. Дайте фідбек: що «спрацювало», а що потребує доопрацювання.

Варто зазначити, що запуск бізнес-ідеї – це перехід від слів до дій. Якщо презентація – це спосіб переконати інших підтримати вашу ідею, то запуск – це її перше втілення: тестування продукту, перші продажі, реклама та збір відгуків. Саме на цьому етапі ви перевіряєте, як працює ваша ідея в реальному житті.

Окремо зазначимо типові помилки, які роблять під час запуску:

1. Запуск без тестування. Продавати одразу 100 виробів, не перевіривши попит, ризиковано.

2. Занадто дорогий старт. Якщо купувати багато обладнання чи матеріалів наперед, можна втратити гроші.

3. Відсутність реклами. Навіть найкращий продукт ніхто не купить, якщо про нього не знають.

4. Ігнорування відгуків. Якщо клієнти кажуть, що браслети швидко рвуться, а ви це ігноруєте, попит зникне.

5. Неправильне ціноутворення. Занадто висока ціна відштовхне покупців, занадто низька – не покриє витрат.

ЧАС ДЛЯ РОЗДУМІВ

Розробіть план тестового запуску: 1) Скільки виробів зробити для пробного продажу? 2) Де й коли їх продавати? 3) Як зібрати відгуки від клієнтів?

ТОППОРАДА (ЯК ЗІБРАТИ СВОЮ ВНУТРІШНЮ СИЛУ ПЕРЕД ВИСТУПОМ)

Перед презентацією зробіть техніку збору внутрішньої сили:

- *Дихайте глибоко та ритмічно:* вдих на 4 сек → затримка на 4 сек → видих на 4 сек. Повторіть три-п'ять разів. Це допомагає заспокоїти нервову систему й зняти початкову напругу.
- *Сконцентруйтеся на цілі, а не на страху:* уявіть, що аудиторія зацікавлена у вашій ідеї. Подумайте, яку головну користь отримають слухачі від вашого виступу. Перемикання фокуса з власного хвилювання на мету робить виступ упевненішим.
- *Активуйте тіло:* легка розминка рук, плечей, нахили, стрибки на місці, щоб виплеснути напруження. Розширте своє тіло: станьте ширше, розкрийте плечі, уявіть, що займаєте більше простору. Відчуйте опору в стопах, силу в корпусі – це додає відчуття впевненості та контролю.
- *Візуалізуйте успіх:* уявіть, що ваш виступ пройшов ідеально. Відчуйте радість, енергію та задоволення від власної впевненості. Ця внутрішня картинка допомагає налаштуватися на позитивний результат і зменшує страх перед публікою.



ЦІКАВИЙ ФАКТ

Дослідження показують, що мозок обробляє зображення швидше, ніж текст, а візуальні матеріали сприяють глибшому розумінню та довготривалому запам'ятовуванню. Графіки, діаграми та ілюстрації не просто прикрашають презентацію – вони роблять її ефективною. Подання інформації з візуальними елементами підвищує продуктивність і пришвидшує сприйняття в десятки разів.

КОРОТКО ПРО ГОЛОВНЕ

Ефективна презентація проекту поєднує чітку ідею, технічний супровід і вміння переконливо говорити. Різні формати виступів, як-от ліфт-пітчинг чи печатка, допомагають обрати оптимальний спосіб донести свою ідею до аудиторії. Навички публічних виступів і презентацій дають змогу не лише продавати товари та послуги шкільного підприємства, а й впевнено впливати на людей і розвивати власну компетентність.

ПЕРЕВІРЯЄМО СЕБЕ

1. Як емоційність і невербальна мова (жести, міміка, постава) впливають на сприйняття виступу?

2. У яких життєвих ситуаціях вам може знадобитися ліфт-пітчинг?

3. Чи завжди потрібно робити довгу презентацію, чи іноді достатньо лише кількох речень, щоб зацікавити?

4. Поміркуйте, який формат презентації найкраще підходить для вашого шкільного підприємства.

5. Чи завжди перший запуск показує реальний потенціал ідеї? Чому важливо слухати відгуки клієнтів на старті?

6. Перейшовши за посиланням <https://cutt.ly/ctwq2vU1> або QR-кодом, прослухайте аудіозвернення до вас від вчительки риторики, блогерки та телеведучої, у якому вона дає поради щодо публічних виступів.



ФІНАНСОВИЙ ГЕНІЙ

Перейшовши за посиланням <https://cutt.ly/nr3goxid> або QR-кодом, перегляньте відео. Проаналізуйте, як саме Стів Джобс:

- а) пояснює цінність iPhone для користувача;
- б) демонструє потенціал продукту як бізнес-успіху;
- в) робить виступ переконливим для інвесторів і партнерів.

Підготуйте коротку презентацію (3–5 хв), у якій сформулюйте ключові прийоми, які зробили виступ ефективним, і поясніть, які з них ви могли б використати в презентації власного шкільного проєкту.



ДУМКИ В ДОРОГУ

Не той сильний, хто володіє силою,
а той, хто вміє її використати,
щоб змінювати світ на краще.

Шановне учнівство, уміння ефективно презентувати власні ідеї та проєкти дає вам ключ до успіху в будь-якій сфері життя. Кожна ваша презентація – це можливість навчитися переконувати, впливати на інших і робити свій внесок у зміни навколо себе.

ТЕМА 11. ПІДБИТТЯ ПІДСУМКІВ ПРОЄКТУ

§ 29. Як оцінити проєкт

Як застосовувати навички ораторської майстерності (пітчінгу) для залучення інвесторів?

Що нового ви дізналися про процес реалізації проєкту й роботу в команді?

Шановні молоді підприємці та підприємці!

Сьогодні ми завершуємо наш спільний шлях у проєкті «Шкільне соціальне підприємство». Кожна команда пройшла ті самі ключові етапи, що й справжні підприємці у великому бізнесі: від ідеї – до дій.

Тепер ви знаєте методологію запуску стартапу й зможете застосувати її в майбутньому для реалізації будь-якої бізнес-ідеї, яка вас надихне. Насамкінець ми розглянемо ще один важливий етап – *оцінювання проєкту*.

1. Що включає оцінювання проєкту

Уявіть, що ви провели шкільний ярмарок і продали 100 булочок. Хтось готував, хтось продавав, хтось рахував прибуток. Але як зрозуміти, чи був проєкт успішним? Саме для цього потрібне оцінювання результатів. Воно допомагає відповісти на запитання: чи досягли ми своєї мети? Що вдалося найкраще? Що можна поліпшити наступного разу?

Оцінювання – це не критика, а можливість навчитися, удосконалити та зробити наступний проєкт ще сильнішим.

Оцінювання проєкту – це прогнозування ресурсів, часу та витрат, потрібних для завершення проєкту. Це свого роду дорожня карта, яка направляє менеджера проєкту та команду від старту до фінішу. Це перевірка результатів: чи досягли ви своєї мети, що отримали й чого навчилися. Оцінювання може бути:

- фінансове (дохід, витрати, прибуток);
- організаційне (як працювала команда, чи були затримки);
- соціальне (чи задоволені клієнти, чи був корисним проєкт для школи / громади);
- освітнє (чого навчилися учні під час роботи над проєктом).

Оцінювання проєкту складається з трьох основних компонентів (мал. 39). Ці компоненти взаємозалежні та однаково важливі для успішного планування та виконання проєкту.



Мал. 39. Трикутник оцінювання проєкту

КЛЮЧОВІ ТЕРМІНИ І ПОНЯТТЯ

- Оцінювання проєкту
- Метод Беркуса



- *Обсяг проєкту* включає його цілі, результати та вимоги, а також відповідає на запитання: *що потрібно зробити?*
- *Час* – це прогнозування того, скільки часу потрібно для створення проєкту. Включає оцінювання тривалості кожного завдання та графік виконання. Оцінювання цього компонента виявляє вузькі місця, які можуть затримати проєкт.

- *Вартість* – це фінансові ресурси для завершення проєкту. Охоплює витрати на зарплату, придбання матеріалів, інструментів для реалізації проєкту.

Під оцінюванням проєкту варто розуміти процес виміру успішності та результативності проєкту, зокрема аналіз фактичних результатів і порівняння з планом. Оцінювання окремих його етапів допомагає побачити, чи потрібно застосувати додаткові інструменти та ресурси для того, щоб проєкт зрештою відповідав очікуванням і виконав свої завдання.

ЧАС ДЛЯ РОЗДУМІВ

1. Які цілі вашого проєкту були досягнуті, а що залишилося недосягнутим?
2. Який фінансовий (матеріальний) і нематеріальний результат проєкту ви вважаєте найуспішнішим і чому? Чи всі учасники команди були однаково залучені? Як ви оцінили б власний внесок і внесок інших?

Щоб оцінювання було зрозумілим, потрібно мати чіткі критерії:

- *фінансові результати* – витрати, дохід, прибуток;
- *якість продукту/послуги* – чи задоволені клієнти;
- *командна робота* – чи всі були залучені й чи добре розподілили ролі;
- *організація* – чи вдалося дотриматися плану й термінів;
- *інноваційність і креативність* – наскільки новою та оригінальною була ідея;
- *вплив на громаду* – чи приніс проєкт користь іншим (наприклад, частину коштів передали на благодійність).

2. Як часто потрібно оцінювати проєкт

Будь-який проєкт має як мінімум три етапи, коли оцінювання найефективніше й найнеобхідніше:

Передпроєктне оцінювання – планування «на березі»: команда, терміни, методи, критерії успіху.

Поточне оцінювання – контроль процесу: чи все йде за планом, чи досягаються проміжні цілі.

Післяпроєктне оцінювання – аналіз результатів: що спрацювало, що варто змінити наступного разу.

ДИСКУСІЙНИЙ КЛУБ

1. Чи завжди проєкт із прибутком можна вважати успішним?
2. Чому важливо враховувати думку клієнтів?
3. Що складніше – реалізувати проєкт чи оцінити його?
4. Як помилки можуть допомогти зробити наступний проєкт кращим?

Також у підприємництві важливо бути готовими до викликів. Тому, крім фінансових показників, команда має вміти аналізувати труднощі, передбачати ризики, реагувати на виклики, непередбачувані ситуації та оптимізувати стратегію, якщо щось пішло не за планом. Справжній підприємець уміє швидко адаптуватися, учитися на досвіді та приймати обґрунтовані рішення. У вас завжди має бути план дій у разі відхилення від запланованого сценарію. Це дає змогу зменшити ризики, адаптуватися до змін і зберегти життєздатність проєкту.

МОДЕЛЮЄМО СИТУАЦІЮ

Ваш шкільний бізнес-проєкт завершився, але не все пішло за планом: продажі були нижчими, ніж очікували, реклама не спрацювала, а витрати виявилися більшими. Спробуймо наперед виробити план дій щодо поліпшення ситуації та виявити можливі слабкі зони вашого проєкту.

1. Проаналізуйте ситуацію та подумайте:

- Що може не спрацювати?
- Які рішення можуть бути неефективними?
- Які зовнішні фактори можуть вплинути?

2. Визначте показники успішності, які ви могли б використати для оцінювання проєкту:

- фінансові (дохід, прибуток, точка беззбитковості);
- соціальні (кількість залучених учасників, відгуки клієнтів);
- організаційні (дотримання термінів, якість продукту).

3. Складіть план дій на випадок, якщо щось піде не так:

- Які кроки ви зробите, щоб поліпшити ситуацію?
- Як адаптуєте продукт, зміните стратегію або перерозподілите ресурси?

4. Напишіть короткий підсумковий звіт:

- Чого навчила вас ця ситуація?
- Які навички ви розвинули?
- Що зробите інакше в наступному проєкті та які можливі ризики будете закладати наперед?



3. Які є методики оцінювання проєкту

Будь-який бізнес працює, щоб заробляти гроші, і головним критерієм результативності проєкту вважатиметься отримання прибутку. Оцінюючи результативність, потрібно проаналізувати витрати на проєкт і зіставити їх із цілями. Таке оцінювання допоможе, зокрема, зробити доробок на майбутнє – продемонструвати привабливість таких проєктів для потенційних учасників та інвесторів.

Під час оцінювання результатів виконаної роботи необхідно:

- визначити, наскільки результати проєкту задовольняють усі раніше зазначені цілі;
- визначити, наскільки отримані результати проєкту виправдані з огляду на понесені витрати;
- вивчити результати проєкту та порівняти їх з результатами аналогічних проєктів.

Існує багато методів оцінювання проєкту:

- **опитування клієнтів (коротка анкета)** – після продажів можна провести коротке анкетування: чи сподобався вам продукт? Що можна поліпшити? Чи купили б ви ще раз? Навіть 10–15 відповідей допоможуть зрозуміти, як вас сприймають покупці;
- **розрахунок грошей (фінансова звітність)** – скласти таблицю доходів і витрат, щоб побачити фінансовий результат; якщо прибуток додатний – це позитивна ознака, але це лише частина оцінювання;
- **«мозковий штурм» у команді (що вдалося/не вдалося)** – після завершення проєкту команда збирається, щоб обговорити: що вдалося найкраще? Які труднощі виникли? Що можна зробити інакше наступного разу? Це називають рефлексією – умінням аналізувати власні дії;
- **презентація результатів перед класом чи школою.** Можна підготувати короткий звіт або виступ перед класом, учителями чи батьками. Розкажіть, що ви зробили, які були результати, що плануєте далі. Покажіть фото чи зразки продукції. Поділіться висновками. Це розвиває навички публічного виступу й демонструє відповідальність.

Зразок:

Проєкт	Виготовлення та продаж 50 браслетів
Кількість покупців	40 осіб
Витрати	250 грн
Дохід	500 грн
Прибуток	250 грн
Опитування: 80 % покупців задоволені	
Команда: працювали злагоджено, але затрималися з виготовленням та не вистачало реклами	
Висновок: проєкт був прибутковий, клієнти задоволені, але наступного разу потрібно більше уваги приділити маркетингу, більше розповідати про свій продукт у соцмережах, краще планувати час	

Щоб оцінювання було об'єктивним і корисним, важливо уникати поширених помилок:

- оцінювання лише прибутку – не враховуються досвід, командна робота чи користь для громади;
- ігнорування відгуків клієнтів – саме вони показують, наскільки продукт справді потрібний;
- відсутність командного обговорення – оцінювання має бути спільним, а не думкою лише одного учасника;
- невизнання помилок – помилки трапляються у всіх, головне – зробити з них висновки.

Якісне оцінювання – це не лише цифри, а й чесний аналіз досвіду.

Тепер розгляньмо **метод Беркуса**. Цей метод використовується для оцінювання інвестиційної привабливості проекту. Адже інвестиційна привабливість демонструє: наскільки ефективно ви використовуєте свої ресурси; чи отримуєте ви прибуток; чи можете ви розвиватися. Від цього залежить інвестування вашого підприємства.



Метод Беркуса – це метод оцінювання стартапу на ранніх стадіях, до отримання виручки або готового продукту. Він дає змогу інвесторам оцінити потенціал без потреби аналізувати фінансові прогнози.

Цей метод базується на оцінці п'яти факторів, як-от: ідея, прототип¹, команда менеджменту, стратегічні відносини², випуск продукту або продажі. На основі цих факторів присвоюються бали. Такий підхід суб'єктивний і залежить від судження оцінювача.

Приваблива ідея	не більше як 20 %
Готовий прототип (модель виробу)	не більше як 20 %
Якісний та ефективний менеджмент	не більше як 20 %
Стратегічні відносини	не більше як 20 %
Випуск продукту або продажі	не більше як 20 %



ПРАКТИЧНИЙ КЕЙС
Критерії успішності проекту

- 1. Об'єднайтеся в проектні команди та оцініть: 1) Скільки коштів вам знадобиться на першому етапі для запуску проекту? 2) Скільки коштів вам знадобиться для подальшого розширення проекту? 3) Скільки ви зможете заробити з вашим проектом?
- 2. У групі оцініть проект за методом Беркуса. Для цього заповніть подану нижче таблицю.

Показник	Відсотки
Приваблива ідея	
Готовий прототип (модель виробу)	
Якісний та ефективний менеджмент	

¹ *Прототип* – технологічна реалізація базової функціональності майбутнього продукту для його тестування та оцінки, що уможливорює виявлення помилок і недоліків ще до повномасштабної розробки.

² *Стратегічні відносини* – довгострокова співпраця між двома або більше компаніями, спрямована на досягнення спільних цілей.

Показник	Відсотки
Стратегічні відносини	
Випуск продукту або продажі	

3. Проведіть опитування серед десяти покупців або однокласників. Зробіть висновки: 1) Що вам найбільше сподобалося в нашому продукті? 2) Що можна поліпшити? 3) Чи порекомендували б ви нас іншим?

4. Разом з командою складіть список: 1) Що вдалося найкраще? 2) Які труднощі виникли? 3) Що зробимо інакше наступного разу?

ОБГОВОРЕННЯ В ГРУПІ

Об'єднайтеся в три групи. **Група 1:** «Успіх проєкту визначається лише досягненням поставлених цілей і дотриманням термінів і бюджету». **Група 2:** «Успіх проєкту залежить від задоволеності всіх зацікавлених сторін (команди, замовника, кінцевих користувачів)». **Група 3:** «Успіх проєкту визначається його довгостроковим впливом на суспільство чи організацію».

Обговоріть у групі свою позицію і знайдіть аргументи та приклади, що її підтверджують. Поділіться своїми аргументами в класі. Уважно вислухайте опонентів і дайте відповіді на їхні запитання, якщо такі виникнуть.

РЕФЛЕКСІЯ

Підбийте підсумки свого стартапу. Дайте відповідь на такі запитання:

1. На якій стадії перебуває зараз ваш проєкт, як вам вдалося просунути в його реалізації?
2. Що говорить вам ментор/менторка з приводу вашого проєкту? Як ви використовуєте його/її рекомендації?
3. Чи будете ви далі розвивати ваш проєкт?
4. Чи задоволені ви своїм результатом?
5. Що ви хотіли б змінити в майбутньому?
6. Які сильні сторони вашого проєкту були ключовими для досягнення результату, а які аспекти потребують удосконалення в наступному проєкті?
7. Як ви можете використати ці уроки для поліпшення командної роботи та результатів?

ТОППОРАДА

Відсутність інвестиційної привабливості не свідчить про те, що у вас погана бізнес-ідея або команда. Інвестор дивиться і на ризики. І якщо проєкт не зацікавив інвестора, не засмучуйтеся! Будьте самі собі інвестором! Ви вже знаєте, що існує багато способів розпочати свою справу або зовсім без вкладень, або з мінімальними вкладеннями. Усе залежить від ваших навичок, концепцій, бажання експериментувати, уміння знаходити нестандартні рішення і надихати людей навколо себе. Навчайтеся нового, усього, що може згодитися на шляху до вашої мрії, і у вас все вийде!

ЦІКАВИЙ ФАКТ

Близько 90 % стартапів зазнають невдачі. Згідно з дослідженнями, лише один з десяти стартапів доживає до стабільного прибуткового етапу. Найчастіші причини провалу: відсутність ринку, слабка бізнес-модель, проблеми в команді або неправильна стратегія просування. Середній підприємець зазвичай робить кілька спроб започаткувати власну справу, перш ніж створити успішний бізнес.



Цікаво, що менше ніж 10 % стартапів, які отримали початкове фінансування, доходять до наступного раунду інвестицій. Це означає, що навіть із грошима успіх не гарантований.

КОРОТКО ПРО ГОЛОВНЕ

Після завершення проєкту важливо оцінити загальний рівень реалізації, фінансові результати та ефективність команди. Аналіз сильних і слабких сторін дає змогу побачити, що спрацювало, а що потребує вдосконалення. Окрема увага – залученості кожного учасника: від цього залежить не лише результат, а й командна згуртованість у майбутніх проєктах.

ПЕРЕВІРЯЄМО СЕБЕ

Перейшовши за посиланням <https://forms.gle/knmQzHt5Hq5jqTTd6> або QR-кодом, виконайте тести за темою.



ДУМКИ В ДОРОГУ

Вірте в себе. Приймайте виклики. Ніколи нікому не дозволяйте збити вас зі шляху. Не зупиняйтеся, бо успіх належить тим, хто щодня, дисципліновано й невтомно робить кроки вперед. Справжні підприємці не опускають руки – вони перетворюють труднощі на силу.

Шановне учнівство, підсумки проєкту – це не лише оцінювання результатів, а й можливість побачити власне зростання, командну силу та потенціал для нових ідей. Кожен досвід, навіть із труднощами, наближає вас до впевненого, свідомого підприємця майбутнього.

Для тих, хто хоче створити свою фінансову бібліотеку та бути не такими, як усі, пропонуємо перейти за посиланням <https://cutt.ly/tttQwC18> або QR-кодом та ознайомитися з добіркою цікавої літератури з фінансової грамотності.



Навчальне видання

ГІЛЬБЕРГ Тетяна Георгіївна
СУХОВІЙ Ольга Василівна

ПІДПРИЄМНИЦТВО І ФІНАНСОВА ГРАМОТНІСТЬ

Підручник для 9 класу
закладів загальної середньої освіти

Рекомендовано Міністерством освіти і науки України

**Видано за рахунок державних коштів.
Продаж заборонено**

Підручник відповідає Державним санітарним нормам і правилам
«Гігієнічні вимоги до друкованої продукції для дітей»

Редактор *Ірина Гайдаєнко*
Обкладинка, макет, художнє оформлення,
комп'ютерна верстка *Олександра Павленка*
Коректори *Олена Симонова,*
Ірина Хмельовська

У підручнику використано ілюстративний матеріал з відкритих
джерел інтернету, зокрема сайтів vecteezy.com, depositphotos.com.

Усі матеріали в підручнику використано з навчальною метою
відповідно до законодавства України про авторське право і суміжні права.

Формат 70×100/16.
Ум. друк. арк. 17,55. Обл.-вид. арк. 15,11.
Тираж 89 975 пр. Вид. № 0115.
Зам. № 26-04-1007.

ТОВ «Генеза»,
вул. Генерала Алмазова, 18/7 (літ. В), офіс 404, м. Київ, 01133, Україна.
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи серія ДК № 7692 від 24.10.2022.

Віддруковано у ТОВ «ПЕТ»,
вул. Максиміліанівська, 17, м. Харків, 61024, Україна.
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи серія ДК № 6847 від 19.07.2019.