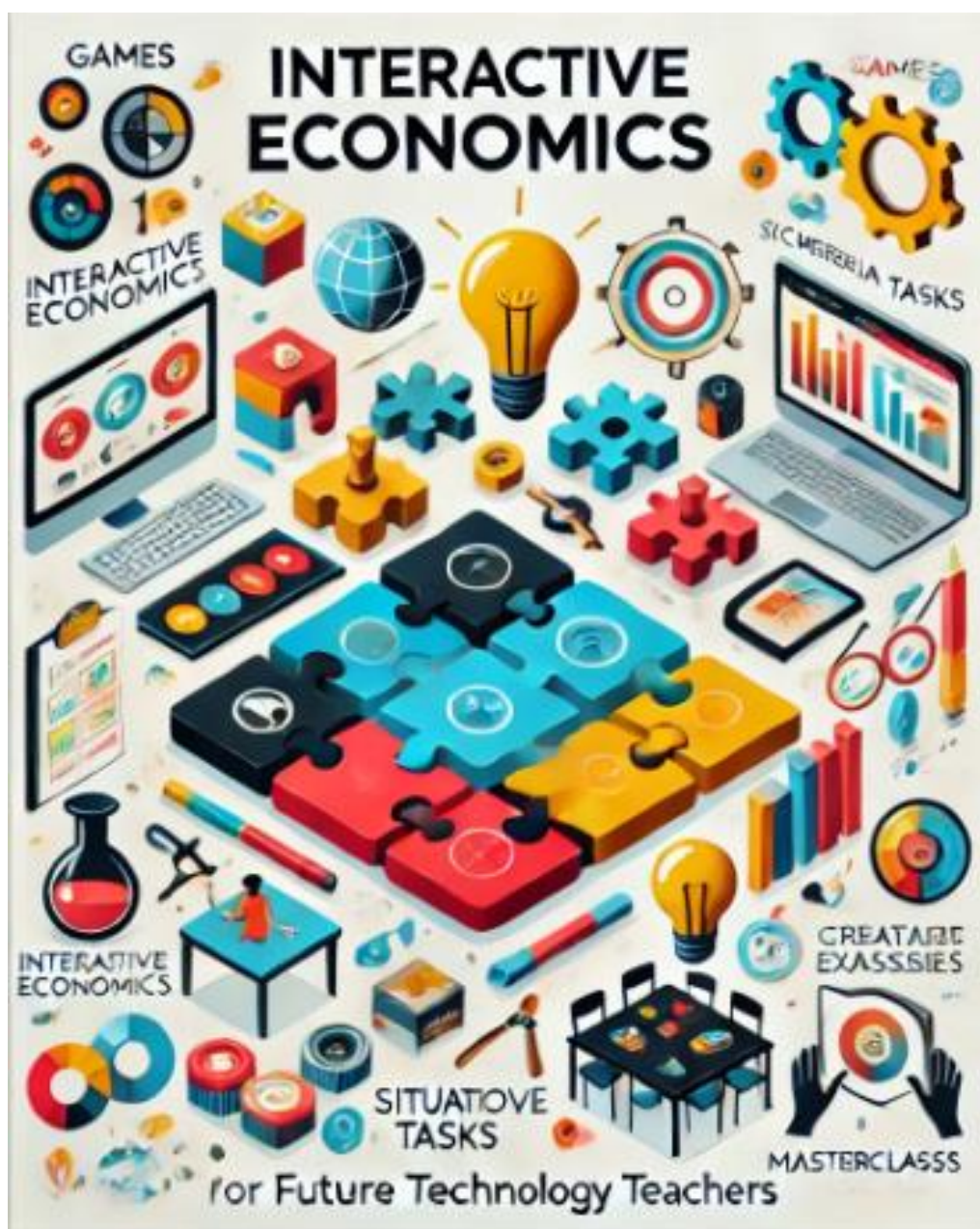


Глухівський національний педагогічний університет  
імені Олександра Довженка  
Кафедра технологічної та професійної освіти

## Використання інтерактивних методів в процесі формування економічної компетентності майбутніх фахівців у ЗВО



**Міністерство освіти і науки України  
Глухівський національний педагогічний університет  
імені Олександра Довженка**

**Б. О. Шевель**

**Використання інтерактивних методів в процесі формування економічної компетентності майбутніх фахівців у ЗВО для здобувачів освіти першого (бакалаврського) рівня предметної спеціальності 014.10 Середня освіта (Технології)**

УДК 378.147 – 057.875  
Ш – 37

*Рекомендовано вченою радою  
Глухівського національного педагогічного університету  
імені Олександра Довженка  
протокол № 9 від 26.20.2025*

**Рецензенти:**

**Бояринова І. О.**, кандидат економічних наук, доцент, директор Відокремленого структурного підрозділу «Професійно-педагогічний фаховий коледж Глухівського національного педагогічного університету імені Олександра Довженка»

**Бурчак С. О.**, доктор педагогічних наук, професор кафедри технологічної та професійної освіти Глухівського національного педагогічного університету імені Олександра Довженка

**Ш – 37**

Шевель Б. О. Використання інтерактивних методів в процесі формування економічної компетентності майбутніх фахівців у ЗВО для здобувачів освіти першого (бакалаврського) рівня предметної спеціальності 014.10 Середня освіта (Технології). Глухів : Глухівський НПУ ім. О. Довженка, 2025 235 с.

У посібнику наведено широкий набір ділових економічних ігор, ситуаційних завдань, кейсів, інтерактивних вправ, тренінгів, круглих столів та майстер-класів, спрямованих на формування економічної компетентності майбутніх вчителів технологій.

Завдяки інтерактивному формату представлених матеріалів, здобувачі освіти отримують можливість розвивати не лише аналітичні здібності, а й стратегічне мислення, комунікаційні навички та здатність працювати в команді, що є критично важливим у сучасних умовах ведення бізнесу.

Видання адресовано здобувачам освіти першого (бакалаврського) рівня предметної спеціальності 014.10 Середня освіта (Технології).

**УДК 378.147 – 057.875**

© Шевель Б. 2025

© Глухівський НПУ ім. О. Довженка, 2025

## ЗМІСТ

ВСТУП .....	5
ДІЛОВІ ІГРИ .....	6
СИТУАЦІЙНІ ЗАВДАННЯ .....	81
КЕЙСИ .....	34
ІНТЕРАКТИВНІ ВПРАВИ .....	119
ТРЕНІНГИ .....	160
КРУГЛІ СТОЛИ .....	198
МАЙСТЕР–КЛАСИ .....	220
СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ .....	234

## ВСТУП

Сучасна освіта дедалі більше орієнтується на інтерактивність, практичність і міждисциплінарний підхід в освітній діяльності. Це особливо актуально для підготовки здобувачів освіти першого (бакалаврського) рівня спеціальності 014.10 Середня освіта (Технології), які готуються стати вчителями технологій. Саме ці фахівці формуватимуть у молодого покоління ключові компетентності, що відповідають вимогам сучасного суспільства: уміння критично мислити, працювати в команді, творчо підходити до вирішення завдань та ефективно використовувати новітні технології.

Посібник «Використання інтерактивних методів в процесі формування економічної компетентності майбутніх фахівців у ЗВО» присвячена впровадженню інтерактивних методів навчання у економічну підготовку майбутніх учителів технологій. Вона пропонує широкий спектр навчальних інструментів, таких як ігри, ситуаційні завдання, кейси, інтерактивні вправи, тренінги, круглі столи та майстер-класи, які сприяють не лише засвоєнню економічних знань, але й формуванню практичних умінь і навичок.

Мета – допомогти здобувачам освіти зрозуміти основи економіки, опанувати методи її викладання в інтерактивній формі та розвинути педагогічну майстерність. Інтерактивні методи, представлені у книзі, спрямовані на те, щоб майбутні вчителі технологій могли:

- адаптувати економічні знання до потреб своїх учнів;
- застосовувати творчий підхід до розробки навчальних матеріалів;
- організовувати співпрацю у групах та використовувати інноваційні методики навчання.

Посібник стане цінним ресурсом для здобувачів освіти, оскільки він базується на сучасних педагогічних дослідженнях, інтегрує міждисциплінарні підходи та орієнтований на практичне застосування. Запропоновані у книзі методики дозволяють здобувачам освіти не лише опанувати базові економічні поняття, а й розвивати вміння їх викладання у формі, яка заохочує учнів загальної середньої освіти до активного навчання та саморозвитку.

Це видання сприятиме формуванню нової генерації вчителів технологій, які здатні працювати в умовах швидких змін, інтегрувати нові знання та методики, ефективно взаємодіяти з учнями та бути справжніми лідерами у своїй професійній сфері

Цей посібник стане корисним не тільки для викладачів вищих навчальних закладів, але й для психологів, педагогів і тренерів, які працюють з учнями та студентами в різних формах навчання: від уроків до семінарів, тренінгів, диспутів або практичних майстер-класів.

Це дозволяє зробити освітній процес більш динамічним, практично орієнтованим і спрямованим на розвиток критичного мислення учнів. Посібник містить конкретні методичні розробки, які можна використовувати під час організації та проведення практичних занять та в позааудиторній діяльності, що дають змогу студентам застосувати знання безпосередньо на практиці.

Крім того, в посібнику представлений список рекомендованої літератури, що допоможе глибше зрозуміти і застосувати методи інтерактивного навчання в педагогічній практиці.

## **ДІЛОВІ ІГРИ**

Ділова гра – це інтерактивна форма навчання, що базується на моделюванні реальних або умовних ситуацій, які дозволяють учасникам практично застосувати теоретичні знання в умовах, наближених до реальних. Вона використовується для розвитку професійних, комунікативних і аналітичних навичок, а також для тренування умінь приймати рішення в умовах невизначеності.

Основні характеристики ділової гри:

1. Моделювання реальних ситуацій: учасники ставлять себе в ситуації, схожі на реальні бізнес чи виробничі процеси. Це дозволяє розвивати практичні навички вирішення проблем та прийняття рішень.
2. Рольова участь: учасники гри виконують різні ролі (менеджер, директор, співробітник тощо), що дає їм можливість побачити ситуацію з різних точок зору та розвивати навички міжособистісної комунікації.
3. Прийняття рішень: гра стимулює учасників до швидкого прийняття рішень на основі аналізу наданої інформації, що розвиває критичне мислення та здатність адаптуватися до змін.
4. Взаємодія та комунікація: для досягнення успіху в грі необхідна активна взаємодія між учасниками, що дозволяє тренувати навички командної роботи, а також уміння аргументувати власну точку зору.
5. Аналіз результатів: після закінчення гри часто проводиться аналіз результатів, де учасники отримують зворотний зв'язок, що дозволяє виявити сильні та слабкі сторони у прийнятті рішень і спілкуванні.
6. Мета: основною метою ділової гри є навчання через практику, розвиток критичного мислення, підвищення рівня професійної компетентності учасників і вдосконалення їхніх навичок у реальних бізнес-ситуаціях.

Ділова гра є ефективним інструментом для розвитку навичок управління, комунікації та прийняття рішень, особливо в процесі підготовки майбутніх вчителів технологій.

### **Ділова гра «Співбесіда»**

*Мета гри:*

1. Розвивати навички комунікації, аналізу інформації, ведення переговорів і прийняття рішень.
2. Учасники вчать оцінювати професійні якості та міжособистісні навички, аналізувати отриману інформацію, ухвалювати обґрунтовані рішення та отримувати конструктивний зворотний зв'язок.

#### **Етапи гри**

*1. Підготовка до гри (10 хвилин):*

Розподіл ролей:

Начальник відділу (інтерв'юер).

Претендент (або кілька претендентів, якщо є час на порівняння).

Підготовка біографій та характеристик: Кожен претендент отримує детальний опис свого персонажа, включаючи:

1. Освіту.
2. Попередній досвід роботи.
3. Ключові навички.
4. Особисті якості.
5. Слабкі сторони чи виклики.
6. Керівник відділу отримує інформацію про компанію:
7. Особливості роботи.
8. Очікувані обов'язки менеджера з продажу.
9. Критерії відбору.

### 2. Співбесіда (15–20 хвилин):

Керівник проводить інтерв'ю, ставлячи питання претендентові.

Зразкові питання:

1. Розкажіть про ваш попередній досвід роботи. Як він відповідає нашій вакансії?
2. Чому ви хочете працювати саме у нас?
3. Які навички ви вважаєте своїми найсильнішими?
4. Як ви справляєтеся зі складними клієнтами чи стресовими ситуаціями?
5. Як би ви досягли своїх перших успіхів у нашій компанії?
6. Які ваші очікування щодо зарплати та умов роботи?

Крім того, керівник може запропонувати вирішити практичне завдання, наприклад:

“Уявіть, що клієнт відмовляється від великої угоди в останній момент. Як ви з ним будете працювати?”

### 3. Оцінка результатів співбесіди (10 хвилин):

Роль керівника:

1. Наскільки якісно він аналізував надану інформацію?
2. Чи були питання логічними та релевантними?
3. Чи вдалося йому зрозуміти сильні та слабкі сторони претендента?
4. Чи правильно було ухвалене рішення про прийняття або відмову?

Роль претендента:

1. Чи відповідав він чітко та по суті?
2. Чи вдалося йому переконати керівника у своїй компетенції?
3. Як він поведився в стресових ситуаціях?

Зворотний зв'язок:

Обидва учасники надають конструктивну критику одне одному. Наприклад:

1. Що сподобалося у співбесіді?
2. Що можна покращити?

*Розширення гри:*

Додаткові ролі:

Спостерігачі: дають незалежну оцінку поведінки учасників.

Інші співробітники: грають роль “скептиків” у компанії, які ставлять несподівані запитання претендентові.

Ускладнення сценарію:

Претендент приховує важливу інформацію або намагається прикрасити свої досягнення.

Керівнику доводиться ухвалювати рішення в умовах обмеженого часу або неповної інформації.

*Підсумок:*

Гра завершується спільним обговоренням, під час якого всі учасники аналізують помилки, роблять висновки та отримують нові навички.

### **Ділова гра «Конфліктний клієнт»**

*Мета гри:*

1. Розвивати навички ефективної комунікації, роботи з конфліктами та збереження позитивного іміджу компанії.
2. Вчити долати стресові ситуації та знаходити компроміси.

#### **Етапи гри**

*1. Підготовка до гри (5–10 хвилин):*

Розподіл ролей:

Клієнт: грає роль незадоволеного покупця, який висуває претензії.

Менеджер (начальник відділу): відповідає на дзвінок і намагається вирішити проблему.

Сценарій для клієнта:

Придумати конкретну проблему (наприклад, неякісний товар, несвоєчасну доставку, непрофесійну поведінку співробітників).

Розробити характер клієнта:

1. М'який: клієнт з розумінням ставиться до ситуації, але хоче вирішення.
2. Емоційний: клієнт наполягає на негайному рішенні, підвищує голос.
3. Агресивний: клієнт грубий, саркастичний, ставить ультиматуми.

Менеджер готується:

Відновлює в пам'яті основні принципи роботи з конфліктами.

Готує відповіді на можливі запитання та обґрунтування.

*2. Сценарій розмови (10–15 хвилин):*

1. Клієнт: починає розмову емоційно, висловлюючи претензії.
2. Менеджер: повинен продемонструвати:
3. Емоційний контроль: залишатися ввічливим і спокійним.
4. Активне слухання: вислухати клієнта, перепитати для уточнення.
5. Пошук рішення: запропонувати вихід із ситуації.

*3. Зразкові питання та відповіді:*

Клієнт: «Ваш товар – це просто жах! Я викинув гроші на вітер!»

Менеджер: "Мені дуже шкода, що ви зіткнулися з такою ситуацією. Розкажіть, будь ласка, детальніше, щоб я міг допомогти."

Клієнт: «Я хочу негайно повернути гроші, або я напишу скаргу!»

Менеджер: «Розумію ваше занепокоєння. Давайте розглянемо можливі варіанти: ми можемо повернути кошти або замінити товар. Як вам буде зручніше?»

Клієнт: «Я більше ніколи у вас нічого не куплю!»

Менеджер: «Мені дуже прикро це чути. Ми цінуємо кожного клієнта і хочемо виправити ситуацію. Чи можу я дізнатися, що ми можемо зробити, щоб ви змінили свою думку?»

*4. Завершення розмови:*

Менеджер: підсумовує розмову, дякує клієнтові за зворотний зв'язок і обіцяє вирішити проблему.

*5. Оцінка результатів гри (10 хвилин):*

Критерії для оцінки менеджера:

1. Чи вдалося зберегти спокій і контроль над розмовою?
2. Чи застосовував активне слухання (перепарфразовував, уточнював)?
3. Чи запропонував реальне рішення для клієнта?
4. Чи зумів завершити розмову на позитивній ноті?

Критерії для оцінки клієнта:

1. Наскільки реалістично грав свою роль?
2. Чи не переходив межу дозволеного (грубість, образи)?
3. Чи створював виклик для менеджера?

*Розширення гри:*

Третя роль:

Спостерігач: аналізує поведінку обох учасників, записує ключові моменти та дає зворотний зв'язок.

Несподівані ситуації:

Клієнт вимагає неможливого (наприклад, 200% компенсації).

Проблема виникла через помилку самого клієнта.

Групова робота:

Інші учасники аналізують розмову та пропонують, як її можна було б покращити.

*Підсумок:*

Гра допомагає учасникам зрозуміти, як важливо контролювати свої емоції, слухати співрозмовника та шукати компроміс. Це чудовий спосіб підготуватися до реальних конфліктних ситуацій на роботі.

## **Ділова гра**

### **«Оцінка професіоналізму співробітника»**

*Мета гри:*

1. Навчитися оцінювати ефективність роботи співробітників на основі конкретних даних.
2. Розвивати навички конструктивної критики, підтримки мотивації та створення комфортної атмосфери для діалогу.

#### **Етапи гри**

*1. Підготовка до гри (10–15 хвилин):*

Розподіл ролей:

Керівник: оцінює ефективність роботи співробітника, аналізує інформацію та готує бесіду.

Працівник: представляє себе як фахівця з певним рівнем досвіду, мотивацією та проблемами.

Підготовка даних для аналізу:

Керівнику надаються:

Звіт про ефективність працівника: виконані завдання, кількість помилок, рівень ініціативи.

Відгуки колег: позитивні та негативні аспекти співпраці.

Поточна ситуація: наприклад, зниження продуктивності, скарги клієнтів, пропозиції щодо покращення.

Працівник отримує опис свого персонажа:

1. Молодий фахівець (потребує наставництва).
2. Жінка з двома дітьми (можливі труднощі з балансом між роботою та сім'єю).
3. Передовий співробітник (очікує підвищення).
4. Працівник з ознаками вигорання.

Атестаційна форма для керівника:

Керівник повинен заповнити форму, де оцінюється:

Професійні навички: знання, якість виконання завдань.

Ефективність: продуктивність, здатність дотримуватися дедлайнів.

Комунікація: відносини з колегами, взаємодія в команді.

Мотивація: рівень ініціативи, готовність до розвитку.

*2. Проведення інтерв'ю (10–15 хвилин):*

Керівник:

Створює комфортну атмосферу:

«Дякую, що знайшли час для розмови. Мені важливо обговорити ваші успіхи та можливі напрями розвитку».

Структура бесіди:

Початок: відзначити позитивні сторони працівника, наприклад, виконання планів або хорошу співпрацю з командою.

Середина: висловити зауваження або пропозиції щодо покращення, опираючись на конкретні приклади.

Заклучна частина: запропонувати шляхи розвитку, наприклад, додаткове навчання або зміна робочих умов.

Працівник:

Демонструє свою позицію, пояснює можливі проблеми (наприклад, стрес, велике навантаження).

Висловлює очікування щодо підтримки або кар'єрного зростання.

*3. Зразкові питання для керівника:*

1. Які завдання вам даються найкраще? Чому?
2. Що, на вашу думку, заважає вам досягти ще кращих результатів?
3. Як ви оцінюєте свою співпрацю з колегами? Що можна покращити?
4. Яку додаткову підтримку з мого боку ви б хотіли отримати?
5. Які ваші цілі в компанії на найближчий рік?

*4. Завершення розмови:*

Керівник узагальнює ключові моменти:

Ви добре справляєтеся з [завданнями]. Проте я хотів би звернути увагу на [аспекти]. Пропоную розробити план, який допоможе покращити ці показники. Як ви на це дивитеся?

Оцінка гри (10 хвилин):

Критерії для керівника:

1. Чи вдалося створити позитивний тон розмови?
2. Чи були аргументи чіткими та обґрунтованими?
3. Чи правильно керівник розставив пріоритети?
4. Чи запропонував конструктивні шляхи вирішення проблем?

Критерії для працівника:

1. Чи надав працівник достатньо інформації про свої успіхи та проблеми?
2. Чи були його очікування реалістичними?
3. Чи продемонстрував готовність до змін?

*Розширення гри:*

Спостерігачі: оцінюють поведінку обох сторін та пропонують альтернативні варіанти побудови бесіди.

Групова робота: кілька керівників оцінюють одного працівника, а потім обговорюють між собою ухвалені рішення.

Різні типи працівників: гра може включати декілька раундів з працівниками, які мають різні мотивації та проблеми.

*Підсумок:*

Ця рольова гра розвиває стратегічне мислення, вміння знаходити підхід до співробітників з різними потребами та створює модель ефективної комунікації.

## **Ділова гра «Управління бізнесом»**

*Мета гри:*

1. Розвинути навички стратегічного мислення, управління фінансами та прийняття рішень.
2. Ознайомити учасників із принципами роботи бізнесу, конкуренції та планування.
3. Формувати розуміння впливу економічних факторів на успіх підприємства.

*Опис гри:*

Учасники керують уявними компаніями, які діють на спільному ринку. Вони розробляють стратегію розвитку, ухвалюють фінансові рішення та конкурують за клієнтів. Мета – досягти максимального прибутку за певний період.

### **Правила гри**

1. Формат гри:

Кількість учасників: 3–6 осіб або команд.

Тривалість: 60–90 хвилин.

Ігрові раунди: 3–5 (кожен раунд відповідає одному бізнес-циклу).

2. Сюжет гри:

Кожен гравець керує компанією, що пропонує один вид продукції чи послуги. Наприклад:

Компанія А: виробництво гаджетів.

Компанія В: доставка продуктів.

Компанія С: виробництво екологічних товарів.

На початку гри кожен отримує стартовий капітал, початкові ресурси та інформацію про ринок.

### Етапи гри

#### 1. Підготовка:

Стартовий капітал: наприклад, 100 тисяч умовних одиниць.

Ресурси: обладнання, матеріали, кількість працівників.

Ринок:

Кількість потенційних клієнтів.

Цінові очікування клієнтів.

Особливості попиту (наприклад, популярність екологічних товарів).

#### 2. Кожен раунд гри:

##### 1. Прийняття рішень:

Учасники мають вирішити:

Скільки коштів виділити на:

Виробництво.

Маркетинг.

Інновації.

Яку ціну встановити на свої товари/послуги.

Чи брати кредит для розширення бізнесу.

##### 2. Аналіз ринку:

Ведучий (модератор) повідомляє:

Чи змінився попит (наприклад, через нові технології чи зовнішні обставини).

Як конкуренція вплинула на ринок.

##### 3. Розрахунок прибутку:

Модератор використовує просту формулу:

Дохід = кількість проданих одиниць × встановлена ціна.

Витрати = виробництво + маркетинг + інші витрати.

Чистий прибуток = дохід – витрати.

##### 4. Інвестиції:

Гравці вирішують, чи вкладати прибуток у розвиток бізнесу (нові технології, розширення асортименту тощо).

##### 3. Завершення гри:

Після останнього раунду учасники підраховують свої загальні прибутки та оцінюють ефективність обраних стратегій.

Критерії перемоги:

1. Найвищий прибуток.

2. Найбільша частка ринку.

3. Розробка унікального продукту, що привернув увагу клієнтів.

Додаткові можливості:

Неочікувані події:

1. Модератор може оголошувати:
2. Економічну кризу (падіння попиту).
3. Нові тренди (попит на екологічні товари).
4. Появу нового конкурента на ринку.

Різні стратегії:

Учасники можуть вибирати, як розвивати свій бізнес:

1. Цінова конкуренція: встановлення низьких цін для захоплення ринку.
2. Якість: інвестиції в якість і репутацію.
3. Інновації: впровадження нових технологій.

Реальні сценарії:

Гра може бути адаптована до різних галузей (торгівля, транспорт, послуги) або включати локальні особливості економіки.

Очікувані результати:

1. Гравці отримують досвід прийняття бізнес-рішень.
2. Вчаться оцінювати ризики та планувати ресурси.
3. Здобувають розуміння економічних процесів і впливу конкуренції.

### **Ділова гра «Створення успішної компанії»**

*Мета гри:*

1. Ознайомити учасників із основами економічного планування, управління бізнесом і конкуренції.
2. Розвинути вміння ухвалювати стратегічні рішення.
3. Відпрацювати навички управління фінансами та реагування на зміни ринку.

*Формат гри:*

Кількість учасників: 3–6 команд (або індивідуальних гравців).

Тривалість: 60–90 хвилин.

Ціль: Здобути найбільший прибуток і стати лідером ринку.

*Сюжет:*

Кожна команда представляє стартап у певній галузі (наприклад, технології, послуги, екологічні рішення). Вони починають з однаковим стартовим капіталом і поступово розвивають свій бізнес, ухвалюючи рішення щодо фінансів, маркетингу та виробництва.

У кожному раунді ринок змінюється під впливом подій, конкуренції та попиту. Команди змагаються за клієнтів, інвестують у розширення або інновації та стикаються з непередбачуваними обставинами.

### **Правила гри**

*1. Початкові умови:*

Кожна команда отримує:

1. Стартовий капітал: 1 000 000 умовних одиниць (у.о.).
2. Галузь для роботи: обирається випадковим чином (або за бажанням).

Дані про ринок:

1. Потенційний попит.

2. Конкуренція.
3. Тренди (наприклад, зростання інтересу до екологічних продуктів).

### 2. Ігровий процес:

Гра ділиться на 3–5 раундів. У кожному раунді учасники:

Ухвалюють рішення:

Як розподілити капітал:

1. Виробництво: закупівля обладнання, матеріалів, наймання працівників.
2. Маркетинг: просування продукту, залучення клієнтів.
3. Інновації: розробка нових продуктів або покращення послуг.
4. Яку ціну встановити для продуктів/послуг.
5. Чи брати кредит для розвитку бізнесу.

Отримують результати:

1. Дохід: залежить від попиту, конкуренції та якості продукту.
2. Витрати: враховуються витрати на виробництво, маркетинг і зарплати.
3. Чистий прибуток = дохід – витрати.

Адаптуються до змін:

Ведучий повідомляє про нові умови ринку:

Наприклад, зростання цін на сировину, поява нового конкурента або зміна вподобань клієнтів.

### 3. Завершення гри:

Після останнього раунду учасники підраховують свої прибутки, аналізують стратегії та обговорюють свої рішення.

Приклад рішення для команди:

Бізнес: кафе зі здоровим харчуванням.

Дії в 1–му раунді:

1. 500 000 у.о. на відкриття першого закладу.
2. 200 000 у.о. на маркетинг у соцмережах.
3. 300 000 у.о. залишають для майбутніх інвестицій.

Результат:

Завдяки хорошій рекламній кампанії заклад привернув 10 000 клієнтів, дохід склав 1 200 000 у.о. Чистий прибуток – 700 000 у.о.

Особливості гри:

Роль ведучого:

Ведучий керує грою, моделює ринкові умови, оголошує події, такі як:

1. Економічний спад.
2. Попит на новий продукт.
3. Сезонні коливання.

Додаткові можливості:

1. Об'єднання з іншими компаніями для створення партнерств.
2. Випуск нових продуктів для задоволення попиту.
3. Робота над зниженням витрат.

Непередбачувані події:

Модератор може додати елементи ризику:

1. Проблеми з постачальниками.
2. Нові закони, що впливають на бізнес.

3. Поява технологій, які змінюють ринок.

Оцінювання:

Переможцем стає команда, яка:

1. Має найбільший прибуток.
2. Найкраще адаптувалася до змін.
3. Продемонструвала креативність у розробці стратегій.

*Підсумок:*

Ця гра навчає учасників стратегічно мислити, аналізувати дані та працювати в команді. У ній враховується як економічна грамотність, так і здатність швидко реагувати на виклики.

### **Ділова гра «Ринок можливостей»**

*Мета гри:*

1. Ознайомити учасників із принципами ринкової економіки, конкуренції та управління бізнесом.
2. Розвинути навички аналізу, стратегічного планування, прийняття рішень і ефективного управління ресурсами.
3. Вчити адаптуватися до змін і використовувати можливості для розвитку.

*Опис гри:*

Учасники керують уявними компаніями, які конкурують на спільному ринку. Вони створюють продукти, інвестують у маркетинг, підлаштовуються під попит і реагують на ринкові зміни. Мета – досягти максимального прибутку, завоювати клієнтів і вивести свою компанію в лідери.

#### **Правила гри**

*1. Основні параметри гри:*

1. Кількість учасників: 4–8 осіб або команд.
2. Тривалість гри: 60–90 хвилин.
3. Кількість раундів: 3–5 (один раунд = один бізнес-цикл).
4. Стартовий капітал: 1 000 000 умовних одиниць (у.о.).

*2. Завдання учасників:*

1. Вибрати галузь або продукт, який вони вироблятимуть (наприклад, електроніка, екологічні товари, послуги).
2. Вкласти ресурси в розробку продукту, маркетинг, інновації та розширення виробництва.
3. Конкурувати з іншими компаніями за клієнтів.

*3. Ринок:*

Перед початком гри ведучий оголошує умови ринку, наприклад:

1. Попит: 100 000 одиниць.
2. Ціна за одиницю: 100 у.о. (середня).

Сегментація:

1. Економ-сегмент (дешева продукція).
2. Середній сегмент.
3. Преміум-сегмент.

#### **Етапи гри**

### *1. Початок гри:*

Кожна команда:

1. Отримує стартовий капітал (1 000 000 у.о.).
2. Вибирає продукт або послугу, яку вироблятиме.
3. Розподіляє кошти на:
4. Виробництво: закупівлю сировини, обладнання.
5. Маркетинг: рекламу, просування товарів.
6. Інновації: розробку нових продуктів або покращення існуючих.

### *2. Ігрові раунди:*

Кожен раунд складається з таких етапів:

Ухвалення рішень:

Команди заповнюють свої стратегії на раунд:

1. Скільки товару виготовити.
2. У які сегменти інвестувати (економ, середній, преміум).
3. Скільки грошей витратити на маркетинг і рекламу.
4. Чи брати кредит для розширення бізнесу.

Оголошення ринкових змін:

Ведучий повідомляє про події, які впливають на ринок:

1. Зростання або зниження попиту.
2. Поява нового конкурента.
3. Зміни в законах (податки, субсидії).

Розрахунок результатів:

Ведучий визначає:

1. Скільки товарів було продано (залежно від маркетингу та якості).
2. Прибуток компанії (дохід – витрати).
3. Частку ринку кожної компанії.

### *3. Завершення гри:*

Після останнього раунду учасники підраховують свій прибуток, аналізують стратегії та діляться досвідом.

Приклад сценарію раунду:

1. Ринок: попит на товари зріс на 20% через свята.
2. Подія: ціна на сировину зросла на 10%.

Дії команди:

1. Інвестували більше в маркетинг, щоб захопити нових клієнтів.
2. Зменшили виробництво через подорожчання сировини.
3. Випустили нову лінію преміум–продуктів.

*Результат:*

Компанія продала 80% своїх товарів і отримала 1 500 000 у.о. прибутку.

*Додаткові можливості:*

Спеціальні події:

Ведучий може додати непередбачувані ситуації, наприклад:

1. Нова технологія, яка змінює ринок.
2. Конфлікти в команді (потрібно додатково витратити ресурси на їх вирішення).
3. Зниження купівельної спроможності через кризу.

Розширення ринку:

На певному етапі команди можуть виходити на міжнародний ринок із новими правилами гри (додаткові витрати, нові конкуренти).

Премії:

Додати бонуси за креативність, інновації чи стратегії, які виділилися серед інших.

Критерії перемоги:

1. Найбільший чистий прибуток.
2. Найвища частка ринку.
3. Розробка інноваційного продукту, що змінює правила гри.

Результати гри:

Учасники отримують розуміння, як:

1. Планувати бізнес–стратегію.
2. Адаптуватися до змін ринку.
3. Балансувати між ризиками та можливостями.

### **Ділова гра «Імперія бізнесу»**

*Мета гри:*

1. Навчити основам управління компанією в умовах конкурентного ринку.
2. Розвинути навички стратегічного планування, управління ресурсами та прийняття рішень.
3. Змоделювати ринкові умови для розуміння економічних процесів.

*Короткий опис:*

Учасники виступають у ролі керівників компаній, які прагнуть розвинути свої бізнеси, отримати прибуток і стати лідерами ринку. Гра імітує декілька раундів (років), протягом яких учасники приймають рішення про інвестиції, маркетинг, виробництво та інновації. Ведучий додає ринкові зміни та неочікувані події, що впливають на бізнес.

*Формат гри:*

Кількість учасників: 3–6 осіб або команд.

Тривалість: 60–90 хвилин.

Етапи: 5–6 раундів (один раунд = один бізнес–рік).

#### **Правила гри**

*1. Початкові умови:*

Кожен гравець/команда отримує:

1. Стартовий капітал: 1 000 000 у.о.
2. Галузь для бізнесу: (обирають або тягнуть жереб):
3. Виробництво (гаджети, екопродукти тощо).
4. Послуги (логістика, ІТ–консалтинг).
5. Роздрібна торгівля.

*2. Мета гри:*

Досягти максимального прибутку за підсумками гри.

*3. Ігрові етапи:*

Кожен раунд складається з таких кроків:

Розподіл ресурсів:

Учасники ухвалюють рішення, як інвестувати кошти:

1. Виробництво: збільшення обсягу продукції.
2. Маркетинг: залучення клієнтів і збільшення попиту.
3. Інновації: впровадження нових продуктів або покращення старих.
4. Персонал: підвищення зарплат для збільшення ефективності.

Оголошення ринкових умов:

Ведучий розповідає про зміни на ринку, наприклад:

1. Зміна попиту: зростання або спад.
2. Конкуренція: поява нового гравця або демпінг цін.
3. Економічні події: інфляція, нові закони, субсидії.

Розрахунок результатів:

Ведучий використовує формули для підрахунку результатів:

1. Доходи = кількість проданих одиниць × встановлена ціна.
2. Витрати = виробництво + маркетинг + персонал.
3. Чистий прибуток = доходи – витрати.

Адаптація:

Учасники аналізують свої результати й коригують стратегію на наступний раунд.

*Додаткові можливості:*

Кредити та інвестиції:

1. Учасники можуть брати кредити для розширення бізнесу (з відсотками).
2. Вкласти кошти в довгострокові інвестиції (наприклад, розробка нового продукту).

Партнерства:

Учасники можуть об'єднуватися в альянси для зниження витрат або підвищення конкурентоспроможності.

Раптові події:

Ведучий додає елемент несподіванки:

1. Зміни в законодавстві (податки, субсидії).
2. Проблеми з постачальниками.
3. Новий тренд на ринку.

Різні галузі:

Для ускладнення гри ринок можна розділити на сегменти (економ, середній, преміум).

Приклад розвитку раунду:

Ринкові умови:

Попит на гаджети зріс на 15%, але ціна на сировину збільшилася на 10%.

Рішення компанії:

1. Інвестували 400 000 у.о. у виробництво, щоб задовольнити попит.
2. Виділили 100 000 у.о. на маркетинг для просування преміум-продуктів.
3. Витратили 200 000 у.о. на нову технологію, щоб знизити витрати в майбутньому.

Результати:

Продали 20 000 одиниць продукції за ціною 150 у.о., отримавши дохід 3 000 000 у.о. Чистий прибуток після витрат склав 800 000 у.о.

*Оцінювання:*

Фінансові результати:

Учасники з найбільшим чистим прибутком отримують основні бали.

Інновації та партнерства:

Додаткові бали за креативність і довгострокові стратегії.

Адаптивність:

Оцінюється здатність реагувати на зміни ринку.

Результати гри:

1. Учасники розвивають:
2. Економічну грамотність.
3. Розуміння ринкових механізмів.
4. Навички командної роботи та стратегічного мислення.

### **Ділова гра «ТехноСтартап»**

*Мета гри:*

1. Навчити студентів основам створення та розвитку технологічного бізнесу.
2. Ознайомити з процесами інноваційного підприємництва, планування та виходу на ринок.
3. Розвинути навички стратегічного мислення, роботи в команді та управління ресурсами.

*Формат гри:*

Кількість учасників: 4–8 осіб або команд.

Тривалість: 60–90 хвилин.

Ролі учасників: кожна команда представляє технологічний стартап.

Ціль: створити успішний продукт, залучити інвестиції та вийти на ринок із максимальним прибутком.

*Опис сценарію гри:*

Учасники запускають стартап у сфері технологій. Вони працюють над ідеєю продукту, залучають ресурси для його розробки, створюють маркетингову кампанію та борються за клієнтів. Мета – стати лідером інноваційного ринку, отримати максимальний прибуток і найвищу оцінку інвесторів.

### **Етапи гри**

*1. Підготовка:*

Розподіл ролей у команді:

1. CEO: приймає стратегічні рішення.
2. CTO: відповідає за технологічну частину продукту.
3. CMO: керує маркетингом і просуванням.
4. CFO: займається фінансами та інвестиціями.

Вибір ідеї стартапу:

Команди можуть обрати або отримати одну з галузей:

1. Штучний інтелект (AI).

2. Розумні пристрої (IoT).
3. Енергетичні рішення (зелені технології).
4. Програмне забезпечення (SaaS).

Початкові умови:

1. Стартовий капітал: 500 000 у.о.
2. Команда отримує шаблон бізнес-плану:
3. Ідея продукту.
4. Цільова аудиторія.
5. Бюджет (розробка, маркетинг, інвестиції).
6. Ціна продукту.

2. *Ігровий процес:*

Кожна гра ділиться на 4 раунди, які відповідають етапам запуску стартапу:

1-й раунд: Розробка продукту

Учасники вирішують:

1. Як розподілити стартовий капітал (розробка, прототипування).
2. Які функції включити в продукт (мінімальний життєздатний продукт – MVP).
3. Чи потрібні додаткові інвестиції (ведучий може виступати в ролі інвестора).

Результати:

Ведучий оцінює якість продукту за критеріями:

1. Інноваційність: наскільки унікальна ідея.
2. Практичність: чи вирішує продукт реальну проблему.
3. Технічна складність: чи відповідає рівню сучасних технологій.

2-й раунд: Тестування продукту

Команди тестують продукт і отримують зворотний зв'язок від уявних клієнтів.

Завдання:

1. Поліпшити продукт за допомогою зворотного зв'язку.
2. Розрахувати витрати на доопрацювання.
3. Визначити стратегію виходу на ринок.

Події:

1. Ведучий може додати несподівані фактори, наприклад:
2. Поява конкурента з аналогічним продуктом.
3. Зміна попиту на ринку.

3-й раунд: Маркетинг і продажі

Учасники розробляють маркетингову кампанію, визначають:

1. Які канали використовувати (соцмережі, конференції, реклама).
2. Бюджет на маркетинг.
3. Стратегію залучення клієнтів (демонстрації, безкоштовні пробні версії).

Результати:

Продажі продукту обчислюються за формулою:

1. Кількість проданих одиниць = Попит × якість продукту × ефективність маркетингу.
2. Дохід = кількість проданих одиниць × ціна продукту.

#### 4–й раунд: Масштабування бізнесу

Учасники вирішують, чи вкласти кошти в розширення виробництва, нові ринки або запуск іншого продукту.

Фактори:

1. Додаткові інвестиції.
2. Ризик надмірного розширення.
3. Конкуренція на нових ринках.

Оцінка:

Успіх команди оцінюється за:

1. Загальним прибутком.
2. Часткою ринку.
3. Інноваційністю продукту.

Фінал гри:

Кожна команда презентує результати:

1. Ідею продукту та реалізацію.
2. Досягнення (прибуток, клієнти, партнерства).
3. Уроки, які вони винесли з гри.

Додаткові можливості:

Ведучий як інвестор:

Може пропонувати додаткові інвестиції, оцінюючи перспективність стартапу.

Неочікувані події:

1. Нові закони, що впливають на ринок.
2. Криза, яка зменшує купівельну спроможність.
3. Поява великого конкурента.

Технологічні інновації:

Команди можуть винаходити нові технології, які покращують їхні продукти.

Очікувані результати:

1. Розуміння циклу розвитку технологічного продукту.
2. Розвиток навичок стратегічного мислення, маркетингу та управління.
3. Формування вміння працювати в команді.

### Ділова гра

#### «Технополіс: Створи своє місто інновацій»

*Мета гри:*

1. Навчити студентів технологічної освіти основам економіки, управління проектами та інноваційного підприємництва.
2. Розвинути навички стратегічного планування, ефективного використання ресурсів і командної роботи.
3. Змоделювати взаємодію технологічних, економічних і соціальних факторів у розвитку сучасного бізнесу.

*Формат гри:*

Кількість учасників: 4–6 команд (по 3–5 осіб у кожній).

Тривалість: 90–120 хвилин.

Ціль: Розвинути технологічне місто (Технополіс) та створити успішний бізнес у ньому.

Особливість: Кожна команда будує компанію в певній галузі технологій (AI, IoT, відновлювана енергетика, робототехніка).

*Сценарій гри:*

Гравці представляють інвесторів та інноваторів, які розвивають Технополіс – технологічне місто майбутнього. Учасники запускають стартапи, вкладають кошти у розвиток інфраструктури міста та змагаються за клієнтів, партнерів і інвестиції. Вони приймають рішення, які визначають розвиток компанії та її роль у місті.

### Етапи гри

*1. Підготовка до гри:*

Розподіл ролей у командах:

СЕО: приймає ключові рішення.

СТО: відповідає за розробку технологій.

СФО: керує фінансами.

СМО: розробляє стратегію просування продукту.

Вибір галузі:

Кожна команда вибирає технологічну сферу для свого стартапу:

1. Відновлювана енергетика.
2. Інтернет речей (IoT).
3. Штучний інтелект (AI).
4. Робототехніка.
5. Віртуальна та доповнена реальність (VR/AR).

Початкові умови:

1. Стартовий капітал: 1 000 000 у.о.
2. Інфраструктура міста: обмежені ресурси (електрика, транспорт, доступ до ринку).

*2. Ігрові етапи:*

1-й етап: Планування стартапу

Команди розробляють:

1. Продукт: мінімальний життєздатний продукт (MVP).
2. Бізнес-план: витрати на розробку, виробництво, маркетинг.
3. Цільову аудиторію: хто буде купувати їхній продукт.

Рішення:

1. Скільки коштів витратити на розробку?
2. Чи інвестувати у тестування продукту?

2-й етап: Розвиток міста

Команди спільно вирішують, як покращувати інфраструктуру міста, інвестуючи в:

1. Енергетику: збільшення енергопостачання.
2. Транспорт: покращення логістики для своїх товарів.
3. Соціальні інновації: приваблення клієнтів через комфортне середовище.

Ведучий додає реалістичні виклики:

1. Ліміт ресурсів (наприклад, недостатньо електрики для роботи всіх компаній).
2. Конкуренція між командами за бюджет міста.

3-й етап: Вихід на ринок

Команди починають продавати свої продукти.

Дії команд:

1. Визначення цін на продукти.
2. Інвестиції в маркетинг (реклама в соцмережах, демонстрації продуктів).
3. Переговори з іншими компаніями для створення партнерств.

Результати:

Продажі обчислюються за формулою:

1. Кількість проданих одиниць = Попит  $\times$  якість продукту  $\times$  ефективність маркетингу.
2. Прибуток = кількість одиниць  $\times$  ціна продукту.

4-й етап: Масштабування бізнесу

Команди вирішують:

1. Вкласти прибутки у нові продукти чи розширювати виробництво.
2. Залучати інвесторів (ведучий може виступати в ролі інвестора).
3. Досліджувати нові ринки.

Події:

Ведучий додає несподівані ситуації, наприклад:

Нові тренди на ринку.

Зміни в законодавстві (податки на енергетику).

Економічна криза або технологічний прорив.

3. *Завершення гри:*

Оцінка результатів:

1. Фінансові показники: прибуток, зростання компанії.
2. Вплив на місто: розвиток інфраструктури, соціальний ефект.
3. Інноваційність: чи став продукт проривом у своїй галузі.
4. Кожна команда презентує свою стратегію, рішення та результати.

Додаткові можливості:

Спільні проєкти:

Команди можуть об'єднувати ресурси для створення інноваційних технологій, що вигідні для міста.

Рівні складності:

Ведучий може ускладнити гру, наприклад, обмеживши початковий капітал чи ресурси.

Професійні тренди:

Гра адаптується до реальних індустріальних новинок, щоб підвищити інтерес студентів.

*Очікувані результати:*

1. Розуміння принципів запуску технологічного бізнесу.
2. Навички розробки продуктів та аналізу ринку.
3. Усвідомлення взаємодії між бізнесом, технологіями та соціальними потребами.

## Ділова гра «Криза на підприємстві: страйк»

### *Мета гри:*

Розвиток у студентів навичок ефективного ділового спілкування, здатності вирішувати конфліктні ситуації, а також покращення навичок планування, аналізу та прийняття управлінських рішень в умовах кризових ситуацій, таких як страйк на підприємстві. Гра сприяє розвитку комунікативної компетентності та стратегічного мислення.

### *Опис гри:*

Гра «Криза на підприємстві: Страйк» моделює ситуацію, де на підприємстві виникає страйк, і гравці повинні знайти шляхи вирішення цього конфлікту. Учасники займають різні ролі (керівництво, працівники, посередники, експерти) і працюють разом, щоб запобігти кризовим наслідкам для підприємства. Гра вчить ефективно реагувати на кризові ситуації, приймати важливі рішення і шукати компроміси.

### *Навчальні цілі:*

1. Розвиток комунікативних навичок: формування вміння ефективно спілкуватися в умовах стресу та конфлікту.
2. Покращення управлінських компетенцій: навчити студентів розробляти стратегії управління кризою та приймати обґрунтовані рішення.
3. Вирішення конфліктів: розвиток навичок вирішення трудових конфліктів, зокрема в умовах страйку.

### **Хід гри**

Підготовка до гри: Студенти разом з викладачем складають список з п'яти економічних професій. Для кожної професії оцінюються три критерію:

1. Соціальна захищеність.
2. Економічна стабільність.
3. Важливість професії для економіки на поточний момент.
4. Професії з найнижчим рейтингом по цих критеріях вважаються найбільш схильними до страйку, і саме для таких професій обирається підприємство для гри.

Вибір підприємства: Гравці повинні вибрати підприємство або установу, де ймовірність страйку є найвищою. Потрібно зібрати інформацію про економічний та соціальний стан працівників підприємства і прогнозувати можливі наслідки.

### *Розподіл ролей:*

**Ведучий:** організує гру, надає завдання, проводить оцінку результатів.

**Страйкарі:** формулюють вимоги до керівництва, беруть участь у примирливих заходах, при необхідності організовують страйк.

**Керівництво підприємства:** розробляє стратегії для запобігання страйку, приймає участь у примирливих заходах, пропонує рішення для вирішення конфлікту.

**Експерти:** оцінюють соціальний та економічний контекст, допомагають у перевірці правильності дій під час примирення і дають рекомендації.

Посередники: виконують роль посередників у переговорах між сторонами, допомагають з аналізом ситуації та виявляють найефективніші рішення.

*Процес гри:*

Формулювання вимог: Страйкарі формулюють вимоги до керівництва, розробляючи чітку стратегію.

Примирення: Керівники підприємства намагаються знайти компроміс, пропонують рішення для уникнення страйку.

Аналіз наслідків: Якщо страйк неможливо уникнути, керівництво оцінює можливі економічні збитки та розробляє план їх мінімізації.

Оцінка результатів: Оцінка результатів гри проводиться за кількома параметрами:

1. Ефективність примирення: наскільки вдалося уникнути або зменшити вплив страйку.
2. Фінансові збитки: оцінка можливих економічних втрат від страйку.
3. Оригінальність рішень: креативність і нестандартність запропонованих варіантів для вирішення конфлікту.
4. Гнучкість підприємства: здатність підприємства адаптуватися до нових умов без серйозних наслідків.
5. Завершення гри: Підведення підсумків, обговорення результатів та аналіз стратегії управління кризою. Викладач проводить рефлексію, де студенти оцінюють свої дії та отримані уроки для майбутньої практики.

Основні принципи гри:

1. Підтримка креативності та ініціативи: учасники заохочуються до генерування нових ідей для вирішення проблем.
2. Повага до думки інших: заборонена критика учасників, необхідно підтримувати конструктивний діалог.
3. Незалежність учасників: кожен гравець діє самостійно, але з орієнтацією на взаємодію з іншими ролями.

Переваги гри:

1. Розвиток управлінських навичок: студенти вчаться приймати важливі управлінські рішення в умовах криз.
2. Розуміння трудових відносин: допомагає розвинути навички ведення переговорів та вирішення трудових конфліктів.
3. Покращення стратегічного мислення: стимулює гравців до пошуку оптимальних рішень у кризових ситуаціях.

Ця ділова гра допоможе студентам вдосконалити практичні навички у сфері управління кризовими ситуаціями, розвинути їх стратегічне та аналітичне мислення, а також покращити здатність до прийняття рішень у складних умовах.

## **Ділова гра**

### **«Економіка виробничого процесу: створення продукції»**

*Мета гри:*

Розвивати у студентів навички управління виробничими процесами, планування, організації та оцінки ефективності виробництва, а також формувати

у них розуміння економічних аспектів трудового навчання та технологічної освіти.

*Опис гри:*

Гра симулює виробничий процес на підприємстві, де студенти повинні спільно з командою розробити та виготовити продукт, враховуючи економічні, технічні та соціальні фактори. Під час гри студенти займають різні ролі (менеджери, технологи, працівники, маркетингологи) і мають взаємодіяти для досягнення спільної мети – створення та реалізація продукції. Гра допомагає студентам зрозуміти важливість кожного етапу виробничого процесу та його вплив на результат.

*Навчальні цілі:*

Розвиток управлінських навичок: формування навичок планування та управління виробничим процесом, розподілу обов'язків, управління ресурсами.

Розуміння економічних аспектів виробництва: оцінка витрат, цін, прибутковості, економічної ефективності підприємства.

Розвиток командної роботи: вміння працювати в команді, враховуючи інтереси всіх учасників процесу.

Уміння приймати рішення в умовах обмежених ресурсів: управління ризиками та прийняття оптимальних рішень в умовах обмежених ресурсів.

**Хід гри**

*Підготовка до гри:* Студенти діляться на кілька команд, кожна з яких отримує завдання створити певний вид продукції (наприклад, дерев'яний стіл, навчальний набір для технологічних класів, декор для інтер'єру). Кожній команді даються початкові дані, такі як доступні ресурси (матеріали, інструменти), час на виготовлення продукції, бюджет, кількість робочих годин, потреби ринку.

*Розподіл ролей:*

У кожній команді визначаються ролі:

1. Менеджер: організовує роботу команди, забезпечує ресурсами, координує дії.
2. Технолог: розробляє технологічний процес виготовлення продукції, вибирає матеріали та інструменти.
3. Працівники: виконують конкретні етапи виробничого процесу (виробляють деталі, збирають продукцію тощо).
4. Маркетолог: вивчає попит на продукцію, визначає ціну продажу, планує стратегію реалізації.

*Планування виробництва:*

Команди мають спланувати кожен етап виробництва: від закупівлі матеріалів до реалізації готової продукції. Вони визначають витрати на матеріали, трудові ресурси, час, необхідний для виготовлення продукту. Кожна команда повинна обґрунтувати свій вибір технології виготовлення, обрати матеріали та інструменти, які найкраще підходять для створення продукції.

Виготовлення продукції: Кожна команда виконує виготовлення продукції в рамках заданих умов, при цьому потрібно враховувати різні аспекти:

1. Вартість матеріалів і трудових ресурсів.
2. Якість виготовленого продукту.

### 3. Час, витрачений на виробництво.

Під час цього етапу студенти стикаються з обмеженнями в ресурсах (наприклад, нестача матеріалів або часу), що змушує їх швидко адаптуватися та коригувати плани.

#### Презентація продукції:

Кожна команда повинна представити свою готову продукцію, описати технологічний процес виготовлення, обґрунтувати вибір матеріалів і ціну на продукцію. Також потрібно показати, як команда вирішувала проблеми та адаптувалася до змін у процесі.

#### Оцінка результатів:

1. Економічна ефективність: оцінка співвідношення витрат і прибутку від реалізації продукції.
2. Якість продукції: оцінка відповідності готового виробу вимогам (запитам ринку, стандартам).
3. Інноваційність та креативність: оцінка новаторства в процесі виробництва та в продукті.
4. Часові витрати: скільки часу команда витратила на виготовлення продукції.
5. Маркетингова стратегія: оцінка того, наскільки успішно команда спланувала реалізацію продукції, враховуючи попит на ринку.

#### Завершення гри та рефлексія:

Після презентацій ведучий підсумовує результати, обговорює кожен етап і його вплив на загальний успіх, дає рекомендації щодо покращення управлінських та виробничих навичок. Студенти також діляться своїм досвідом, що вони дізналися, які труднощі виникали під час гри та як їх долали.

#### Основні принципи гри:

1. Креативність: заохочуються нові та нестандартні рішення.
2. Співпраця: важливо працювати в команді та враховувати думки всіх учасників.
3. Раціональне використання ресурсів: управління часом, матеріалами, трудовими ресурсами та бюджетом.
4. Адаптивність: здатність швидко змінювати плани відповідно до змін у зовнішньому середовищі (наприклад, нестача матеріалів чи додаткові вимоги до якості).

#### Переваги гри:

1. Практичні навички: студенти набувають реальних практичних навичок у виробничому процесі.
2. Розвиток управлінських та економічних компетенцій: гравці вчаться планувати та управляти виробничими і фінансовими ресурсами.
3. Розуміння економічних аспектів трудового навчання: студентам стає зрозуміло, як теоретичні знання поєднуються з практичною діяльністю на підприємствах.

Ця гра дозволяє студентам відчути себе в ролі управлінців виробничого процесу та розвинути критичні навички, які знадобляться їм у подальшій професійній діяльності.

## Ділова гра «Управління навчальним підприємством»

### *Мета гри:*

Розвиток у студентів навичок управління навчальним підприємством, ефективного використання ресурсів, планування виробничих та освітніх процесів, а також підвищення рівня економічної грамотності у сфері технологічної освіти.

### *Опис гри:*

Гра симулює діяльність навчального підприємства, яке виготовляє продукцію для навчальних цілей (наприклад, технічні моделі, навчальні посібники, інструменти тощо). Студенти діляться на команди, кожна з яких бере на себе роль управлінців підприємством, а також займається навчальним процесом, пов'язаним з виготовленням продукції. Гра охоплює етапи від планування виробництва до його реалізації, дозволяючи студентам розвивати навички управління та прийняття рішень в умовах обмежених ресурсів.

### *Навчальні цілі:*

Управлінські навички: формування вмінь планувати виробничі процеси, розподіляти ресурси, управляти часом та командою.

Економічна грамотність: розуміння основ економіки навчального підприємства, облік витрат, управління доходами та бюджетування.

Забезпечення якості продукції: забезпечення відповідності виробів вимогам стандартів та навчальних програм.

Розвиток комунікативних навичок: уміння спільно працювати в команді, ефективно комунікувати та приймати колективні рішення.

### *Підготовка до гри:*

Студенти діляться на команди. Кожна команда займає одну з наступних ролей:

1. Менеджери: займаються плануванням, бюджетуванням, організацією роботи.
2. Технологи: розробляють процес виготовлення продукції, визначають технології та необхідні матеріали.
3. Фінансисти: займаються бюджетом, прогнозуванням витрат, аналізом прибутковості.
4. Маркетологи: відповідають за дослідження ринку навчальних матеріалів та формулюють стратегію продажу продукції.

Вибір продукції: кожна команда вибирає тип навчальної продукції (наприклад, навчальні посібники, технічні моделі для уроків трудового навчання, макети тощо), яку буде виготовляти. Продукція повинна відповідати вимогам навчальної програми.

Визначення ресурсів: команди отримують початковий бюджет, ресурси для виготовлення продукції (матеріали, робочі години) та час для виконання завдання.

## Хід гри

### *Планування виробництва:*

Кожна команда має розробити план виробничого процесу:

1. Вибір технології виготовлення продукції.
2. Визначення необхідних матеріалів та інструментів.
3. Прогнозування витрат на виробництво.
4. Оцінка часу, необхідного для виготовлення продукції.

*Розподіл обов'язків:*

У команді кожен учасник бере на себе конкретну роль. Менеджери організують процес, технологи розробляють детальні інструкції з виробництва, фінансисти оцінюють витрати та доходи, маркетингологи планують реалізацію продукції на ринку.

*Виготовлення продукції:*

Команди розпочинають виготовлення продукції відповідно до плану. Протягом цього етапу вони повинні враховувати:

1. Вартість матеріалів і трудових ресурсів.
2. Часові обмеження (наприклад, продукція повинна бути готова до кінця гри).
3. Якість готової продукції.

Оцінка якості та вартості:

1. Після виготовлення кожна команда оцінює якість готової продукції:
2. Як продукт відповідає вимогам навчальної програми?
3. Які витрати були на його виготовлення?
4. Яка вартість готового виробу і чи є він конкурентоспроможним?

Маркетингова стратегія та реалізація продукції:

Маркетингологи повинні розробити стратегію продажу продукції, враховуючи попит на ринку, ціни конкурентів та канали збуту. Вони також можуть отримати завдання на вивчення потенційних клієнтів (наприклад, освітніх установ, шкіл, університетів).

*Оцінка результатів:*

1. Фінансова оцінка: обчислюється витрати на виробництво, прибутковість підприємства та ефективність використання ресурсів.
2. Якість продукції: оцінка того, наскільки продукт відповідає навчальним вимогам.
3. Маркетингові результати: наскільки успішною була реалізація продукції, чи були виконані фінансові плани.
4. Загальні висновки: оцінка ефективності роботи команди, взаємодії між учасниками та прийняття колективних рішень.

*Завершення гри:*

1. Презентація результатів: кожна команда представляє свою продукцію, процес виготовлення та маркетингову стратегію.
2. Підсумкове обговорення: ведучий обговорює результати гри, надає рекомендації щодо покращення процесу управління підприємством, аналізує проблеми, з якими зіткнулися команди, та шляхи їх вирішення.
3. Рефлексія: учасники гри діляться своїм досвідом, обговорюють, що вони дізналися і як ці знання можна застосувати в реальному житті.

Основні принципи гри:

1. Креативність та інноваційність: заохочується пошук нових рішень у виробничому процесі, в маркетингових стратегіях.
2. Ефективність використання ресурсів: студенти повинні оптимально використовувати бюджет, час і матеріали.
3. Спільна робота в команді: важливо працювати разом, координувати дії та враховувати ідеї кожного учасника.
4. Адаптивність: необхідність швидко адаптувати плани до нових умов або обмежень.

Переваги гри:

1. Розвиток управлінських навичок: студенти набувають досвіду в управлінні підприємством, виробничими процесами та ресурсами.
2. Застосування теоретичних знань на практиці: гравці застосовують знання з технології виробництва, економіки, маркетингу та фінансів.
3. Командна робота: студенти навчаються працювати в команді, приймати спільні рішення і враховувати різні думки.
4. Адаптація до змінних умов: студенти вчаться адаптувати свої плани та стратегії до змінних умов і зовнішніх факторів.

Ця гра дозволяє студентам на практиці відчувати процес управління освітнім підприємством, вивчити всі аспекти, які впливають на результат діяльності, та отримати корисні навички для майбутньої професійної діяльності в сфері технологічної освіти.

### **Ділова гра**

#### **«Управління підприємством в умовах кризи»**

*Мета гри:*

1. Розвиток навичок управління підприємством в умовах економічної нестабільності.
2. Формування компетенцій щодо прийняття рішень у кризових ситуаціях.
3. Підвищення рівня фінансової грамотності, вміння прогнозувати ризики та управляти ресурсами в умовах обмежених можливостей.
4. Розвиток командної роботи, комунікаційних навичок та навичок ведення переговорів.

*Опис гри:*

Учасники гри займають ролі керівників підприємства, яке знаходиться в умовах економічної кризи. Їх завдання – прийняти важливі рішення щодо скорочення витрат, оптимізації виробничих процесів, збереження кадрів, а також пошуку нових ринків збуту для продуктів компанії. Гра імітує реальні економічні умови, в яких гравці повинні адаптувати свої стратегії до змінюваних умов і успішно вести підприємство через кризу.

*Підготовка до гри:*

Розподіл ролей:

1. Кожен учасник обирає роль, яку буде виконувати під час гри:
2. Генеральний директор – приймає ключові стратегічні рішення.

3. Фінансовий директор – відповідає за фінанси, розраховує витрати та доходи.
4. Менеджер з продажу – займається маркетинговими стратегіями та пошуком нових клієнтів.
5. Керівник виробництва – оптимізує виробничі процеси, забезпечує ефективність використання ресурсів.
6. HR–менеджер – відповідальний за персонал, мотивацію співробітників, скорочення витрат на заробітну плату.

Створення умов для гри:

1. Кожна команда отримує початкові дані: підприємство, яке виробляє певний продукт (наприклад, меблі, побутову техніку, одяг).
2. Початковий бюджет, матеріальні ресурси, кількість працівників, поточний ринок збуту, рівень конкуренції.
3. Задача кожної команди – адаптувати підприємство до умов кризи, приймаючи економічно обґрунтовані рішення.

### Хід гри

Фаза 1: Аналіз ситуації

1. Кожна команда отримує інформацію про стан ринку, конкуренцію, поточну фінансову ситуацію підприємства.
2. Оцінка поточних витрат, доходів і можливостей для економії.
3. Визначення пріоритетних заходів: скорочення витрат, оптимізація виробництва, підвищення ефективності маркетингу.

Фаза 2: Прийняття рішень

Команди повинні визначити стратегії виходу з кризи, наприклад:

1. Скорочення витрат (зниження зарплат, оптимізація виробництва).
2. Перехід на нові технології для зниження собівартості.
3. Пошук нових каналів збуту.
4. Залучення інвестицій або залучення кредитів для стабілізації ситуації.
5. Кожне рішення оцінюється фінансовим директором на предмет його економічної доцільності.

Фаза 3: Реалізація планів

Всі учасники починають реалізацію своїх рішень. Наприклад, HR–менеджер може провести реорганізацію персоналу, менеджер з продажу – провести маркетингові кампанії, фінансовий директор – запустити нові фінансові механізми.

Виробничий директор оптимізує технологічні процеси для зниження витрат.

Фаза 4: Оцінка результатів

Кожен учасник представляє звіт про виконання прийнятих рішень:

1. Як змінився фінансовий стан підприємства.
2. Які проблеми виникли під час реалізації стратегії.
3. Наскільки ефективними були запропоновані стратегії.
4. Ведучий дає зворотній зв'язок на основі економічних показників: рентабельність, стабільність, приріст клієнтської бази.

Фаза 5: Переговори та коригування стратегії

1. Якщо підприємство не змогло вийти на позитивні фінансові показники, команди вступають у переговори щодо можливого коригування стратегій.
2. Рішення коригуються в залежності від зовнішніх умов (зміни в податковій політиці, нові конкуренти, зміна попиту тощо).

Ресурси для гри:

1. Початковий бюджет – визначається на основі масштабу підприємства.
2. Таблиця витрат – розрахунок витрат на матеріали, заробітну плату, маркетинг, транспорт тощо.
3. Ринкова інформація – статистика щодо попиту на продукцію, конкуренція на ринку.
4. Фінансова звітність – баланс, звіт про прибутки та збитки, прогноз доходів.

Підсумки гри:

1. Кожна команда представляє звіт про свої дії, оцінюючи досягнення та помилки.
2. Ведучий аналізує, чи вдалося команді адаптуватися до умов кризи і які рішення були найбільш ефективними.
3. Команди обговорюють, як можна покращити стратегії для реального бізнесу.

Оцінка результатів:

1. Оцінка фінансової ефективності: зменшення витрат, збільшення доходів.
2. Оцінка успішності маркетингових кампаній і пошуку нових ринків.
3. Оцінка командної роботи та ухвалення рішень у кризових умовах.
4. Оцінка здатності адаптуватися до змін та управлінських ситуацій.

Переваги гри:

1. Розвиток економічної грамотності: студенти вчаться розуміти фінансові показники та приймати економічно обґрунтовані рішення.
2. Покращення управлінських навичок: гравці набувають досвіду у прийнятті рішень в умовах обмежених ресурсів.
3. Розвиток командної роботи: розвивається вміння ефективно працювати в групі, розподіляти обов'язки, приймати колективні рішення.
4. Розв'язування кризових ситуацій: студенти набувають практичних навичок управління підприємством у складних умовах.

Ця ділова гра дозволяє студентам спеціальностей "Менеджмент", "Економіка", "Бізнес" не тільки здобути практичні навички управлінської діяльності, але й зрозуміти, як приймати стратегічні рішення в умовах фінансової кризи.

### **Ділова гра «Підприємницький старт»**

*Мета гри:*

1. Формування у студентів навичок стратегічного планування та управління підприємством.

2. Розвиток умінь прийняття рішень в умовах змінного ринку.
3. Опанування основ фінансового та маркетингового аналізу.
4. Підвищення рівня комунікаційних навичок та здатності до колективного вирішення проблем.
5. Розвиток творчого підходу та адаптації до нових умов.

*Опис гри:*

Гравці отримують роль керівників підприємства, яке тільки розпочинає свою діяльність на ринку. Завдання полягає у тому, щоб розробити та реалізувати стратегію розвитку підприємства, приймаючи економічно обґрунтовані рішення, управляючи фінансами, людськими ресурсами, а також розвиваючи маркетингові стратегії для залучення клієнтів.

*Підготовка до гри:*

1. Розподіл ролей:
2. Генеральний директор – відповідає за загальну стратегію та прийняття ключових рішень.
3. Фінансовий директор – контролює фінанси, розраховує витрати, доходи, оцінює економічну ефективність.
4. Маркетинговий директор – розробляє стратегії просування, працює з клієнтами.
5. Керівник виробництва – відповідає за виробничий процес, закупівлю матеріалів, контроль якості.
6. Інформаційні умови: Кожній команді надається стартовий капітал і базові ресурси (матеріали, людські ресурси, технології). Вони можуть вибрати певну галузь для підприємства (наприклад, меблеве виробництво, побутова техніка, одяг тощо).

*Задачі на початку гри:*

1. Визначити цілі підприємства на 1 рік.
2. Створити бізнес-план, що включає аналіз ринку, стратегічні цілі, фінансовий план та маркетингові стратегії.
3. Прогнозувати витрати, доходи та обсяги продажу на ринку.

**Хід гри**

*Фаза 1: Стартова організація*

Кожна команда розробляє основні аспекти бізнесу:

1. Вибір ринку збуту.
2. Оцінка конкурентів.
3. Розрахунок потреб у матеріальних і людських ресурсах.
4. Визначення ціни на продукт та стратегії продажу.

*Фаза 2: Стратегічне планування та операційне управління*

Команди мають провести внутрішній аналіз:

1. Оцінка ефективності використання ресурсів.
2. Прогнозування ризиків (фінансових, виробничих, соціальних).
3. Розробка заходів щодо оптимізації витрат.
4. Вибір маркетингових стратегій: акції, реклама, партнерства з іншими підприємствами.

### *Фаза 3: Реалізація плану*

Протягом цієї фази команди здійснюють різні операційні кроки:

1. Управління закупівлею ресурсів.
2. Управління виробництвом.
3. Ведення переговорів з постачальниками та клієнтами.
4. Реалізація маркетингових кампаній для залучення клієнтів.

### *Фаза 4: Аналіз результатів*

Після кожного етапу (квартал або півріччя) команди отримують фінансові результати: доходи, витрати, прибуток або збитки.

Кожна команда аналізує, як змінилися фінансові показники, на основі яких коригуються стратегії.

### *Фаза 5: Адаптація до змінних умов*

1. Протягом гри можуть виникати непередбачувані ситуації, наприклад, економічні кризи, зміни в законодавстві, зміна попиту на продукцію.
2. Команди повинні реагувати на ці зміни: переглядати маркетингові стратегії, скорочувати витрати, шукаючи нові можливості для розвитку.

Ресурси для гри:

1. Стартовий капітал: початкові гроші для закупівлі матеріалів, найму працівників, рекламних кампаній тощо.
2. Фінансова таблиця: для ведення записів про доходи та витрати, нарахування зарплат, витрати на виробництво.
3. Ринок: інформація про попит на продукт, рівень конкуренції, ціни на ринку.
4. Ресурси: перелік матеріальних ресурсів, робочих потужностей, технологій.

Підсумки гри:

1. Після завершення гри проводиться фінансовий аналіз і визначаються переможці, тобто ті команди, які змогли найбільш ефективно використати ресурси і отримати найбільший прибуток.
2. Обговорення зроблених помилок і правильних рішень. Як були прийняті стратегічні рішення в умовах змінного ринку, що вплинуло на успіх чи провал бізнесу.

Оцінка результатів:

1. Фінансові показники: прибуток, витрати, рентабельність.
2. Ефективність маркетингової стратегії: досягнення цільової аудиторії, рівень продажу.
3. Використання ресурсів: ефективність витрат, оптимізація процесів.
4. Адаптація до змін: здатність адаптуватися до змінних економічних умов.

Переваги гри:

1. Розвиток навичок стратегічного мислення – учасники вчаться розробляти бізнес-плани та планувати діяльність підприємства.
2. Опанування фінансових інструментів – студенти вчаться управляти фінансами, здійснювати розрахунки, враховувати ризики.

3. Практика прийняття рішень у команді – розвиваються комунікаційні навички, здатність працювати в команді та приймати колективні рішення.
4. Адаптивність до змін – гра дозволяє оцінити, як підприємства можуть адаптуватися до змін на ринку, що є важливим для студентів технологічної освіти.

Ця ділова гра дозволяє студентам отримати практичні знання та навички, які можна застосувати в реальному бізнесі, допомагає розвивати підприємницьке мислення і дає змогу зрозуміти, як працюють різні аспекти управління підприємством.

### **Ділова гра «Моделювання виробничого процесу»**

*Мета гри:*

1. Ознайомлення студентів з основами виробничого процесу в умовах обмежених ресурсів.
2. Розвиток навичок прийняття рішень в умовах невизначеності та швидко змінюваного ринку.
3. Формування навичок командної роботи, комунікації та ефективного управління проектами.
4. Розвиток економічного мислення та здатності до стратегічного планування.

*Опис гри:*

Учасники гри стають керівниками підприємства, яке виробляє певну продукцію (наприклад, меблі, електроніку, текстиль). Їх завдання – правильно організувати виробничий процес, оптимізувати витрати, задовольняти потреби споживачів та забезпечити прибуток підприємству.

*Підготовка до гри:*

Розподіл ролей:

1. Генеральний директор – загальна координація діяльності підприємства, стратегічне планування.
2. Фінансовий директор – відповідає за бюджет, контроль витрат та доходів, прийняття рішень щодо інвестицій.
3. Менеджер з виробництва – управляє виробничим процесом, контролює якість і кількість продукції, планує постачання матеріалів.
4. Маркетинговий директор – аналізує ринок, займається рекламою і продажами продукції.
5. Інформаційні умови: Кожна команда отримує початкові ресурси для запуску підприємства, а також стикається з умовами конкуренції та зовнішніми економічними факторами, які можуть змінюватися протягом гри. Студенти повинні приймати рішення, як реагувати на ці зміни, і які стратегії вибрати для максимізації прибутку.

Визначення мети:

Кожна команда повинна визначити головну мету підприємства на певний період: максимізація прибутку, розширення виробництва, підвищення якості продукції, впровадження інновацій тощо.

### Хід гри

#### *Фаза 1: Старт*

У кожної команди є обмежений стартовий капітал.

Учасники повинні розподілити цей капітал між закупівлею сировини, наймом працівників, виробничими витратами та маркетингом.

Створення базового бізнес-плану: вибір стратегії (наприклад, орієнтація на мінімальні витрати або високоякісну продукцію).

#### *Фаза 2: Операційне управління*

Команди працюють над виробничими процесами, визначаючи, скільки продукції вони можуть виготовити за певний період, виходячи з наявних ресурсів.

Визначення рівня продуктивності та ефективності виробництва.

Команди повинні обирати, як управляти робочими потоками, з якими проблемами вони стикаються (недостача матеріалів, затримки, технічні поломки тощо).

#### *Фаза 3: Адаптація до ринку*

Протягом гри ринок змінюється (наприклад, з'являються нові конкуренти, змінюється попит на продукцію).

Учасники повинні коригувати свої маркетингові стратегії та визначати ціни на продукцію з урахуванням змін у ринку.

Обговорення і прийняття рішень, пов'язаних із зміною напрямку виробництва або вдосконаленням продукції.

#### *Фаза 4: Фінансовий аналіз*

Після кожного етапу (наприклад, кожного кварталу) учасники отримують фінансові звіти: баланс, прибутки і збитки, ефективність витрат.

Команди аналізують свої фінансові результати і приймають рішення щодо подальшого розвитку підприємства, коригують стратегію.

#### *Фаза 5: Завершення гри та підсумки*

Наприкінці гри визначаються підприємства, які показали найбільшу прибутковість або найкраще адаптувалися до змін на ринку.

Проводиться обговорення прийнятих рішень, аналіз помилок і успіхів.

Ресурси для гри:

1. Стартовий капітал: початкові гроші для закупівлі матеріалів, найму працівників і запуску виробництва.
2. Таблиці витрат: для ведення обліку витрат на сировину, робочу силу, маркетинг і виробництво.
3. Ринок: інформація про попит, ціни та конкурентів, що змінюється протягом гри.
4. Фінансові звіти: для аналізу результатів кожної фази, включаючи прибуток/збиток, витрати, дохідність.

Підсумки гри:

1. Визначаються переможці за критеріями: найбільший прибуток, найкраще стратегічне управління, кращий маркетинг тощо.
2. Обговорення прийнятих рішень, що допомогло досягти успіху чи призвело до проблем.
3. Висновки щодо правильного управління підприємством в умовах змінного ринку.

Переваги гри:

1. Розвиток навичок стратегічного мислення – учасники вчаться аналізувати ситуацію та приймати обґрунтовані економічні рішення.
2. Розуміння виробничого процесу – студенти отримують практичний досвід управління підприємством, оптимізації витрат і планування.
3. Покращення командної роботи – студенти працюють разом для досягнення загальної мети, навчаються комунікувати та працювати в команді.
4. Гнучкість та адаптація до змін – учасники розвивають здатність швидко реагувати на зміну економічних умов.

Ця ділова гра допоможе студентам практично освоїти ключові аспекти управління підприємством, а також розвивати критичне та стратегічне мислення, що є важливим для їхньої професійної підготовки в сфері технологічної освіти.

### Ділова гра «Бізнес–стратегія»

*Мета гри:*

1. Розвиток навичок стратегічного планування та прийняття рішень в умовах обмежених ресурсів.
2. Формування розуміння основ економічної ефективності в бізнесі.
3. Сприяння розвитку командної роботи, комунікаційних навичок і лідерства.
4. Ознайомлення з основами фінансового менеджменту, управління витратами та доходами.
5. Навчання адаптації до змін в економічному середовищі.

*Опис гри:*

Учасники гри поділяються на команди, кожна з яких виступає в ролі керівників підприємства, яке займається виготовленням і продажем товарів чи послуг. Команди повинні розробити і реалізувати стратегію для досягнення максимального прибутку, керуючи різними аспектами свого підприємства, включаючи фінанси, маркетинг, виробництво, людські ресурси та інші фактори.

*Підготовка до гри:*

Розподіл ролей:

1. Генеральний директор – керує стратегічними рішеннями компанії, визначає загальний напрямок розвитку бізнесу.
2. Фінансовий директор – відповідає за фінансове планування, аналіз прибутків і витрат, оптимізацію витрат.
3. Маркетинговий директор – займається просуванням товарів, визначає цільові ринки та стратегії продажів.

4. Операційний директор – відповідає за ефективність виробничих процесів, постачання ресурсів, контроль якості.
5. HR-директор – займається управлінням кадрів, підбором персоналу, мотивацією та навчанням працівників.

Інформаційні умови: У кожній команді є початковий капітал, обмежені ресурси і певні умови ринку. Ринок може змінюватися в залежності від прийнятих рішень, конкурентного середовища та економічної ситуації.

Визначення цілей: Команди повинні визначити, чи буде їхня основна мета – максимізація прибутку, розширення ринку, покращення якості продукції чи впровадження інновацій.

## Хід гри

### *Фаза 1: Старт*

1. Кожна команда отримує стартовий капітал і необхідну інформацію про ринок та ресурси.
2. Команди повинні розподілити початкові кошти: інвестиції в виробництво, маркетинг, кадрові питання та інші напрямки.
3. Створення стратегії на перший період (наприклад, квартал) з урахуванням наявних ресурсів і цілей підприємства.

### *Фаза 2: Прийняття рішень*

Команди повинні прийняти рішення по різних напрямках: закупівля сировини, запуск рекламних кампаній, розвиток нових продуктів, зміни в ціноутворенні.

Під час гри можуть виникати непередбачені ситуації, які змушують команди адаптувати свою стратегію (наприклад, зміна попиту, появлення нових конкурентів, зміни в законодавстві, непередбачені витрати).

### *Фаза 3: Ринок і конкуренція*

Кожен етап гри включає зміну умов на ринку: змінюється попит на товари, зростає конкуренція або ж змінюється ринкова ситуація.

Команди повинні коригувати свої стратегії, враховуючи ці зміни: знижувати ціни, покращувати якість, збільшувати ефективність маркетингових кампаній.

### *Фаза 4: Фінансовий аналіз*

Після кожного етапу команди отримують звіт про свої фінансові результати: доходи, витрати, прибуток/збиток, ефективність використання ресурсів.

Команди мають можливість переглянути свою стратегію, проаналізувати ефективність прийнятих рішень і здійснити коригування.

### *Фаза 5: Завершення гри*

В кінці гри підбиваються підсумки: визначаються підприємства з найкращими фінансовими результатами, найкращою стратегією розвитку або найкращою командною роботою.

Обговорення помилок і успіхів команд, обмірковування можливих альтернативних рішень та стратегій.

### *Ресурси для гри:*

1. Стартовий капітал – грошові кошти для запуску підприємства.

2. Таблиці витрат – для планування витрат на виробництво, маркетинг, кадри та інші аспекти.
3. Ринкова інформація – попит на товари, ціни, рівень конкуренції, економічні умови на ринку.
4. Фінансові звіти – для оцінки результатів кожного етапу, включаючи доходи, витрати, прибуток і збитки.

*Підсумки гри:*

1. Оцінка стратегічних рішень кожної команди, які дозволили досягти найбільших фінансових результатів.
2. Обговорення причин успіху чи невдачі, аналіз прийнятих рішень.
3. Визначення переможців за критеріями: найкраща стратегія, найбільший прибуток, найкраще управління ресурсами.

*Переваги гри:*

1. Розвиток критичного та стратегічного мислення – учасники навчаються приймати обґрунтовані рішення, прогнозувати наслідки своїх дій.
2. Розуміння принципів управління підприємством – студенти отримують практичні навички управління фінансами, маркетингом, виробництвом і персоналом.
3. Покращення командної роботи – студенти працюють разом для досягнення спільної мети, вчать ефективно співпрацювати та приймати рішення в команді.
4. Здатність адаптуватися до змін – учасники розвивають навички адаптації до змін на ринку і швидкого реагування на нові умови.

Ця ділова гра є чудовим інструментом для розвитку економічних і управлінських навичок студентів, готуючи їх до реальних умов управління підприємством.

### **Ділова гра «Підприємство майбутнього»**

*Мета гри:*

1. Розвивати навички планування, управління та стратегічного мислення у сфері підприємництва.
2. Навчити студентів приймати рішення в умовах нестабільного економічного середовища.
3. Формувати здатність аналізувати та оцінювати економічні ризики, що виникають у процесі розвитку бізнесу.
4. Стимулювати командну взаємодію і комунікаційні навички.
5. Ознайомити з основами фінансового та виробничого менеджменту.

*Опис гри:*

Учасники гри створюють підприємство в умовах конкуренції на ринку, визначаючи його стратегію розвитку, приймаючи управлінські рішення, розподіляючи ресурси та адаптуючи свої плани в залежності від змін у зовнішньому середовищі (ринок, конкуренти, економічні фактори). Вони мають зробити свій бізнес ефективним і прибутковим, керуючи фінансами, виробництвом, маркетингом та людськими ресурсами.

### *Підготовка до гри:*

#### *Розподіл ролей:*

1. Генеральний директор – визначає стратегію підприємства, приймає важливі рішення, контролює фінанси.
2. Фінансовий директор – відповідає за бюджети, доходи та витрати, фінансові звіти.
3. Маркетинговий директор – займається рекламою, просуванням товарів, аналітикою ринку.
4. Операційний директор – відповідає за виробничі процеси, постачання ресурсів і логістику.
5. HR–директор – займається наймом персоналу, мотивацією та розвитком кадрів.

#### *Інформаційне забезпечення:*

1. Ринок з різними показниками попиту і пропозиції.
2. Обмежені фінансові та людські ресурси.
3. Інформація про конкурентів, що створює додаткові умови для прийняття стратегічних рішень.

## **Хід гри**

### *Фаза 1: Старт бізнесу*

Команди отримують початковий капітал і стартові ресурси для розвитку підприємства.

Кожна команда повинна визначити свою стратегію на перший період: розподіляє ресурси на маркетинг, виробництво, розвиток персоналу, створення продукту або послуги.

Завдання: побудувати початковий план для наступного "кварталу" (наприклад, місяця).

### *Фаза 2: Прийняття рішень та управління*

Команди приймають рішення щодо розподілу бюджету, інвестицій в рекламу, виробничі процеси, найм персоналу.

Вони також мають адаптуватися до змін на ринку: конкурентів, нових законів, коливань цін на сировину.

Команди можуть отримувати інформацію від фінансового аналізу, прогнозування попиту на товари, а також звітів про діяльність конкуренції.

### *Фаза 3: Зміни на ринку*

Під час гри відбуваються зміни в економічній ситуації: конкуренція, змінюються ставки податків, зростає або зменшується попит на продукцію.

Команди повинні реагувати на зміни, наприклад, переглядати стратегію ціноутворення, коригувати рекламні кампанії або збільшувати виробничі потужності.

### *Фаза 4: Фінансовий аналіз та коригування стратегії*

Після кожного "кварталу" команди отримують фінансові звіти: прибутки, витрати, аналіз продажів і маркетингових кампаній.

Проводиться обговорення та аналіз результатів: що вдалося, що потрібно змінити. На основі результатів проводиться коригування стратегії.

Команди також мають враховувати вплив зовнішніх факторів, таких як економічні кризи, зміни в законодавстві чи конкуренція.

#### *Фаза 5: Підсумки гри*

В кінці гри підсумовуються результати за основними показниками: прибуток, ефективність використання ресурсів, стійкість до економічних змін.

1. Оцінюються стратегічні рішення, інновації в підходах до виробництва, ефективність маркетингових кампаній, адаптація до змін на ринку.
2. Команди отримують оцінки за найбільший прибуток, креативність рішень, командну взаємодію.

#### *Ресурси для гри:*

1. Фінансові звіти – зведені таблиці доходів, витрат і прибутку.
2. Ринкова інформація – попит на товар, конкурентні умови, економічні зміни.
3. Таблиця ресурсів – обмеження по фінансах, персоналу, виробничим можливостям.
4. Звіт про виробничі процеси – статистика по виробництву товару, витратам на сировину та виробництво.

#### *Підсумки гри:*

1. Оцінка результатів кожної команди за ключовими показниками: прибуток, ріст підприємства, ефективність стратегії.
2. Аналіз прийнятих рішень: чому деякі стратегії були успішними, а інші – ні.
3. Обговорення способів покращення стратегічних планів на основі результатів гри.
4. Визначення переможців за критеріями: найбільший прибуток, найбільш ефективне управління підприємством, найкраще стратегічне планування.

#### *Переваги гри:*

1. Розвиток стратегічного мислення – студенти навчаються планувати розвиток підприємства в умовах змінного економічного середовища.
2. Командна робота – учасники працюють разом, приймаючи рішення для досягнення спільної мети.
3. Розуміння бізнес-процесів – студенти отримують практичні навички управління бізнесом у різних аспектах: фінанси, маркетинг, виробництво.
4. Розвиток гнучкості та адаптивності – студенти навчаються швидко адаптуватися до змін і приймати ефективні рішення в кризових ситуаціях.

Ця ділова гра допоможе студентам розвивати підприємницькі навички, необхідні для успішного управління проектами і компаніями, а також для прийняття обґрунтованих рішень у реальних умовах економічної нестабільності.

## СИТУАЦІЙНІ ЗАВДАННЯ

Ситуаційне економічне завдання – це навчальний метод, який використовує реальні або змодельовані економічні ситуації для розвитку в студентів практичних навичок аналізу, прийняття рішень та вирішення проблем. Цей метод також відомий як case study (аналіз випадку) і широко застосовується у вивченні економіки, бізнесу, менеджменту, фінансів та інших суміжних дисциплін.

Основні характеристики ситуаційного економічного завдання:

1. Реальна або змодельована основа: завдання базується на реальних економічних подіях, діяльності компаній або змодельованих ситуаціях, які наближені до реальності.
2. Аналіз і прийняття рішень: студенти аналізують надану інформацію, оцінюють можливі сценарії розвитку подій та пропонують оптимальні рішення.
3. Різнобічний підхід: завдання може включати аналіз ринку, фінансових показників, конкурентів, стратегій розвитку тощо.
4. Розвиток навичок: завдяки цьому методу розвиваються аналітичні здібності, критичне мислення, вміння працювати в команді та застосовувати теоретичні знання на практиці.

*Структура ситуаційного економічного завдання:*

Опис ситуації:

1. Подано основну проблему, з якою стикається підприємство, організація або галузь.
2. Надається контекст: економічні умови, ринкові тенденції, фінансові показники.

Питання або завдання для аналізу:

1. Що стало причиною проблеми?
2. Які можливі варіанти вирішення?
3. Який варіант є найбільш ефективним?

Додаткові дані (за потреби): графіки, таблиці, фінансові звіти, аналітичні прогнози.

*Переваги ситуаційних завдань:*

1. Сприяють практичному закріпленню теоретичних знань.
2. Навчають працювати з реальними даними та аналізувати їх.
3. Розвивають навички прийняття рішень у складних умовах.
4. Стимулюють креативність та критичне мислення.

Цей метод навчання є ефективним інструментом для підготовки фахівців, які здатні швидко адаптуватися до змін у реальному економічному середовищі.

### Ситуаційне завданн

#### «Аналіз та оптимізація витрат підприємства»

*Опис ситуації:*

Ваше підприємство займається виробництвом дерев'яних меблів і має стабільну клієнтську базу, але в останні місяці ви помітили зниження прибутку, незважаючи на стабільні продажі. Аналізуючи фінансові звіти, ви з'ясували, що

зростання витрат на виробництво та збільшення адміністративних витрат суттєво впливають на прибутковість підприємства.

Ви як керівник підприємства маєте на меті знизити витрати та покращити фінансові результати.

Для цього потрібно:

1. Оцінити поточні витрати підприємства.
2. Проаналізувати, які витрати є найбільш критичними.
3. Розробити стратегію щодо зниження витрат.
4. Пропонувати можливі способи збільшення ефективності роботи підприємства.

*Завдання:*

Оцінка витрат:

Розгляньте наступні категорії витрат:

1. Витрати на сировину (деревина, лакофарбові матеріали та інші компоненти);
2. Заробітна плата працівників (майстри, робітники, адміністрація);
3. Витрати на енергоносії (електрика, вода, опалення);
4. Транспортні витрати (перевезення матеріалів, доставка готової продукції);
5. Адміністративні витрати (оренда приміщення, канцелярія, маркетинг, податки).
6. Підготуйте детальний аналіз, який включає частку кожної категорії витрат в загальних витратах підприємства.

Аналіз причин зростання витрат:

На основі наданих даних про витрати підприємства в останніх трьох місяцях, проаналізуйте, що могло стати причиною зростання витрат. Які з категорій витрат могли вирости найбільше? Які фактори на це вплинули?

Оптимізація витрат:

Пропишіть можливі способи зменшення витрат для кожної категорії.

Розгляньте наступні стратегії:

1. Зниження витрат на сировину (наприклад, пошук альтернативних постачальників або покращення процесів закупівлі).
2. Оптимізація робочих процесів для зниження витрат на енергію та ресурси.
3. Перегляд структури заробітної плати та адміністративних витрат (наприклад, автоматизація деяких процесів, зменшення витрат на маркетинг).
4. Покращення логістики для зниження транспортних витрат.
5. Інші інноваційні методи зниження витрат (наприклад, впровадження технологій, що знижують собівартість продукції).

Розробка плану дій:

Складіть план на 3 місяці для оптимізації витрат з конкретними термінами виконання та відповідальними особами. У плані вкажіть, які заходи будуть виконані та як будете вимірювати ефективність їх реалізації.

Питання для обговорення:

1. Які найбільш критичні витрати для вашого підприємства і чому?
2. Яким чином оптимізація витрат може вплинути на загальний фінансовий стан підприємства?
3. Які інструменти та методи можна застосувати для оцінки ефективності заходів з оптимізації витрат?
4. Очікувані результати:
5. Студенти повинні вміти правильно класифікувати витрати підприємства та виявляти найбільш ефективні методи їх зменшення.
6. Розвивати навички стратегічного планування в умовах обмежених ресурсів.
7. Уміти виявляти оптимальні шляхи для досягнення фінансової стабільності підприємства через ефективне управління витратами.

Це завдання допоможе студентам розвинути практичні навички в управлінні витратами підприємства, застосовуючи економічні та фінансові аналізи для прийняття обґрунтованих рішень.

### **Ситуаційне завдання**

#### **«Оцінка ефективності інвестицій у виробничий процес»**

##### *Опис ситуації:*

Ваша компанія займається виробництвом меблів з дерева, і з часом спостерігається зниження темпів зростання продукції через застарілі технології та обладнання. Керівництво вирішило інвестувати в модернізацію виробничих потужностей, зокрема, у закупівлю нових верстатів для обробки деревини. У зв'язку з цим, вам як економісту підприємства доручено оцінити доцільність цієї інвестиції та розробити рекомендації для керівництва.

##### *Завдання:*

Оцінка необхідності інвестицій: Потрібно зібрати та проаналізувати такі дані:

1. Які поточні технічні та виробничі обмеження існують на підприємстві?
2. Чи має підприємство достатні фінансові ресурси для здійснення інвестицій?
3. Який рівень зносу обладнання на підприємстві та які його переваги/недоліки?
4. Як модернізація може вплинути на обсяг виробництва, собівартість продукції та конкурентоспроможність?

##### *Аналіз економічної ефективності:*

Для оцінки ефективності інвестицій розрахуйте:

1. Період окупності інвестицій (скільки часу знадобиться для того, щоб прибуток від модернізації покрив витрати на інвестицію).
2. Чистий приведений дохід (NPV) від інвестицій за допомогою ставки дисконтування, що враховує інфляцію та ризики.
3. Внутрішню норму доходності (IRR) проєкту, яка показує, на яку відсоткову ставку проєкт може забезпечити повернення інвестицій.

##### *Оцінка ризиків інвестицій:*

Проаналізуйте основні ризики, які можуть виникнути при реалізації проєкту, зокрема:

1. Ризик того, що обладнання не окупиться через недостатній попит на продукцію.
2. Ризик зміни умов на ринку деревини та зміни вартості сировини.
3. Технічні ризики, пов'язані з вчасною установкою і налаштуванням нового обладнання.
4. Розробіть заходи для мінімізації цих ризиків.

*Рекомендації щодо здійснення інвестицій:*

Підготуйте детальні рекомендації для керівництва підприємства, які можуть включати:

1. Як краще організувати процес модернізації.
2. Які шляхи фінансування інвестицій найбільш підходять для підприємства (кредити, власні кошти, державні субсидії тощо).
3. Підрахунок очікуваного впливу на фінансові показники (прибуток, рентабельність, оборотність).

*Питання для обговорення:*

1. Які інші фактори можуть вплинути на ефективність інвестицій в модернізацію виробництва?
2. Як можна забезпечити успішне впровадження нових технологій при мінімальних витратах?
3. Які методи управління ризиками є найбільш ефективними в умовах економічної нестабільності?

*Очікувані результати:*

1. Студенти повинні вміти здійснювати економічний аналіз інвестиційних проєктів та оцінювати їх ефективність.
2. Розвивати навички виявлення та мінімізації ризиків, пов'язаних із впровадженням інвестицій.
3. Оволодіти практичними методами прогнозування фінансових результатів і економічних наслідків від реалізації інвестицій.

Це завдання допоможе студентам освоїти базові методи фінансового аналізу та прийняття обґрунтованих рішень в умовах інвестиційних проєктів на виробничих підприємствах.

### **Ситуаційне завдання**

#### **«Планування бюджету для малого підприємства»**

*Опис ситуації:*

Ви – економіст невеликої компанії, яка займається виготовленням та продажем екологічних товарів для дому (серед яких меблі, декор, побутова продукція). Оскільки попит на екологічні продукти зростає, керівництво вирішило розширити виробництво та збільшити обсяги продажів. Для реалізації цих цілей необхідно скласти фінансовий план на наступний рік, що включає прогноз доходів і витрат, а також визначення потреби у фінансуванні.

*Завдання:*

Прогнозування доходів та витрат:

1. Оцініть, скільки продукції ваша компанія планує виробити та продати в наступному році, враховуючи сезонні коливання попиту та стратегічні плани на збільшення частки ринку.
2. Розрахуйте очікувані доходи, враховуючи середню вартість одиниці продукції, а також ймовірні зміни цін на сировину та компоненти.
3. Оцініть витрати на виробництво, зокрема на сировину, оплату праці, оренду приміщення, комунальні послуги, амортизацію обладнання тощо.
4. Визначте адміністративні та маркетингові витрати (зарплата адміністративного персоналу, витрати на рекламу, пошук нових клієнтів).

*Оцінка потреб у фінансуванні:*

1. Порівняйте прогнозовані доходи та витрати. Визначте, чи є у вас дефіцит або надлишок коштів для реалізації запланованих цілей.
2. Розрахуйте потребу в зовнішньому фінансуванні (кредити, інвестиції) для покриття дефіциту, якщо такий є.
3. Оцініть можливі джерела фінансування: кредитні лінії, інвестиції від приватних осіб або венчурних компаній, державні гранти.

*Формування стратегії для досягнення фінансових цілей:*

1. Запропонуйте стратегії для збільшення доходів або зменшення витрат, які можуть бути реалізовані в межах доступного бюджету.
2. Розробіть стратегію для зниження фінансових ризиків (наприклад, за допомогою страхування, створення резервного фонду, укладання довгострокових контрактів із постачальниками).

*Оцінка ризиків і непередбачених витрат:*

1. Розгляньте можливі зовнішні фактори, які можуть вплинути на фінансові результати підприємства (зміни в податковому законодавстві, коливання валютного курсу, економічна нестабільність).
2. Запропонуйте стратегії для мінімізації ризиків, зокрема для управління непередбаченими витратами.

*Питання для обговорення:*

1. Які фактори можуть найбільше вплинути на зростання доходів вашої компанії в умовах ринку?
2. Як можна зменшити витрати без втрати якості продукції?
3. Які є альтернативи для залучення фінансування на розвиток без збільшення боргового навантаження?
4. Як створити стійкий фінансовий план, який зможе витримати економічні коливання та зовнішні фактори?

*Очікувані результати:*

1. Студенти повинні навчитись складати бюджет і прогнозувати фінансові потоки малого підприємства.
2. Розвинути здатність до аналізу фінансової інформації та ухвалення обґрунтованих рішень щодо розподілу ресурсів.
3. Оволодіти основами планування та управління фінансами підприємства для забезпечення його сталого розвитку.

Це завдання допоможе студентам відточити навички стратегічного планування, аналізу фінансових результатів і ухвалення рішень щодо використання фінансових ресурсів у реальному бізнес–середовищі.

### Ситуаційне завдання

#### «Оцінка ефективності інвестиційного проєкту»

##### *Опис ситуації:*

Ваша компанія, яка спеціалізується на виготовленні меблів, планує розширити виробництво, інвестуючи у нове обладнання для автоматизації виробничих процесів. Це дозволить знизити витрати на оплату праці, підвищити швидкість виробництва і, в результаті, збільшити обсяги продажу. Однак для прийняття рішення необхідно оцінити, чи варта ця інвестиція того, з огляду на очікувані витрати та потенційні доходи.

##### *Завдання:*

##### Розрахунок капітальних витрат:

Визначте початкові капіталовкладення для купівлі нового обладнання, яке обіцяє підвищити ефективність виробництва. Врахуйте вартість обладнання, транспортування, монтажу та навчання персоналу.

##### Прогноз доходів та витрат на 5 років:

1. Оцініть, як вплине автоматизація виробництва на витрати (наприклад, зменшення витрат на оплату праці, зниження витрат на матеріали завдяки більш точному використанню сировини).
2. Розрахуйте прогнозовані доходи від збільшення обсягів виробництва, враховуючи середню ціну продукції та зростання попиту.
3. Визначте операційні витрати на наступні 5 років (витрати на обслуговування обладнання, заробітна плата персоналу, витрати на сировину, енергоспоживання тощо).

##### Оцінка рентабельності:

1. Використовуючи формулу розрахунку чистого приведенного доходу (NPV), оцініть доцільність інвестицій. Якщо ставка дисконтування для вашої компанії становить 10%, розрахуйте NPV.
2. Оцініть внутрішню норму доходності (IRR) для цього інвестиційного проєкту. Якщо IRR перевищує ставку дисконтування, інвестиція може бути визнана вигідною.

##### Аналіз ризиків:

1. Оцініть потенційні ризики, які можуть виникнути при реалізації проєкту (зміни в економічній ситуації, коливання цін на сировину, можливі збої в постачанні обладнання чи матеріалів).
2. Запропонуйте можливі стратегії для мінімізації цих ризиків, зокрема шляхом диверсифікації постачальників, страхування ризиків чи створення резервних фондів.

##### *Формулювання висновків і рекомендацій:*

1. Визначте, чи варто компанії інвестувати в цей проєкт. Наведіть основні аргументи на користь інвестиції або на користь відмови від неї.

2. Врахуйте всі фінансові і стратегічні аспекти: зростання доходів, покращення ефективності виробництва, але й потенційні економічні та ринкові ризики.

*Питання для обговорення:*

1. Яким чином інвестиція в нове обладнання може змінити стратегічний напрямок компанії?
2. Як зміняться фінансові показники компанії після автоматизації виробництва?
3. Які додаткові фактори можуть вплинути на ефективність цього інвестиційного проекту?
4. Як оцінка ризиків може вплинути на прийняття рішення щодо інвестиції?

*Очікувані результати:*

1. Студенти повинні вміти розраховувати рентабельність інвестиційних проєктів.
2. Розвивати навички оцінки фінансових результатів і прийняття рішень на основі аналізу даних.
3. Оволодіти методами оцінки ризиків і можливих наслідків для компанії від реалізації інвестиційних проєктів.

Це завдання дозволить студентам не тільки набути теоретичних знань про інвестиційні оцінки, а й навчитися застосовувати їх для реальних бізнес-ситуацій, приймаючи зважені та обґрунтовані рішення.

### **Ситуаційне завдання**

#### **«Вибір стратегії ціноутворення для нового товару»**

*Опис ситуації:*

Компанія, що спеціалізується на виробництві побутової техніки, планує випустити новий продукт – бездротовий пілосос, що відрізняється від конкурентів інноваційними функціями, такими як знижена вага, покращена маневреність та енергоефективність. Однак компанія стикається з дилемою, яку стратегію ціноутворення обрати для цього продукту: чи орієнтуватися на преміум-ціни, чи обрати стратегію низьких цін для залучення більшої кількості споживачів?

*Завдання:*

Аналіз ринку та конкурентів:

1. Оцініть поточний стан ринку бездротових пілососів. Досліджуйте конкурентів і їхні стратегії ціноутворення (преміум, середній сегмент, економ).
2. Визначте, які основні характеристики впливають на вибір споживачами (ціна, функціональність, енергоефективність тощо).

Розрахунок витрат на виробництво:

Розрахуйте витрати на виробництво одного одиничного продукту, враховуючи собівартість матеріалів, робочу силу, транспортні витрати та інші необхідні витрати.

*Аналіз різних стратегій ціноутворення:*

Оцініть дві основні стратегії ціноутворення:

1. Стратегія високої ціни (преміум–ціна): Продукт продається за вищою ціною через унікальні характеристики, орієнтуючись на споживачів, готових платити більше за інновації.
2. Стратегія низької ціни (проникнення на ринок): Продукт продається за зниженою ціною для залучення великої кількості споживачів, з метою швидкого захоплення частки ринку.
3. Для кожної стратегії визначте можливі фінансові результати (прибуток, обсяг продажів).

Оцінка точки беззбитковості:

Розрахуйте точку беззбитковості для кожної стратегії ціноутворення. Це дозволить оцінити, яку кількість продуктів потрібно продати для того, щоб покрити витрати на виробництво та почати отримувати прибуток.

Аналіз ризиків та переваг обраної стратегії:

Оцініть можливі ризики для кожної стратегії ціноутворення (наприклад, низька ціна може призвести до зниження сприйняття якості продукту, висока ціна може обмежити кількість потенційних покупців).

Запропонуйте стратегії для мінімізації цих ризиків (наприклад, використання маркетингових кампаній для підвищення сприйняття якості продукту).

Рекомендації:

На основі проведеного аналізу запропонуйте найбільш підходящу стратегію ціноутворення для цього продукту з урахуванням поточної ситуації на ринку, витрат на виробництво та цілей компанії.

*Питання для обговорення:*

1. Які фактори можуть вплинути на ефективність стратегії ціноутворення в умовах конкурентного ринку?
2. Як правильно вибрати між преміум–ціною та стратегією низької ціни в залежності від цілей компанії?
3. Як зміна ціни може вплинути на попит і прибутковість компанії?

*Очікувані результати:*

1. Студенти повинні вміти розраховувати точку беззбитковості та прогнозувати прибуток від продажу.
2. Розвивати навички вибору стратегії ціноутворення на основі аналізу витрат, попиту та конкурентного середовища.
3. Оцінювати ризики та пропонувати стратегії для мінімізації цих ризиків, що допомагає ухвалювати обґрунтовані бізнес–рішення.

Це завдання дозволить студентам застосувати економічні концепції до реальних бізнес–ситуацій і приймати рішення на основі аналітики та оцінки фінансових показників.

## Ситуаційне завдання «Оптимізація витрат на виробництво»

### *Опис ситуації:*

Меблева компанія "ComfortWood" виробляє дерев'яні меблі для житлових приміщень. Однак останнім часом керівництво помічає зростання собівартості продукції, що призводить до зниження прибутку. Витрати на сировину, енергоносії та оплату праці робітників постійно зростають, а конкуренція на ринку стає більш жорсткою. Компанія вирішила провести внутрішній аудит виробничих процесів і визначити шляхи зниження витрат без шкоди для якості продукції.

### *Завдання:*

#### Аналіз витрат на виробництво:

1. Розглянути та класифікувати витрати, які несе компанія на виробництво меблів. Визначте постійні та змінні витрати.
2. Зробіть прогноз зростання витрат на основі останніх фінансових даних компанії (наприклад, на сировину, оплату праці, енергоносії).

#### Оцінка ефективності використання ресурсів:

1. Оцініть, чи ефективно використовуються сировина та робоча сила. Які фактори можуть сприяти підвищенню продуктивності праці?
2. Визначте, чи є можливість зменшити витрати на енергоносії та сировину без зниження якості продукції.

#### Пропозиції щодо зниження витрат:

1. Запропонуйте кілька стратегій для зниження витрат на виробництво (наприклад, автоматизація процесів, зміна постачальників сировини, оптимізація робочих змін).
2. Розгляньте можливості для покращення логістики та зниження витрат на транспортування товарів.

#### Аналіз потенційних ризиків:

1. Оцініть можливі ризики, які можуть виникнути через зниження витрат (наприклад, зниження якості продукції, незадоволеність клієнтів, втрати на іміджі компанії).
2. Розробіть стратегії для мінімізації цих ризиків (наприклад, забезпечення контролю якості на всіх етапах виробництва).

#### *Рекомендації для керівництва:*

На основі проведеного аналізу запропонуйте керівництву компанії оптимальні заходи щодо зниження витрат та підвищення ефективності виробництва.

Розробіть план для впровадження нових ініціатив і вкажіть, як вимірюватиметься успіх у зниженні витрат (наприклад, скорочення собівартості на 10%, зростання продуктивності на 15%).

#### *Питання для обговорення:*

1. Яким чином можна збалансувати зниження витрат та збереження високої якості продукції?
2. Як впровадження нових технологій може допомогти знизити витрати на виробництво?

3. Які фактори можуть сприяти ефективному використанню робочої сили та зниженню витрат на оплату праці?

Очікувані результати:

1. Студенти повинні вміти класифікувати витрати на виробництво та проводити оцінку їх ефективності.
2. Навчитися пропонувати заходи з оптимізації витрат на основі аналізу фінансових даних.
3. Розвивати вміння балансувати між зниженням витрат та забезпеченням високої якості продукції, що допоможе приймати оптимальні бізнес-рішення.

Це завдання дозволяє студентам застосовувати економічні принципи до реальних виробничих ситуацій і приймати обґрунтовані рішення для оптимізації витрат у компанії.

### Ситуаційне завдання

#### «Оцінка впливу інвестицій на прибутковість підприємства»

*Опис ситуації:*

Виробниче підприємство «GreenTech», що займається виготовленням екологічно чистих товарів для домашнього використання, розглядає можливість залучення інвестицій для модернізації своїх виробничих потужностей. Компанія планує інвестувати в нові технології, які дозволять збільшити обсяги виробництва і знизити витрати на сировину. Втім, підприємство хоче оцінити, як ці інвестиції вплинуть на його фінансові показники, а саме на прибутковість, ліквідність та загальну ефективність.

*Завдання:*

Аналіз фінансових показників до інвестицій:

1. Зберіть дані про поточний стан фінансових показників підприємства, зокрема про рівень прибутку, рентабельність, ліквідність та оборотність активів.
2. Розрахуйте ключові фінансові показники до запровадження інвестицій. Наприклад, коефіцієнт рентабельності продажів, загальна рентабельність активів та коефіцієнт ліквідності.

Оцінка вартості інвестицій:

1. Оцініть вартість запланованих інвестицій у модернізацію виробництва (включаючи витрати на обладнання, технології, навчання персоналу тощо).
2. Визначте, скільки часу потрібно для того, щоб підприємство змогло покрити витрати на інвестиції через зростання виробничих потужностей.

Прогнозовані зміни після інвестицій:

1. Прогнозуйте, як зміняться ключові показники фінансової діяльності підприємства після інвестування в модернізацію: зростання обсягів виробництва, зменшення витрат на сировину та енергоносії.
2. Оцініть вплив цих змін на загальний прибуток та рентабельність підприємства.

Аналіз ризиків:

1. Розгляньте можливі ризики, пов'язані з інвестиціями: ризик технологічного збою, зміна ринкової ситуації, конкуренція на ринку тощо.
2. Визначте, як ці ризики можуть вплинути на очікувані результати інвестицій і як їх можна мінімізувати.

План реалізації інвестицій:

1. Розробіть план реалізації інвестицій, включаючи етапи та часові рамки для кожного етапу (наприклад, закупівля обладнання, впровадження нових технологій, навчання персоналу).
2. Визначте, як буде здійснюватися моніторинг ефективності інвестицій та які заходи будуть вжиті у разі неочікуваних змін.

Питання для обговорення:

1. Як можна забезпечити повернення інвестицій у разі економічної нестабільності?
2. Які фінансові показники є найбільш важливими для оцінки ефективності інвестицій у виробництво?
3. Як аналізувати та мінімізувати потенційні ризики при впровадженні великих інвестицій у виробництво?

Очікувані результати:

1. Студенти повинні вміти проводити фінансовий аналіз підприємства до та після інвестицій, враховуючи ключові показники.
2. Вони повинні бути здатні оцінити ефективність інвестицій та вплив на загальні фінансові результати компанії.
3. Розвивати вміння планувати та керувати інвестиціями, враховуючи можливі ризики та методи мінімізації цих ризиків.

Це завдання допоможе студентам зрозуміти важливість правильного оцінювання фінансових показників при прийнятті інвестиційних рішень та навчить їх враховувати ризики, що можуть виникнути в процесі реалізації проекту.

### Ситуаційне завдання

#### «Розширення підприємства та фінансування через кредит»

*Опис ситуації:*

Малий меблевий виробник, компанія "Меблі–Люкс", яка виготовляє елітні дерев'яні меблі, має стабільний попит на свою продукцію. Зараз підприємство планує розширити виробничі потужності, відкривши новий цех, щоб збільшити обсяги виробництва і, відповідно, продажу. Для реалізації цього проекту компанії потрібно отримати кредит на суму 2 мільйони гривень.

У керівництва компанії є кілька варіантів для фінансування проекту:

1. Кредит під 15% річних на 5 років у банку.
2. Випуск облігацій на суму 2 мільйони гривень з доходністю 12% річних на 5 років.
3. Інвестиції від приватного інвестора (погоджено умовами інвестора: 8% від прибутку на рік).

Керівництво підприємства повинно оцінити, який варіант фінансування є найбільш вигідним для компанії з точки зору вартості фінансування, ризиків і впливу на фінансову стабільність компанії.

*Завдання:*

Оцінка варіантів фінансування:

1. Розрахуйте загальну суму витрат для кожного з варіантів фінансування на період 5 років (включаючи процентні виплати).
2. Визначте, який варіант фінансування має найнижчі загальні витрати для підприємства.

Аналіз ризиків для компанії:

1. Оцініть ризики для кожного з варіантів фінансування. Як кредитна заборгованість впливає на фінансову стабільність підприємства? Які ризики пов'язані з випуском облігацій або залученням інвестора?
2. Які фактори можуть вплинути на здатність підприємства погашати кредит або виплачувати доходи інвестору?

Вибір оптимального варіанту:

1. Який варіант фінансування є найбільш вигідним для підприємства з точки зору ефективності використання коштів і мінімізації фінансових ризиків?
2. Поясніть, чому ви обрали саме цей варіант фінансування, і які переваги він дає для підприємства в перспективі.

Фінансовий план для розширення виробництва:

Складіть фінансовий план для розширення виробництва на основі обраного варіанту фінансування, вказуючи на основні етапи витрат, доходів і часу, необхідного для запуску нового цеху.

Вплив на стратегію розвитку:

Як вибір варіанту фінансування може вплинути на довгострокову стратегію розвитку компанії, зокрема на можливість отримання нових інвестицій і розвиток підприємства в майбутньому?

*Питання для обговорення:*

1. Які переваги та недоліки кредитного фінансування для малих і середніх підприємств?
2. Чи може використання облігацій бути більш вигідним, ніж кредит, для підприємства, яке вже має певний досвід на ринку?
3. Як залучення інвестора може вплинути на стратегічну незалежність підприємства?

*Очікувані результати:*

1. Студенти повинні вміти розраховувати витрати на фінансування підприємства через різні інструменти (кредит, облігації, інвестиції).
2. Навчитися оцінювати ризики та вибирати оптимальне джерело фінансування з точки зору мінімізації витрат і збереження фінансової стабільності.
3. Розвивати вміння складати фінансові плани для розширення бізнесу, враховуючи різні варіанти фінансування та їхній вплив на стратегію розвитку підприємства.

Це завдання дозволяє студентам застосовувати теоретичні знання в аналізі реальних фінансових ситуацій, що є важливим для розвитку навичок стратегічного управління та прийняття фінансових рішень.

### Ситуаційне завдання

#### «Вибір стратегії ціноутворення на новий продукт»

##### *Опис ситуації:*

Компанія "EcoStyle", яка спеціалізується на виробництві екологічно чистих товарів для дому (екологічно чисті побутові засоби, органічні продукти), планує вивести на ринок новий продукт – еко-френдлі побутову хімію. Перед керівництвом постала задача вибору стратегії ціноутворення, щоб успішно вивести продукт на ринок і досягти поставлених фінансових результатів.

Задля цього необхідно вирішити, яку стратегію ціноутворення обрати для нового продукту в умовах ринкової конкуренції.

##### *Завдання:*

##### Аналіз ринку:

1. Оцініть стан ринку екологічно чистих побутових товарів. Який рівень конкуренції? Хто є основними конкурентами? Які їхні ціни та маркетингові стратегії?
2. Зробіть висновок про можливості виходу нового продукту на ринок, враховуючи існуючі тренди в попиті на екологічні продукти.

##### Визначення собівартості нового продукту:

1. Прорахуйте собівартість виробництва одного одиничного товару, враховуючи витрати на сировину, упаковку, логістику, робочу силу та інші витрати.
2. Яка ціна повинна бути, щоб компанія отримала бажаний рівень прибутку?

##### Вибір стратегії ціноутворення:

Оцініть три основні стратегії ціноутворення для нового продукту:

1. Стратегія проникнення на ринок: встановлення низької ціни для швидкого захоплення ринку, що може забезпечити високі обсяги продажу в короткий період.
2. Стратегія високих цін (Skimming): встановлення високої початкової ціни для максимізації прибутку від сегменту споживачів, готових платити більше, а потім поступове зниження ціни.
3. Стратегія психологічного ціноутворення: встановлення ціни, яка виглядає більш привабливо для споживача (наприклад, ціна 99,99 грн замість 100 грн).
4. Виберіть одну з цих стратегій та обґрунтуйте свій вибір.

##### Оцінка впливу стратегії на фінансові результати:

1. Оцініть, як вибрана стратегія ціноутворення вплине на прибуток компанії в перші 6 місяців після запуску продукту.
2. Розрахуйте прогнозований обсяг продажу та його вплив на рентабельність компанії.

##### Аналіз ризиків:

1. Які ризики можуть виникнути при виборі кожної стратегії ціноутворення (наприклад, ризик переоцінки споживчого попиту, зниження маржі або труднощі з конкурентами)?
2. Як компанія може мінімізувати ці ризики?

Рекомендації для майбутніх дій:

1. Які додаткові маркетингові заходи можуть бути необхідні для підтримки вибраної стратегії ціноутворення (реклама, акції, партнерства)?
2. Як забезпечити лояльність споживачів на довгий термін?
3. Питання для обговорення:
4. Як правильно визначити ціну продукту на новому ринку з урахуванням конкуренції та попиту?
5. Які фактори можуть призвести до необхідності коригування стратегії ціноутворення в майбутньому?
6. Які альтернативи ціноутворення можуть бути застосовані в залежності від етапу розвитку ринку та циклу життя продукту?

Очікувані результати:

1. Студенти повинні навчитися здійснювати аналіз ринку та конкуренції, оцінюючи наявні тенденції і вибирати відповідну стратегію ціноутворення для нового продукту.
2. Розвинути навички фінансового прогнозування і оцінки впливу ціни на прибутковість компанії.
3. Вивчити механізми зниження ризиків і вибору стратегії ціноутворення з урахуванням специфіки ринку та вимог споживачів.

Це завдання допоможе студентам розвивати навички стратегічного мислення та прийняття управлінських рішень, а також поглибити розуміння економічних аспектів ціноутворення.

### Ситуаційне завдання

#### «Визначення ефективності інвестиційного проєкту»

*Опис ситуації:*

Компанія «TechBuild» займається виробництвом інструментів для будівельної галузі. Через зростання попиту на продукцію та необхідність модернізації виробництва, керівництво компанії вирішило інвестувати в нове обладнання для збільшення потужностей. Вартість нового обладнання – 2 мільйони гривень. Після придбання обладнання підприємство розраховує на збільшення обсягів виробництва та, відповідно, на зростання прибутку.

Задача керівництва – оцінити, чи є це інвестиційне вкладення вигідним, та визначити, коли інвестиція почне приносити прибуток.

*Завдання:*

Розрахунок початкових інвестицій:

1. Вартість нового обладнання – 2 млн грн.
2. Оцінити додаткові витрати на установку та налаштування обладнання – 200 тисяч грн.
3. Загальна сума початкових інвестицій = ?

Прогнозування грошових потоків:

Очікується, що після придбання обладнання компанія зможе збільшити виробництво на 20%, що дозволить їй додатково отримати 500 тисяч грн чистого прибутку щорічно протягом наступних 5 років.

Оцінивши грошові потоки, розрахуйте прогнозовані доходи від інвестицій на наступні 5 років.

Оцінка ефективності проєкту:

Використовуючи формулу чистої теперішньої вартості (NPV), визначте, чи є інвестиція вигідною, якщо вартість капіталу (ставка дисконту) компанії становить 10%.

Формула для розрахунку NPV:

$$NPV = \sum \left( \frac{C_t}{(1+r)^t} \right) - I_0$$

де:

$C_t$  – грошові потоки в році  $t$ ,

$r$  – ставка дисконту (10%),

$t$  – рік (1, 2, 3, 4, 5),

$I_0$  – початкові інвестиції.

Визначте, через скільки років компанія поверне інвестовані кошти (коли накопичений прибуток стане рівним початковим інвестиціям).

Оцінка ризиків:

Оцініть ризики інвестиційного проєкту (наприклад, можливі зміни в попиті на продукцію, коливання цін на сировину, технічні проблеми з новим обладнанням тощо).

Як можна мінімізувати ці ризики?

*Рекомендації для прийняття рішення:*

1. Зробіть висновок, чи варто компанії інвестувати в нове обладнання на основі розрахованих показників ефективності (NPV, термін окупності).
2. Якщо рішення про інвестицію позитивне, запропонуйте кроки для її реалізації та моніторингу результатів.

*Питання для обговорення:*

1. Які фактори, окрім фінансових, можуть впливати на рішення про інвестицію в нове обладнання?
2. Чому важливо враховувати ризики та можливі непередбачувані ситуації при оцінці інвестиційного проєкту?
3. Як можна знизити ризики, пов'язані з інвестуванням у виробничі потужності?

*Очікувані результати:*

1. Студенти повинні навчитися застосовувати методи фінансового аналізу для оцінки інвестиційних проєктів.
2. Розвинути навички розрахунку ефективності проєкту за допомогою різних показників, таких як NPV та термін окупності.
3. Поглибити розуміння ризиків, пов'язаних з інвестуванням, та методів їх зменшення.

Це завдання дає можливість студентам практично застосувати знання з економіки для оцінки реальних бізнес–ситуацій і прийняття обґрунтованих управлінських рішень.

### **Ситуаційне завдання** **«Управління витратами на підприємстві»**

*Опис ситуації:*

Компанія «EcoTech» спеціалізується на виробництві екологічно чистих побутових товарів, таких як очищувальні засоби, пакувальні матеріали та інші еко–продукти. Останнім часом компанія відчула проблеми з прибутковістю через зростання витрат на сировину, енергію та транспорт. Керівництво компанії вирішило провести аналіз витрат і розробити план оптимізації, щоб зменшити витрати без шкоди для якості продукції.

Задача керівництва компанії – оцінити поточний стан витрат і знайти шляхи для їх оптимізації.

*Завдання:*

Аналіз структури витрат:

Зібрати дані про витрати компанії за останній квартал. Визначити частку витрат на:

- сировину;
- енергію;
- зарплату працівникам;
- оренду та утримання приміщень;
- транспортні витрати;
- маркетинг та рекламу.

Визначити, які з цих витрат є найбільшими, і оцінити, чи є можливості для їх скорочення.

Ідентифікація змінних та постійних витрат:

Розподіліть витрати на постійні (які не змінюються залежно від обсягу виробництва) та змінні (які змінюються з обсягом виробництва). Наприклад, сировина та енергія – це змінні витрати, а оренда приміщення та зарплата постійного персоналу – постійні.

Як зміни в обсязі виробництва впливають на ці витрати?

Оцінка можливих шляхів оптимізації витрат:

Пропонуйте заходи, які можуть знизити витрати на сировину (наприклад, укласти контракт з новим постачальником або запровадити програми економії).

Розгляньте можливості для зменшення енергоспоживання на підприємстві (встановлення енергозберігаючих технологій, покращення ефективності обладнання).

Які стратегії можна застосувати для зменшення транспортних витрат?

Розрахунок точки беззбитковості:

Використовуючи інформацію про витрати, розрахуйте точку беззбитковості компанії. Точка беззбитковості – це рівень продажів, при якому витрати дорівнюють доходам, і компанія не має ні прибутку, ні збитку.

Формула для розрахунку точки беззбитковості:

$$BEP = \frac{FC}{P - VC}$$

*BEP* – точка беззбитковості в одиницях продукції;

*FC* – постійні витрати;

*P* – ціна одиниці продукції;

*VC* – змінні витрати на одиницю продукції.

Визначте, скільки одиниць продукції компанії необхідно продати, щоб досягти беззбитковості.

Прогнозування впливу змін на прибутковість:

1. Як зміни в структурі витрат можуть вплинути на прибутковість компанії?
2. Якщо компанія вживе заходів щодо зменшення витрат на 10%, як це позначиться на кінцевому прибутку?

*Рекомендації для управління витратами:*

1. Які стратегії управління витратами найбільш ефективні для компанії «EcoTech»?
2. Як здійснювати моніторинг витрат для забезпечення їх оптимізації в довгостроковій перспективі?

*Питання для обговорення:*

1. Які витрати можна було б скоротити без шкоди для якості продукції та репутації компанії?
2. Як змінення обсягу виробництва впливають на структуру витрат компанії?
3. Як оптимізація витрат може допомогти підприємству підвищити конкурентоспроможність на ринку?
4. Чому важливо розрізняти постійні та змінні витрати при аналізі фінансового стану компанії?

*Очікувані результати:*

1. Студенти повинні навчитись аналізувати витрати підприємства, визначати можливості для їх оптимізації та розробляти стратегії для досягнення фінансової ефективності.
2. Розвинути навички розрахунку точки беззбитковості та оцінки впливу змін у витратах на прибутковість.
3. Поглибити розуміння принципів економії витрат та управління фінансами на підприємствах.

Це завдання дозволяє студентам розвивати практичні навички з управління витратами на підприємстві, що є важливою частиною економічної діяльності.

### **Ситуаційне завдання «Оптимізація витрат підприємства»**

*Опис ситуації:*

Компанія «ModernBuild» спеціалізується на виробництві та продажу будівельних матеріалів, таких як цегла, цемент, шпаклівка та інші. Однак останнім часом компанія зіткнулася з проблемою зниження прибутковості через

значні витрати на виробничі та операційні процеси. Керівництво підприємства вирішило провести ревізію витрат і впровадити заходи для їх оптимізації.

Протягом останнього кварталу компанія помітила кілька важливих тенденцій:

1. Збільшення витрат на сировину, зокрема цемент та інші матеріали.
2. Підвищення енергоспоживання на виробничих лініях.
3. Зростання витрат на транспорт і логістику через підвищення цін на паливо.
4. Керівництво звернулося до групи економістів для аналізу ситуації та розробки рекомендацій для зменшення витрат.

*Завдання:*

Аналіз структури витрат:

1. Оцініть поточну структуру витрат компанії «ModernBuild». Розподіліть витрати за категоріями: сировина, енергія, транспорт, заробітна плата, оренда приміщень, маркетинг та інші.
2. Визначте, які з цих витрат є найбільшими, і зробіть висновки щодо причин їх зростання.

Ідентифікація змінних та постійних витрат:

1. Розподіліть витрати компанії на змінні (які залежать від обсягів виробництва) та постійні (які не змінюються з виробничими обсягами).
2. Які витрати можна контролювати або скорочувати при зміні обсягів виробництва?

Оцінка можливостей для оптимізації витрат:

1. Проаналізуйте можливості для зменшення витрат на сировину. Які альтернативні постачальники або варіанти закупівель можуть бути більш вигідними?
2. Розгляньте заходи для зменшення енергоспоживання на підприємстві (встановлення енергозберігаючих технологій, модернізація обладнання).
3. Оцініть можливості для зниження витрат на транспорт та логістику (пошук більш вигідних маршрутів, зниження витрат на паливо через зміну політики доставки).

Розрахунок точки беззбитковості:

Розрахуйте точку беззбитковості для підприємства «ModernBuild». Для цього:

1. Визначте постійні витрати компанії.
2. Визначте змінні витрати на одиницю продукції.
3. Оцініть, скільки одиниць продукції потрібно продати для того, щоб підприємство не зазнавало збитків.

Формула для розрахунку:

$$BEP = \frac{FC}{P - VC}$$

*BEP* – точка беззбитковості (в одиницях продукції);

*FC* – постійні витрати;

$P$  – ціна одиниці продукції;

$VC$  – змінні витрати на одиницю продукції.

*Прогнозування впливу оптимізації на прибутковість:*

1. Розробіть прогнози на основі можливих знижок витрат. Якщо компанія вживе заходів щодо оптимізації витрат на 10%, які будуть очікувані зміни в прибутковості підприємства?
2. Як оптимізація витрат може вплинути на ціноутворення і конкуренцію на ринку?

*Рекомендації для подальших кроків:*

1. Які стратегії повинна застосувати компанія «ModernBuild» для зменшення витрат на найближчі 6 місяців?
2. Як компанія може постійно моніторити свої витрати і забезпечити їх оптимізацію в довгостроковій перспективі?

*Питання для обговорення:*

1. Як зміни у витратах на сировину та енергію можуть вплинути на загальний фінансовий стан компанії?
2. Як підприємство може використовувати точку безбитковості для покращення фінансових стратегій?
3. Яким чином зниження витрат може допомогти покращити конкурентоспроможність на ринку будівельних матеріалів?
4. Які ризики можуть виникнути при реалізації плану оптимізації витрат?

*Очікувані результати:*

1. Студенти повинні вміти аналізувати структуру витрат підприємства, розподіляти їх на постійні та змінні, а також оцінювати шляхи їх оптимізації.
2. Розвинути навички розрахунку точки безбитковості та оцінки фінансових результатів.
3. Зрозуміти, як оптимізація витрат може вплинути на загальний стан компанії та її конкурентоспроможність на ринку.

Це завдання дозволяє студентам застосовувати теоретичні знання з економіки до реальних ситуацій на підприємстві та розвивати практичні навички управління витратами.

### **Ситуаційне завдання**

#### **«Вибір оптимального варіанту інвестування»**

*Ситуація:*

Компанія «AgroTech», яка займається виробництвом сільськогосподарської техніки, отримала від інвесторів пропозицію інвестувати кошти у розвиток свого бізнесу. На розгляд керівництву запропоновано три інвестиційні проекти, кожен з яких має свої переваги, недоліки та ризики. Компанія має обмежений бюджет у розмірі 2 млн грн, тому керівництву потрібно обрати найефективніший варіант.

*Опис інвестиційних проектів:*

Проект «Розширення виробництва»

Інвестиції: 1,8 млн грн.

Очікуваний дохід: 3 млн грн через 2 роки.

Ризики: висока залежність від цін на сировину та ринок збуту.

Проект «Відкриття інтернет–магазину»

Інвестиції: 1,5 млн грн.

Очікуваний дохід: 2,5 млн грн через 1 рік.

Ризики: конкуренція в онлайн–продажах, додаткові витрати на рекламу.

Проект «Інноваційні технології»

Інвестиції: 2 млн грн.

Очікуваний дохід: 4 млн грн через 3 роки.

Ризики: тривалий термін окупності, технічні труднощі.

Завдання для студентів:

*Аналіз проєктів:*

1. Розрахуйте очікуваний прибуток кожного проєкту (дохід мінус інвестиції).
2. Визначте, який проєкт має найвищу рентабельність (відношення прибутку до інвестицій).

*Оцінка ризиків:*

1. Проаналізуйте ризики кожного проєкту та запропонуйте способи їх мінімізації.
2. Врахуйте залежність проєктів від зовнішніх факторів, таких як економічна ситуація, конкуренція та попит.

*Прийняття рішення:*

Оберіть, який із трьох проєктів найбільш вигідний для компанії з урахуванням фінансових можливостей та ризиків. Обґрунтуйте свій вибір.

*Прогнозування:*

Розробіть фінансовий прогноз на 3 роки для обраного проєкту. Які додаткові кроки можна зробити для підвищення його ефективності?

*Додаткові питання для дискусії:*

1. Як зміни в економіці (наприклад, інфляція або коливання валютного курсу) можуть вплинути на кожен із проєктів?
2. Чи доцільно було б розділити бюджет між кількома проєктами? Які переваги та недоліки такого рішення?
3. Які ще фактори, крім фінансових, варто врахувати під час прийняття рішення про інвестиції?

*Очікуваний результат:*

Студенти мають навчитися:

1. Аналізувати інвестиційні проєкти на основі економічних показників.
2. Оцінювати ризики та враховувати їх у процесі прийняття рішень.
3. Розробляти стратегічні рекомендації для підвищення ефективності інвестицій.

Це завдання розвиває аналітичні здібності, вміння працювати з даними та приймати обґрунтовані економічні рішення в реальних бізнес–ситуаціях.

## Ситуаційне завдання «Управління витратами на підприємстві»

### *Ситуація:*

Компанія «ЕсоРаск», що спеціалізується на виробництві екологічної упаковки, зіткнулася зі зростанням витрат на сировину та енергоносії. Це призвело до зниження рентабельності продукції. Керівництво компанії доручило економістам розробити план оптимізації витрат для збереження конкурентоспроможності та підвищення прибутковості.

### *Початкові дані:*

1. Дохід компанії: 5 млн грн на рік.
2. Витрати на виробництво:
3. Сировина: 2 млн грн.
4. Заробітна плата: 1 млн грн.
5. Енергоносії: 1 млн грн.
6. Інші витрати (логістика, реклама тощо): 0,5 млн грн.
7. Чистий прибуток: 0,5 млн грн.
8. Керівництво компанії планує зменшити загальні витрати на 10%, не знижуючи обсягів виробництва.

### *Завдання для студентів:*

#### *Аналіз структури витрат:*

1. Розрахуйте, який відсоток від загальних витрат припадає на кожну категорію (сировина, зарплата, енергоносії, інші).
2. Визначте, які витрати мають найбільший потенціал для оптимізації.

#### *Пропозиції щодо оптимізації:*

1. Запропонуйте три можливих заходи для зменшення витрат у кожній категорії. Наприклад:
2. Перехід на альтернативних постачальників сировини.
3. Енергозберігаючі технології.
4. Скорочення витрат на рекламу або її оптимізація.

#### *Розрахунок економічного ефекту:*

1. Розрахуйте, на скільки зменшаться витрати за умови впровадження запропонованих заходів.
2. Визначте новий рівень прибутковості компанії після зниження витрат.

#### *Оцінка ризиків:*

1. Проаналізуйте можливі ризики, пов'язані зі скороченням витрат, наприклад, зниження якості продукції або незадоволеність працівників.
2. Запропонуйте способи мінімізації цих ризиків.

#### *Додаткові питання для обговорення:*

1. Як зовнішні економічні фактори (інфляція, зміни податків) можуть вплинути на витрати компанії?
2. Чи доцільно інвестувати частину заощаджених коштів у розвиток, і якщо так, то в які напрямки?
3. Як зміна витрат вплине на сприйняття бренду компанії серед клієнтів?

#### *Очікуваний результат:*

Студенти мають:

1. Навчитися аналізувати структуру витрат підприємства.
2. Розробляти практичні заходи з оптимізації витрат.
3. Приймати обґрунтовані рішення для збереження прибутковості в умовах обмежених ресурсів.

Завдання спрямоване на розвиток економічного мислення, вміння оцінювати ризики та пропонувати рішення в реальних бізнес-умовах.

### **Ситуаційне завдання «Вибір інвестиційного проєкту»**

*Ситуація:*

Компанія «GreenFuture», яка займається виробництвом енергозберігаючих ламп, отримала грант у розмірі 1 млн грн для розвитку бізнесу. Перед керівництвом стоїть завдання вибору одного з двох інвестиційних проєктів для ефективного використання коштів.

*Опис проєктів:*

Проєкт А: Розширення виробництва

Витрати: 1 млн грн.

Очікуване збільшення прибутку: 300 тис. грн на рік.

Термін окупності: 4 роки.

Ризик: середній (можливі коливання попиту на продукцію).

Проєкт В: Розробка нової продукції (LED-лампи)

Витрати: 1 млн грн.

Очікуване збільшення прибутку: 400 тис. грн на рік.

Термін окупності: 3 роки.

Ризик: високий (непередбачуваність ринкової реакції на новий продукт).

Завдання для студентів:

*Аналіз інвестиційних проєктів:*

1. Розрахуйте терміни окупності кожного проєкту.
2. Визначте, який проєкт забезпечує більший прибуток у довгостроковій перспективі (на 5 років).

*Оцінка ризиків:*

Проаналізуйте ризики, пов'язані з кожним проєктом, та запропонуйте способи їх мінімізації.

*Обґрунтування вибору:*

Оберіть проєкт, який, на вашу думку, є найбільш перспективним для компанії, та поясніть свій вибір.

*Рекомендації:*

Запропонуйте додаткові заходи, які допоможуть підвищити ефективність обраного проєкту (наприклад, маркетингові кампанії, співпраця з новими постачальниками тощо).

*Додаткові питання для обговорення:*

1. Як зміна економічної ситуації (наприклад, інфляція або нові податки) може вплинути на реалізацію обраного проєкту?
2. Чи доцільно було б розділити кошти між двома проєктами? Які переваги та недоліки такого підходу?

3. Як впровадження інновацій впливає на конкурентоспроможність компанії на ринку?

*Мета завдання:*

Розвиток у студентів навичок аналізу інвестицій, оцінки ризиків та прийняття обґрунтованих економічних рішень в умовах обмежених ресурсів. Завдання також сприяє формуванню стратегічного мислення та вмінню враховувати різноманітні фактори під час вибору інвестиційного напрямку.

### **Ситуаційне завдання «Розподіл прибутку підприємства»**

*Ситуація:*

Підприємство «EcoTech», що спеціалізується на виробництві екологічно чистих упаковок, завершило фінансовий рік з прибутком у розмірі 2 млн грн. Перед керівництвом стоїть завдання раціонального розподілу отриманого прибутку між декількома ключовими напрямками:

1. Розширення виробництва – 40% прибутку.
2. Виплата дивідендів акціонерам – 20% прибутку.
3. Резервний фонд – 10% прибутку.
4. Соціальні програми для працівників (медичне страхування, навчання) – 15% прибутку.
5. Інновації та розробка нової продукції – 15% прибутку.
6. Однак, через зміну економічних умов (зростання цін на сировину) підприємство отримало прогнозований дефіцит бюджету у розмірі 500 тис. грн.

*Завдання для студентів:*

Аналіз фінансової ситуації:

Перерахувати частки розподілу прибутку з урахуванням дефіциту бюджету.

Розробка варіантів оптимізації:

1. Запропонуйте, які напрями варто зменшити або переглянути, щоб збалансувати бюджет.
2. Обґрунтуйте, чому обраний напрям є найменш критичним для зменшення фінансування.

Пропозиції з підвищення доходів:

Розробіть ідеї для підприємства, які дозволять покрити дефіцит бюджету без зменшення часток прибутку. Наприклад:

1. Збільшення обсягів виробництва.
2. Пошук нових ринків збуту.
3. Впровадження енергозберігаючих технологій.

*Оцінка наслідків:*

1. Проаналізуйте, як перерозподіл прибутку вплине на короткострокову та довгострокову діяльність підприємства.
2. Додаткові питання для обговорення:
3. Як вплине зміна фінансової політики на мотивацію працівників і акціонерів?

4. Чи варто підприємству залучати кредит для покриття дефіциту? Які переваги й ризики це може мати?
5. Як зовнішні фактори (наприклад, інфляція або державна підтримка екологічного бізнесу) можуть змінити розподіл прибутку?

*Мета завдання:*

Формування в студентів навичок аналізу фінансових ситуацій, прийняття рішень у складних економічних умовах, розробки стратегій оптимізації витрат і підвищення доходів. Завдання сприяє розвитку критичного мислення та економічної грамотності.

### **Ситуаційне завдання**

#### **«Вибір постачальника для оптимізації витрат»**

*Ситуація:*

Підприємство «GreenWay», яке займається виробництвом дерев'яних меблів, планує закупити нову партію сировини – деревини. Для цього керівництво розглядає трьох потенційних постачальників. Кожен із них має свої переваги та недоліки.

*Характеристики постачальників:*

Постачальник «ЕкоЛіс»:

1. Ціна: 1 200 грн/м<sup>3</sup>.
2. Термін доставки: 3 тижні.
3. Якість: висока (гарантія відповідності стандартам).
4. Умови оплати: 50% передплата, 50% – після доставки.

Постачальник «Швидкий Ліс»:

1. Ціна: 1 000 грн/м<sup>3</sup>.
2. Термін доставки: 1 тиждень.
3. Якість: середня (можливі відхилення у стандартах до 10%).
4. Умови оплати: повна передплата.

Постачальник «Глобал Дерево»:

1. Ціна: 1 300 грн/м<sup>3</sup>.
2. Термін доставки: 2 тижні.
3. Якість: висока.
4. Умови оплати: оплата після доставки.
5. Додатково: забезпечує транспортні витрати.

*Умови підприємства:*

1. Бюджет закупівлі: 100 000 грн.
2. Потреба у деревині: 80 м<sup>3</sup>.
3. Пріоритети:
4. Якість сировини – важливий фактор для підтримки репутації.
5. Вчасна доставка для виконання поточного замовлення.
6. Оптимізація витрат для залишку коштів на інші потреби.

*Завдання для студентів:*

Аналіз умов постачальників:

1. Розрахуйте, скільки коштів знадобиться для співпраці з кожним постачальником.

2. Оцініть, чи вистачає бюджету для закупівлі у кожного постачальника.

**Прийняття рішення:**

1. Оберіть найкращого постачальника для підприємства, враховуючи якість, терміни доставки та фінансові можливості.
2. Обґрунтуйте свій вибір, вказавши, як він відповідає пріоритетам підприємства.

**Розробка альтернатив:**

1. Запропонуйте варіанти, як підприємство може додатково зекономити або покращити умови співпраці з обраним постачальником.
2. Додаткові питання для обговорення:
3. Як зміна термінів доставки може вплинути на виконання замовлень підприємства?
4. Чи доцільно підприємству використовувати кредит для закупівлі дорожчої, але якіснішої сировини?
5. Як рішення про співпрацю з конкретним постачальником може вплинути на довгострокову стратегію підприємства?

**Мета завдання:**

Навчити студентів аналізувати економічні показники, приймати оптимальні рішення в умовах обмежених ресурсів, враховувати вплив якості та термінів на успішність діяльності підприємства. Завдання сприяє розвитку навичок критичного мислення, планування та управління фінансами.

### **Ситуаційне завдання**

#### **«Планування витрат для відкриття кав'ярні»**

**Ситуація:**

Молодий підприємець вирішив відкрити кав'ярню під назвою «CoffeeTime» у центрі міста. Він має стартовий капітал у розмірі 300 000 грн і планує вкласти ці кошти у відкриття бізнесу. Однак для цього потрібно ретельно розрахувати всі витрати та визначити, чи вистачить бюджету для реалізації проекту.

**Початкові умови:**

**Обов'язкові витрати:**

1. Оренда приміщення (50 м<sup>2</sup>): 30 000 грн/місяць, аванс за 3 місяці.
2. Ремонт і дизайн інтер'єру: 80 000 грн.
3. Закупівля обладнання (кавомашина, холодильник, меблі): 100 000 грн.
4. Закупівля сировини (кава, молоко, чай, солодоці): 20 000 грн.
5. Реєстрація бізнесу та документи: 10 000 грн.

**Додаткові витрати (опційні):**

1. Реклама в соціальних мережах: 10 000 грн/місяць.
2. Вивіска для фасаду: 15 000 грн.
3. Wi-Fi обладнання: 5 000 грн.
4. Уніформа для персоналу: 7 000 грн.

**Інші дані:**

1. Підприємець хоче залишити 20 000 грн як резервний фонд.
2. Плановий термін відкриття кав'ярні – 2 місяці.

*Завдання для студентів:*

Розрахунок витрат:

1. Визначте загальну суму обов'язкових витрат.
2. Обчисліть, скільки коштів залишиться після покриття обов'язкових витрат.

Пріоритизація додаткових витрат:

1. Оберіть, які з додаткових витрат варто включити у бюджет, виходячи з залишку коштів.
2. Обґрунтуйте свій вибір, враховуючи вплив кожної витрати на успішність бізнесу.

Планування резерву:

Визначте, чи можна зменшити витрати, щоб залишити 20 000 грн як резервний фонд.

Стратегія фінансування:

Якщо коштів не вистачає, запропонуйте способи додаткового фінансування (позика, інвестор, скорочення витрат тощо).

*Питання для обговорення:*

1. Які ризики можуть виникнути, якщо резервний фонд буде відсутній?
2. Як реклама вплине на залучення клієнтів на старті бізнесу?
3. Чи доцільно зекономити на якості обладнання або інтер'єру для зменшення витрат?

*Мета завдання:*

1. Навчити студентів аналізувати бізнес-плани, розраховувати витрати та приймати рішення в умовах обмеженого бюджету.
2. Розвивати навички фінансового планування, критичного мислення та визначення пріоритетів у підприємницькій діяльності.

Сформувати розуміння важливості резервних коштів і оптимального використання ресурсів.

### **Ситуаційне завдання «Управління сімейним бюджетом»**

*Ситуація:*

Родина з двох дорослих і однієї дитини має місячний дохід у розмірі 30 000 грн. Їм необхідно спланувати свої витрати так, щоб покрити всі основні потреби, заощадити кошти для майбутньої подорожі та створити невеликий резервний фонд.

*Початкові дані:*

Обов'язкові витрати:

1. Оренда житла: 12 000 грн.
2. Комунальні послуги: 4 000 грн.
3. Продукти харчування: 8 000 грн.
4. Проїзд: 2 000 грн.
5. Освіта дитини (гуртки, секції): 1 500 грн.

Додаткові витрати (за бажанням):

1. Розваги (кіно, ресторани, прогулянки): 2 000 грн.

2. Купівля нового одягу: 3 000 грн.
3. Витрати на здоров'я (ліки, візити до лікаря): 1 500 грн.

*Ціль:*

1. Заощадити щомісяця не менше 3 000 грн для подорожі, яка запланована через 6 місяців (мінімальна вартість поїздки – 18 000 грн).
2. Створити резервний фонд у розмірі 5 000 грн протягом 3 місяців.

*Завдання для студентів:*

*Аналіз витрат:*

1. Розрахуйте загальну суму обов'язкових витрат.
2. Визначте, яку частину доходу можна спрямувати на додаткові витрати, заощадження та резервний фонд.

*Планування бюджету:*

1. Запропонуйте, на чому можна заощадити без значного зниження рівня життя.
2. Вирішіть, які додаткові витрати є пріоритетними.

*Стратегія заощадження:*

1. Розробіть план, як родина може досягти своєї мети (подорож і резервний фонд) у визначений термін.
2. Запропонуйте способи збільшення доходу (підробіток, продаж непотрібних речей, інші ідеї).

*Додаткові запитання для обговорення:*

1. Як можна оптимізувати витрати на продукти харчування без шкоди для якості харчування?
2. Чи доцільно відмовитися від розваг заради заощаджень?
3. Які ризики виникають при відсутності резервного фонду?

*Мета завдання:*

1. Навчити студентів аналізувати структуру доходів і витрат, розробляти стратегії заощадження та оптимізації бюджету.
2. Розвинути практичні навички у фінансовому плануванні.

Підготувати до реальних ситуацій управління сімейними або власними фінансами.

### **Ситуаційне завдання «Рішення для малого бізнесу»**

*Ситуація:*

Підприємець відкрив кав'ярню в спальному районі міста. Його місячний дохід становить 100 000 грн, але витрати складають 95 000 грн, з яких:

1. Оренда приміщення – 30 000 грн.
2. Зарплати персоналу (2 баристи) – 40 000 грн.
3. Закупівля продуктів (кава, молоко, інгредієнти) – 15 000 грн.
4. Комунальні послуги – 5 000 грн.
5. Інші витрати (маркетинг, ремонт обладнання) – 5 000 грн.

Підприємець розуміє, що його чистий прибуток складає лише 5 000 грн, і цього недостатньо для розвитку бізнесу. Він хоче збільшити прибутковість своєї кав'ярні, але не знає, як оптимізувати витрати чи збільшити доходи.

*Завдання для студентів:*

*Аналіз фінансової ситуації:*

1. Розрахуйте, який відсоток доходів підприємець витрачає на кожен статтю витрат.
2. Проаналізуйте, які витрати можна оптимізувати.

*Розробка рішень:*

1. Запропонуйте мінімум три ідеї для збільшення доходу кав'ярні (наприклад, розширення асортименту, акції, зміна цінової політики).
2. Запропонуйте два способи зменшення витрат (наприклад, перегляд умов оренди, зміна постачальника продуктів).

*Прогнозування:*

1. Розрахуйте, як зміниться чистий прибуток, якщо підприємець впровадить ваші рекомендації.
2. Визначте, через який час підприємець зможе накопичити кошти на розширення (наприклад, купівлю нового обладнання вартістю 50 000 грн).

*Запитання для обговорення:*

1. Як на вибір клієнтів вплине підвищення цін на продукцію?
2. Які ризики можуть виникнути під час скорочення витрат?
3. Як змінити маркетингову стратегію, щоб залучити більше клієнтів?

*Мета завдання:*

1. Розвинути у студентів навички аналізу фінансової діяльності.
2. Навчити приймати ефективні управлінські рішення для підвищення прибутковості бізнесу.
3. Ознайомити з принципами оптимізації витрат і планування доходів.

Це завдання дозволить студентам випробувати свої знання економіки в реальних умовах і розвинути критичне мислення.

### **Ситуаційне завдання «Проблема зростання вартості сировини»**

*Ситуація:*

Виробнича компанія, яка виготовляє меблі, стикається з різким зростанням цін на деревину, основну сировину для виробництва. За останні три місяці вартість деревини збільшилася на 25%, що значно вплинуло на собівартість продукції.

*Дані про компанію:*

1. Середній місячний дохід: 300 000 грн.
2. Місячні витрати:
3. Сировина (деревина) – 120 000 грн.
4. Зарплата працівників – 80 000 грн.
5. Оренда приміщення – 50 000 грн.
6. Комунальні послуги та інші витрати – 30 000 грн.
7. Чистий прибуток до зростання цін: 20 000 грн.

Через підвищення вартості деревини чистий прибуток знизився до 5 000 грн, і компанія ризикує працювати у збиток.

*Завдання для студентів:*

*Аналіз ситуації:*

1. Розрахуйте, на скільки відсотків зменшився чистий прибуток компанії після зростання вартості сировини.
2. Визначте, який відсоток від загальних витрат становить деревина.

*Розробка рішень:*

1. Запропонуйте три стратегії для зменшення витрат на сировину (наприклад, пошук нових постачальників, використання альтернативних матеріалів).
2. Запропонуйте три ідеї для збільшення доходу компанії (наприклад, підвищення цін на продукцію, розширення асортименту, вихід на нові ринки).

*Прогнозування:*

1. Розрахуйте, як зміниться чистий прибуток компанії після впровадження ваших рекомендацій.
2. Складіть прогноз про перспективи подальшого розвитку компанії за умови стабільних цін на сировину.

*Ризики та обговорення:*

1. Обговоріть можливі ризики підвищення цін на продукцію для споживачів.
2. Визначте, які кроки компанія може зробити для підвищення своєї конкурентоспроможності на ринку.

*Додаткові запитання для дискусії:*

1. Як компанії уникнути залежності від одного виду сировини?
2. Чи може автоматизація виробничих процесів допомогти знизити витрати?
3. Які заходи компанія може впровадити для підтримки лояльності клієнтів?

*Мета завдання:*

1. Навчити студентів аналізувати вплив економічних змін на діяльність підприємств.
2. Сформувати навички прийняття рішень для оптимізації витрат і збільшення прибутковості.
3. Ознайомити з основними стратегіями ризик-менеджменту в умовах економічної нестабільності.

Це завдання сприятиме розвитку аналітичного мислення та здатності вирішувати економічні проблеми в умовах реального бізнесу.

### **Ситуаційне завдання «Вибір стратегії розширення бізнесу»**

*Ситуація:*

Малий підприємець займається виробництвом та продажем екологічно чистих упаковок із картону. За останній рік попит на продукцію зріс, і підприємець вирішує розширити бізнес. Для цього йому необхідно обрати одну з трьох стратегій:

1. Збільшити потужності на поточному виробництві.

Необхідна інвестиція: 300 000 грн.

Очікуване зростання прибутку: 20% через 6 місяців.

2. Відкрити нову виробничу лінію в іншому регіоні.

Необхідна інвестиція: 500 000 грн.

Очікуване зростання прибутку: 30% через 1 рік.

3. Запровадити новий асортимент продукції.

Необхідна інвестиція: 400 000 грн.

Очікуване зростання прибутку: 25% через 9 місяців.

Для реалізації проекту підприємець має власні заощадження у розмірі 200 000 грн. Решту коштів він може залучити за рахунок банківського кредиту під 15% річних.

*Завдання для студентів:*

Аналіз ситуації:

1. Розрахуйте необхідну суму кредиту для кожної стратегії.

2. Визначте загальні витрати на реалізацію стратегії з урахуванням відсотків за кредитом.

Оцінка прибутковості:

1. Розрахуйте очікуваний чистий прибуток за кожною стратегією після погашення кредиту.

2. Порівняйте рентабельність трьох варіантів.

Прийняття рішення:

Оберіть найоптимальнішу стратегію розширення бізнесу, обґрунтуйте вибір.

Обговорення ризиків:

1. Які ризики можуть виникнути під час реалізації кожної зі стратегій?

2. Запропонуйте шляхи зниження ризиків.

*Додаткові запитання:*

1. Як зміниться рішення, якщо відсоткова ставка за кредитом зросте до 18%?

2. Що робити, якщо попит на продукцію раптово впаде?

3. Як впливає екологічна орієнтація бізнесу на лояльність клієнтів?

*Мета завдання:*

1. Навчити студентів аналізувати альтернативи інвестування в бізнес.

2. Розвинути навички фінансового планування.

3. Ознайомити з поняттям рентабельності інвестицій та ризик-менеджменту.

Це завдання дозволить студентам навчитися приймати обґрунтовані рішення в умовах обмежених ресурсів і ризиків.

## Ситуаційне завдання «Оптимізація витрат для малого бізнесу»

### *Ситуація:*

Власник невеликого кафе розглядає можливості для зменшення витрат і підвищення ефективності свого бізнесу. На поточний момент він стикається з кількома проблемами:

Високі витрати на закупівлю продуктів: продукти купуються безпосередньо у великих постачальників, що зумовлює високі витрати на доставку та закупівлю.

Підвищені витрати на оренду приміщення: арендодавець підвищив орендну плату на 10% внаслідок загального підвищення цін.

Персонал: зарплата персоналу складає значну частину витрат, а ефективність роботи деяких співробітників невисока.

Для вирішення цих проблем, власник кафе має кілька варіантів:

#### 1. Зменшити витрати на закупівлю продуктів:

Можливість перейти на співпрацю з місцевими постачальниками, що дозволить зменшити витрати на доставку на 15% і знизити закупівельні ціни на 10%.

Однак, це може вплинути на якість продукції, а також вимагатиме додаткових інвестицій у зміну постачальників і укладення нових контрактів.

#### 2. Змінити умови оренди:

Попросити арендодавця знизити орендну плату або шукати нове приміщення з меншою орендною платою. Це може зменшити витрати на оренду на 10–15%, але є ризик переїзду та витрат на облаштування нового приміщення.

Оптимізувати склад та ефективність роботи персоналу:

#### 3. Проводити тренінги для персоналу для підвищення ефективності їх роботи.

Зменшити кількість змін або оптимізувати робочі години, що дозволить скоротити витрати на заробітну плату.

Однак цей крок може спричинити певне невдоволення серед співробітників, що може вплинути на їх мотивацію.

### *Завдання для студентів:*

#### Оцінка витрат:

1. Оцінити поточні витрати бізнесу (закупівля продуктів, оренда, заробітна плата).
2. Розрахувати, як зміни в кожному з трьох варіантів вплинуть на загальні витрати кафе.

#### Порівняння альтернатив:

1. Порівняти потенційні заощадження для кожного варіанту.
2. Оцінити, чи є ризики (вплив на якість продукції, можливі конфлікти з персоналом, витрати на переїзд тощо).

#### Прийняття рішення:

1. Рекомендувати, які варіанти оптимізації витрат є найефективнішими для кафе.

2. Обґрунтувати вибір з урахуванням фінансової ситуації кафе, його цільової аудиторії та можливих ризиків.

**Ризики:**

Які можливі ризики є для кожного варіанту? Як їх можна мінімізувати?

*Мета завдання:*

1. Розвинути вміння студентів аналізувати фінансові дані та приймати економічно обґрунтовані рішення.
2. Ознайомити студентів з методами оптимізації витрат і розумінням наслідків змін в управлінні бізнесом.
3. Поглибити розуміння ризик–менеджменту в умовах малого бізнесу.

Це завдання дозволить студентам поглибити знання в області фінансового аналізу та управління витратами в малому бізнесі.

### **Ситуаційне завдання**

#### **«Аналіз ринку для запуску нового продукту»**

*Ситуація:*

Ви – менеджер з економіки в компанії, яка планує вийти на ринок з новим продуктом – екологічно чистим засобом для чищення. Компанія має успішний досвід у виробництві побутових товарів, однак це перша спроба вивести на ринок екологічно чисту продукцію. Ваше завдання – провести аналіз ринку і зробити висновки щодо можливості запуску нового продукту.

*Поставлені задачі:*

**Аналіз ринку:**

1. Оцініть конкурентів на ринку екологічних чистячих засобів.
2. Дослідження цінової політики конкурентів, асортименту продукції, якості товарів, маркетингових стратегій.
3. Визначте цільову аудиторію для нового продукту.

**Фінансові розрахунки:**

1. Розрахуйте витрати на запуск нової лінії продуктів (включаючи виробничі витрати, маркетингові витрати, логістику).
2. Оцінка можливих доходів від продажів нового продукту (ціна, прогнозований обсяг продажів).
3. Оцініть рентабельність та терміни повернення інвестицій.

**Ризики та можливості:**

1. Проаналізуйте потенційні ризики: чи є можливість зниження попиту на екологічні товари в короткостроковій перспективі?
2. Оцініть можливості розширення лінії товарів після успішного запуску першого продукту.

*Завдання для студентів:*

**Аналіз ринку:**

Підготуйте звіт, який охоплює основні характеристики конкурентів, їх стратегії продажу та маркетингові підходи. Які є переваги та недоліки конкурентів на ринку екологічних чистячих засобів?

**Фінансове планування:**

Проведіть розрахунки витрат на виробництво та маркетинг. Чи є необхідність в залученні інвестицій для запуску нової продукції? Якщо так, то які джерела фінансування можна використовувати?

Маркетингові стратегії:

Розробіть маркетингову стратегію для виходу на ринок (реклама, просування через соціальні мережі, робота з партнерами, тощо).

Аналіз ризиків:

Які можливі ризики для компанії? Як можна їх мінімізувати (наприклад, через диверсифікацію продукції чи варіанти партнерств)?

Прогноз доходів:

Оцініть, як зміна ціни може вплинути на попит на продукт. Яка буде оптимальна ціна для досягнення максимальних продажів?

*Мета завдання:*

1. Розвинути навички фінансового та ринкового аналізу.
2. Навчити оцінювати можливості і ризики для запуску нових продуктів на ринку.
3. Розвинути розуміння маркетингових стратегій для малих та середніх компаній у контексті нових тенденцій на ринку.

Це завдання дає студентам можливість зануритися у процес аналізу ринку, фінансового планування та оцінки ризиків, що є важливими аспектами для запуску нових продуктів у сучасному економічному середовищі.

### **Ситуаційне завдання**

#### **«Оптимізація витрат у малому бізнесі»**

*Ситуація:*

Ви – власник невеликої виробничої компанії, яка спеціалізується на виготовленні меблів на замовлення. За останні кілька місяців ви помітили, що зросли витрати на сировину та зарплату працівників, а доходи не збільшуються пропорційно. Це змусило вас задуматися над оптимізацією витрат та покращенням фінансових результатів.

Ваше завдання – проаналізувати існуючі витрати компанії, знайти шляхи їх оптимізації та визначити, які заходи допоможуть зменшити витрати та підвищити рентабельність бізнесу.

*Поставлені задачі:*

Аналіз витрат:

1. Оцініть основні витрати компанії, включаючи витрати на сировину, заробітну плату працівників, оренду приміщень, енергію, рекламу тощо.
2. Визначте, де можна знизити витрати без шкоди для якості продукції та сервісу.

Оцінка ефективності використання ресурсів:

1. Проаналізуйте, чи є неефективне використання сировини або ресурсів на виробництві.
2. Оцініть ефективність робочого процесу, чи є можливість збільшити продуктивність праці працівників без збільшення витрат.

Фінансове планування:

1. Розробіть бюджет для наступного кварталу, враховуючи можливість оптимізації витрат.
2. Оцініть, які зміни у витратах призведуть до збільшення рентабельності та зменшення собівартості продукції.

Пошук нових джерел доходу:

Які стратегії можна використати для збільшення доходів, не збільшуючи витрати? Розгляньте можливості розширення асортименту, залучення нових клієнтів, співпраці з іншими компаніями.

Ризики та можливості:

1. Які можливі ризики існують при оптимізації витрат, і як їх можна мінімізувати?
2. Як може змінитися фінансовий стан компанії після внесення змін?

*Завдання для студентів:*

Аналіз витрат:

Підготуйте звіт, в якому детально розглянете поточні витрати компанії. Визначте найбільші статті витрат і запропонуйте, де можна зменшити витрати.

Фінансове планування:

Створіть фінансовий план на наступний квартал з оптимізованими витратами. Покажіть, як ці зміни вплинуть на прибуток компанії.

Пропозиція щодо нових джерел доходу:

Розробіть ідеї для диверсифікації доходів компанії. Це може бути розширення асортименту або нові канали продажу.

Оцінка ризиків:

Оцініть, які ризики можуть виникнути при оптимізації витрат (наприклад, зниження якості продукції чи задоволення клієнтів). Як ви плануєте їх уникнути?

*Мета завдання:*

1. Розвинути навички аналізу витрат і пошуку шляхів оптимізації в малому бізнесі.
2. Навчити оцінювати ефективність використання ресурсів та планувати фінансові стратегії для підвищення рентабельності.
3. Дати можливість студентам попрактикуватися в ухваленні економічних рішень у реальних бізнес-ситуаціях.

Це завдання дозволить студентам на практиці застосувати знання з економіки для аналізу та оптимізації фінансових результатів підприємства.

### **Ситуаційне завдання «Запуск нового продукту на ринок»**

*Ситуація:*

Ви – менеджер з маркетингу в компанії, яка спеціалізується на виробництві електроніки. Компанія планує випустити на ринок новий продукт – смартфон середнього класу з інноваційними функціями, які відрізняють його від конкурентів. Перед запуском необхідно оцінити економічні та фінансові аспекти цього проєкту: витрати на виробництво, ціноутворення, маркетинг, а також потенційні прибутки.

*Поставлені задачі:***Оцінка витрат на виробництво:**

1. Визначте основні витрати на виробництво нового смартфона (сировина, комплектуючі, виробничі витрати).
2. Які можливі альтернативи для зменшення витрат (заміна постачальників, оптимізація виробничих процесів)?

**Ціноутворення:**

1. Проаналізуйте ринок та визначте ціну на продукт, яка забезпечить баланс між доступністю для споживачів та конкурентоспроможністю компанії.
2. Які фактори повинні бути враховані при встановленні ціни (витрати на виробництво, маржа, конкуренція, попит)?

**Оцінка ринку та цільової аудиторії:**

1. Визначте цільову аудиторію для нового смартфона (вік, дохід, потреби).
2. Оцініть попит на подібні продукти та можливі ризики для продажу нового смартфона на ринку (конкуренція, споживчі переваги, сезонні фактори).

**Маркетингова стратегія:**

1. Які канали реклами та просування будуть найбільш ефективними для даного продукту?
2. Складіть план маркетингових заходів для запуску нового смартфона на ринку, включаючи рекламу, акції та PR кампанії.

**Фінансова оцінка:**

1. Розробіть фінансовий прогноз на перші шість місяців після запуску, враховуючи витрати на виробництво, маркетинг, очікувані доходи.
2. Які фінансові показники будуть найбільш важливими для оцінки ефективності запуску нового продукту (рентабельність, маржа, обсяг продажу)?

*Завдання для студентів:***Аналіз витрат на виробництво:**

Студенти повинні провести розрахунки та описати витрати на виробництво смартфона. Зробити висновки щодо можливих шляхів скорочення витрат.

**Ціноутворення:**

Потрібно розробити стратегію ціноутворення для нового продукту, враховуючи всі витрати і очікуваний попит.

**Оцінка попиту:**

Студенти мають оцінити потенційний попит на новий смартфон в залежності від цільової аудиторії, конкурентного середовища та економічних тенденцій.

**Маркетингова стратегія:**

Розробити детальний план маркетингових заходів, які включають вибір каналів реклами, промо-акцій, а також оцінку витрат на маркетинг.

**Фінансова оцінка та прогноз:**

Скласти фінансовий план для першого півріччя продажів, оцінити можливий прибуток та рентабельність проєкту.

*Мета завдання:*

1. Розвинути навички студентів з оцінки економічних та фінансових аспектів запуску нового продукту на ринок.
2. Навчити їх аналізувати витрати, ціноутворення, попит та ефективність маркетингових стратегій.
3. Поглибити знання з управлінського обліку та фінансового планування у реальних бізнес-ситуаціях.

Це завдання дозволить студентам на практиці застосувати теоретичні знання з економіки та фінансів для вирішення актуальних проблем, з якими стикаються компанії під час запуску нового продукту.

### **Ситуаційне завдання**

#### **«Оцінка ефективності інвестицій у нове обладнання»**

*Ситуація:*

Ваша компанія, яка спеціалізується на виробництві меблів, планує інвестувати у нове обладнання для автоматизації частини виробничого процесу. Це дозволить скоротити витрати на виробництво, зменшити час обробки замовлень та збільшити обсяг виробництва. Однак, для прийняття рішення потрібно провести оцінку економічної доцільності інвестиції.

*Поставлені завдання:*

Визначення вартості інвестиції:

1. Визначте загальну вартість покупки нового обладнання, включаючи витрати на транспортування, налаштування та навчання персоналу.
2. Які додаткові витрати можуть виникнути після покупки?

Оцінка економічних переваг від інвестиції:

1. Оцініть, як покупка нового обладнання може вплинути на витрати компанії (наприклад, на витрати праці, сировини, енергії).
2. Які потенційні економічні вигоди компанія отримає від скорочення виробничих витрат та зростання обсягів виробництва?

Фінансовий аналіз: термін окупності інвестиції:

1. Розрахуйте термін окупності інвестиції, враховуючи зростання продуктивності та скорочення витрат.
2. Який термін окупності є прийнятним для компанії, враховуючи її фінансові можливості?

Оцінка фінансових ризиків:

1. Які ризики можуть виникнути в процесі впровадження нового обладнання (технічні проблеми, затримки в постачанні, зміни на ринку)?
2. Як компанія може мінімізувати ці ризики?

Аналіз альтернатив:

Які є альтернативи для інвестування у нове обладнання? Чи можна досягти подібних результатів за допомогою іншого рішення (наприклад, модернізація існуючого обладнання чи найм додаткового персоналу)?

Оцінка впливу на конкурентоспроможність:

Як інвестиція в нове обладнання вплине на конкурентоспроможність компанії на ринку? Чи дозволить це знизити ціни на продукцію, збільшити якість або зменшити час виконання замовлень?

*Завдання для студентів:*

Розрахунок витрат і вигод:

Студенти повинні провести розрахунок вартості інвестиції в нове обладнання та визначити потенційні економічні вигоди (наприклад, зниження витрат на виробництво, збільшення обсягів виробництва).

Аналіз терміну окупності:

Зробити фінансовий аналіз і визначити термін окупності інвестиції, розраховуючи чистий прибуток від інвестиції.

Оцінка ризиків і альтернатив:

Студенти повинні оцінити ризики, пов'язані з впровадженням нового обладнання, а також визначити альтернативи для досягнення схожих результатів.

Аналіз конкурентоспроможності:

Оцінити, як інвестиція в нове обладнання може підвищити конкурентоспроможність компанії на ринку меблів.

*Мета завдання:*

1. Розвинути навички студентів у проведенні фінансового аналізу для оцінки доцільності інвестицій.
2. Навчити студентів оцінювати економічні вигоди, ризики та альтернативи в умовах реального бізнесу.
3. Поглибити розуміння студентами впливу інвестицій на ефективність і конкурентоспроможність підприємства.

Це завдання дає студентам можливість застосувати теоретичні знання з економіки, фінансів та управлінського обліку на практиці, що допоможе їм краще розуміти процеси інвестування та оцінки економічної доцільності у реальному бізнесі.

### **Ситуаційне завдання**

#### **«Оцінка економічної ефективності запуску нового продукту на ринок»**

*Ситуація:*

Ваша компанія вирішила розширити асортимент продукції та вивести на ринок новий продукт – екологічно чистий побутовий засіб для чищення. Для цього потрібно оцінити економічну ефективність запуску нової продукції, враховуючи виробничі витрати, очікувані доходи, потенційні ризики та можливі прибутки. Компанія має обмежені фінансові ресурси для запуску проєкту, тому дуже важливо правильно оцінити ризики та можливості.

*Поставлені завдання:*

Оцінка вартості запуску нового продукту:

1. Розрахуйте витрати на розробку, виробництво та запуск нового продукту. Урахуйте витрати на маркетинг, рекламу, логістику та дослідження ринку.

2. Як можна мінімізувати витрати на запуск нового продукту, не знижуючи його якості?

Прогнозування доходів:

1. Оцініть, який обсяг продукції компанія зможе продати за перший рік, враховуючи потенційну ціну на продукт і попит на ринку.
2. Який рівень ціни на новий продукт забезпечить оптимальний прибуток, якщо врахувати витрати на виробництво та рекламу?

Аналіз конкурентів:

1. Проаналізуйте конкурентне середовище на ринку подібних продуктів. Які конкурентні переваги вашого продукту в порівнянні з іншими товарами?
2. Які стратегії конкуренти застосовують для залучення покупців і як ваша компанія може скористатися цими стратегіями?

Оцінка економічної ефективності запуску продукту:

1. Використовуючи методи фінансового аналізу, розрахуйте термін окупності інвестицій в запуск нового продукту.
2. Оцініть, чи приносить запуск нового продукту достатньо прибутку для покриття початкових інвестицій та покращення фінансового стану компанії.

Ризики та можливості:

1. Які економічні ризики можуть виникнути при запуску нового продукту на ринок? Як їх можна мінімізувати?
2. Як можна використати потенційні можливості для збільшення доходів і зменшення витрат?

Стратегія маркетингу та позиціонування на ринку:

1. Розробіть стратегію маркетингу для нового продукту, враховуючи цільову аудиторію, канали збуту, рекламні кампанії.
2. Як можна ефективно позиціонувати новий продукт, щоб він відрізнявся від конкурентів та привертав увагу покупців?

*Завдання для студентів:*

Розрахунок витрат і доходів:

Студенти повинні розрахувати витрати на запуск нового продукту, оцінити можливі доходи від продажу та прибуток від інвестицій.

Аналіз конкурентного середовища:

Оцінити конкурентів на ринку і розробити стратегію для покращення конкурентоспроможності нового продукту.

Фінансовий аналіз:

Виконати розрахунки терміну окупності та рентабельності проєкту з урахуванням витрат і доходів від продажу.

Ризики і можливості:

Проаналізувати ризики запуску продукту та визначити шляхи їх зменшення. Оцінити можливості для збільшення доходів.

Стратегії маркетингу:

Розробити маркетингову стратегію для нового продукту з урахуванням цільової аудиторії та методів просування.

*Мета завдання:*

1. Розвинути навички студентів в оцінці економічної ефективності проєктів і продуктів.
2. Поглибити розуміння студентами важливості фінансового аналізу при запуску нових продуктів на ринок.
3. Розвивати вміння студентів використовувати методи фінансового прогнозування та стратегічного планування для прийняття економічно обґрунтованих рішень у бізнесі.

Це завдання націлене на розвиток економічних навичок студентів у галузі оцінки ефективності проєктів та інвестицій, а також застосування теоретичних знань на практиці в умовах реального бізнесу.

## КЕЙСИ

Кейс з економіки – це метод навчання, який полягає в аналізі конкретної економічної ситуації, пов'язаної з реальною або змодельованою подією, що вимагає вирішення певної проблеми чи прийняття рішення. Кейс-метод широко застосовується у викладанні економіки, бізнесу, фінансів, маркетингу та менеджменту, оскільки дозволяє студентам практично застосовувати теоретичні знання.

*Основні елементи кейсу з економіки:*

Опис ситуації:

1. Представляється реальна або вигадана економічна проблема (наприклад, криза на ринку, проблеми підприємства чи галузі).
2. Включається контекст: ринкові умови, економічна політика, конкурентне середовище, фінансові показники тощо.

Проблематика:

1. Кейс формулює конкретну проблему, яку потрібно вирішити.  
Наприклад:
2. Як оптимізувати витрати підприємства?
3. Яку стратегію розвитку обрати?
4. Як реагувати на зміну економічної політики?

Завдання для студентів:

1. Проаналізувати ситуацію.
2. Виявити основні причини проблеми.
3. Запропонувати можливі рішення та обґрунтувати їх.

Дані для аналізу: можуть надаватися таблиці, графіки, звіти, показники прибутковості, аналітичні прогнози.

Переваги використання кейсів:

1. Розвиток аналітичного мислення: студенти вчаться оцінювати ситуацію з різних точок зору.
2. Практичне застосування знань: кейс дозволяє переносити теорію у реальні умови.
3. Розвиток навичок прийняття рішень: завдання вимагають обґрунтувати вибір оптимального рішення.
4. Формування комунікаційних навичок: робота з кейсами часто виконується в групах, що стимулює командну роботу.

Кейс-метод – це ефективний спосіб навчання, який допомагає студентам розвивати економічну компетентність, адаптуючи їх до реальних умов економічної діяльності

### Кейс

#### «Розвиток малого бізнесу в умовах економічної нестабільності»

*Ситуація:*

Ви є власником малого підприємства, що займається виготовленням і продажем меблів. Через економічну нестабільність та підвищення вартості матеріалів, ваша компанія стикається з різкими коливаннями витрат і доходів.

Проте ви маєте потенціал для росту завдяки високій якості вашої продукції та лояльній клієнтській базі.

*Завдання:*

Аналіз витрат і доходів:

Проаналізуйте поточні витрати вашого бізнесу, зокрема на матеріали, оренду приміщення, заробітну плату працівників та маркетингові витрати. Зробіть прогнози на найближчі 3–6 місяців з урахуванням підвищення вартості матеріалів.

Стратегії зниження витрат:

Запропонуйте кілька способів зменшити витрати, не знижуючи якості продукції. Оцініть, як зміни в стратегії закупівель або виробництва можуть вплинути на бізнес.

Цінова політика:

Розробіть стратегію ціноутворення, яка б дозволяла компенсувати зростання витрат і одночасно зберігати конкурентоспроможність на ринку.

Аналіз ризиків:

Які основні економічні ризики вашого бізнесу в умовах нестабільної економіки? Як можна зменшити ці ризики та адаптуватися до змін?

Інвестиції та фінансування:

Розгляньте можливості залучення додаткових інвестицій або кредитів для підтримки розвитку бізнесу в умовах економічних труднощів. Які фінансові інструменти будуть найбільш доцільними?

*Цілі кейсу:*

1. Розвинути у студентів навички економічного аналізу.
2. Вивчити основи бюджетування та фінансового планування для малого бізнесу.
3. Ознайомити з методами управління ризиками та оптимізації витрат в умовах економічної нестабільності.

### **Кейс**

#### **«Оцінка ефективності інвестиційного проєкту для запуску нової лінії продукції»**

*Ситуація:*

Ваша компанія, яка займається виробництвом побутової техніки, розглядає можливість запуску нової лінії продукції – портативних кондиціонерів. Для цього потрібно інвестувати значну суму в модернізацію виробничих потужностей, маркетинг та запуск виробництва. Компанія має обмежені фінансові ресурси і повинна прийняти рішення, чи варто здійснювати цю інвестицію.

*Дані:*

Початкові інвестиції:

1. Модернізація виробництва: 2 000 000 грн.
2. Рекламна кампанія: 500 000 грн.
3. Закупівля обладнання: 1 500 000 грн.
4. Загальна сума інвестицій: 4 000 000 грн.

Очікувані доходи:

1. Очікуваний річний дохід від продажу продукції: 1 500 000 грн.
2. Маржинальний прибуток на одиницю продукції: 500 грн.

Операційні витрати:

Річні витрати на виробництво (матеріали, праця, обслуговування обладнання тощо): 800 000 грн.

Прогнозована інфляція: 10% на рік.

Кредитування:

1. Ви плануєте взяти кредит на 3 роки під 12% річних для покриття частини інвестицій. Загальна сума кредиту: 2 000 000 грн.
2. Погашення кредиту здійснюватиметься рівними частинами протягом 3 років.
3. Очікуваний термін окупності проєкту: 3–5 років.

*Завдання:*

1. Розрахуйте чистий теперішній дохід (NPV): Використовуючи дані про інвестиції та прогнози доходів і витрат, розрахуйте чистий теперішній дохід проєкту з урахуванням інфляції та кредитних зобов'язань.
2. Оцініть термін окупності проєкту (Payback Period): Розрахуйте, скільки часу знадобиться для того, щоб інвестиції окупилися.
3. Аналіз чутливості: Як зміни в обсягах продажу або витратах вплинуть на фінансову ефективність проєкту? Проведіть чутливий аналіз, змінюючи показники на 10%.
4. Порівняння альтернатив: Розгляньте можливість запуску альтернативного проєкту (наприклад, модернізації вже існуючої лінії продукції), який вимагає менших інвестицій і має менший рівень ризику. Як це може змінити рішення про інвестування?
5. Прийняття рішення: Оцініть, чи варто приймати інвестиційне рішення, ґрунтуючись на розрахунках NPV, терміні окупності та аналізі чутливості.

*Цілі кейсу:*

1. Вивчити основи фінансового аналізу та оцінки інвестиційних проєктів.
2. Ознайомити з методами оцінки ефективності проєктів через показники NPV, Payback Period та аналіз чутливості.
3. Поглибити знання щодо використання фінансових інструментів (кредити, інвестиції) в умовах бізнесу.
4. Підвищити навички прийняття рішень на основі економічних показників.
5. Цей кейс дає можливість студентам застосувати знання з фінансової економіки для аналізу реальної бізнес-ситуації.

### **Кейс**

#### **«Створення та розвиток нового магазину органічних продуктів»**

*Ситуація:*

Ваша команда створює новий бізнес – магазин органічних продуктів у великому місті. Ви вирішили, що в умовах зростаючого попиту на здорове

харчування та екологічні продукти є великий потенціал для розвитку такого бізнесу. Для цього потрібно визначити правильну стратегію фінансування, ціноутворення, маркетингу та оцінити фінансові ризики.

*Дані:*

Стартові інвестиції:

1. Оренда приміщення на рік: 200 000 грн.
2. Меблі та обладнання для магазину: 150 000 грн.
3. Закупівля першої партії товару (органічні продукти): 300 000 грн.
4. Маркетингова кампанія на старті (реклама, брендінг, онлайн-просування): 100 000 грн.
5. Загальні стартові інвестиції: 750 000 грн.

Прогнозовані доходи та витрати:

1. Очікуваний щомісячний дохід від продажу товарів: 150 000 грн.
2. Щомісячні витрати на утримання магазину (оренда, зарплата працівників, комунальні послуги, постачання товару): 120 000 грн.
3. Середня націнка на органічні продукти: 40%.

Фінансування:

1. Ви плануєте використовувати для старту власні заощадження в розмірі 400 000 грн.
2. Потрібно залучити кредит на 350 000 грн під 12% річних на термін 3 роки.

Аналіз ризиків:

1. Існує ризик недостатньої кількості клієнтів на старті.
2. Потенційний зростання вартості товарів через інфляцію на 10% щорічно.
3. Зміни в споживчому попиті на органічні продукти через сезонність або економічну нестабільність.

*Завдання:*

1. Розрахуйте чистий теперішній дохід (NPV): Оцініть економічну ефективність інвестицій, враховуючи інфляцію та витрати на кредитування.
2. Оцініть термін окупності (Payback Period): Розрахуйте, скільки часу знадобиться для повернення вкладених коштів із доходу від продажу.
3. План фінансування: Порівняйте варіанти фінансування (власні кошти, кредитування, інвестиції). Який спосіб фінансування є найбільш оптимальним для бізнесу?
4. Аналіз чутливості: Як зміняться фінансові показники бізнесу (NPV, термін окупності) при зміні кількості клієнтів або вартості товару? Проведіть чутливий аналіз на зміну на 10% ціни та обсягів продажу.
5. Ризики та стратегії мінімізації: Оцініть ризики запуску бізнесу і запропонуйте стратегії для їх мінімізації (зниження витрат, маркетингова підтримка, стратегії лояльності для клієнтів).

*Цілі кейсу:*

1. Ознайомити студентів з основами фінансового аналізу та прийняття бізнес-рішень.

2. Розвинути вміння розраховувати ключові фінансові показники: NPV, термін окупності, маржинальну прибутковість.
3. Навчити проводити аналіз ризиків та створювати стратегії для мінімізації негативних впливів на бізнес.
4. Поглибити розуміння варіантів фінансування стартапів та оцінки ефективності інвестицій у новий бізнес.
5. Цей кейс дозволяє студентам глибше вивчити основи економічного планування та розвинути навички оцінки інвестиційних проєктів у реальних умовах.

### **Кейс**

#### **«Оптимізація витрат для підвищення рентабельності виробничого підприємства»**

##### *Ситуація:*

Ваша компанія займається виробництвом меблів для офісів і має стабільний попит на свою продукцію. Однак через зростання вартості матеріалів, енергоносіїв і заробітної плати витрати на виробництво зросли, що негативно впливає на рентабельність. Вашим завданням є розробити стратегію для зниження витрат та оптимізації виробничих процесів, щоб підвищити ефективність підприємства.

##### *Дані:*

##### Основні витрати:

1. Витрати на матеріали (деревина, фарби, лак): 1 000 000 грн на рік.
2. Заробітна плата працівників (10 робітників, середня зарплата 10 000 грн на місяць): 1 200 000 грн на рік.
3. Оренда виробничого приміщення: 300 000 грн на рік.
4. Комунальні послуги (електроенергія, вода, тепло): 150 000 грн на рік.
5. Загальні витрати на виробництво: 2 650 000 грн на рік.

##### Доходи:

1. Прогнозований річний дохід від продажу меблів: 3 500 000 грн.
2. Поточний рівень рентабельності: 3 500 000 грн (доходи) – 2 650 000 грн (витрати) = 850 000 грн (прибуток).

##### Зростання витрат:

1. Ціни на матеріали зросли на 10% за останній рік.
2. Очікуване зростання витрат на енергоносії на 15% в наступному році.
3. Заробітна плата працівників може зрости на 5% через підвищення мінімальної заробітної плати.

##### Альтернативи для оптимізації витрат:

1. Можливість автоматизації частини виробничих процесів, що дозволить знизити потребу в робочій силі (інвестиції на автоматизацію – 500 000 грн).
2. Перехід на дешевші постачання матеріалів за рахунок зміни постачальників (знижка 5% на матеріали).
3. Оптимізація енергоспоживання шляхом модернізації обладнання (вклади на модернізацію – 300 000 грн).

*Завдання:*

1. Розрахуйте новий рівень рентабельності: Оцініть, як зміниться рівень рентабельності після врахування всіх можливих витрат і знижок. Врахуйте зростання витрат на матеріали, енергоносії та заробітну плату, а також потенційні знижки на матеріали та витрати на автоматизацію і модернізацію.
2. Розробіть стратегію оптимізації витрат: Порівняйте варіанти зниження витрат (автоматизація виробництва, зміна постачальників, модернізація обладнання) і виберіть найбільш ефективні методи з урахуванням можливих витрат на їх реалізацію.
3. Аналіз ефективності інвестицій: Оцініть ефективність інвестицій у модернізацію обладнання та автоматизацію виробництва з точки зору зниження витрат на робочу силу та енергоспоживання. Як швидко ці інвестиції окупляться?
4. Аналіз чутливості: Як зміна обсягу продажу, ціни на матеріали або заробітної плати вплине на прибуток? Проведіть чутливий аналіз, щоб оцінити ризики зниження рентабельності.

*Цілі кейсу:*

1. Розвинути у студентів навички фінансового планування та управління витратами.
2. Ознайомити з основами ефективного управління виробничими витратами та стратегічним вибором.
3. Навчити аналізувати інвестиційні рішення щодо оптимізації витрат та підвищення рентабельності.
4. Поглибити розуміння ризиків і чутливості фінансових показників до змін у витратах і доходах.
5. Цей кейс допоможе студентам освоїти ключові аспекти фінансового управління на виробничих підприємствах та розвитку бізнес-стратегій для підвищення ефективності і рентабельності.

**Кейс****«Стратегії виходу на новий ринок для компанії–виробника побутової техніки»***Ситуація:*

Компанія, яка спеціалізується на виробництві побутової техніки (холодильники, пральні машини, кухонна техніка), планує вихід на новий ринок у сусідню країну. Керівництво компанії хоче оцінити фінансову ефективність цього рішення, передбачити можливі витрати, доходи та ризики, а також визначити стратегії ціноутворення та маркетингу для нового ринку.

*Дані:*

Інформація про компанію:

1. Річний оборот компанії: 25 млн грн.
2. Профiт до оподаткування: 3 млн грн.
3. Поточні витрати на маркетинг та рекламу: 1 млн грн.
4. Продукція: холодильники, пральні машини, мікрохвильові печі.

Основні витрати на вихід на новий ринок:

1. Маркетингова кампанія в новій країні: 2 млн грн.
2. Логістичні витрати на транспортування продукції: 1,5 млн грн.
3. Витрати на адаптацію продуктів до вимог нового ринку (сертифікація, локалізація): 1 млн грн.
4. Стартова закупівля сировини для виробництва продукції, орієнтуючись на попит нового ринку: 3 млн грн.

Очікувані доходи:

1. Прогнозований щорічний дохід від продажу побутової техніки на новому ринку: 8 млн грн.
2. Очікувана частка ринку після першого року: 5%.
3. Очікувана маржа на продажу техніки: 25%.

Ризики:

1. Можлива конкуренція з місцевими виробниками.
2. Необхідність адаптації продукції до культурних особливостей та потреб місцевих споживачів.
3. Валютні коливання, які можуть вплинути на собівартість продукції та ціни.
4. Витрати на навчання та адаптацію працівників на новому ринку.

*Завдання:*

Фінансовий аналіз виходу на новий ринок:

1. Розрахуйте загальні витрати на вихід на новий ринок (маркетинг, адаптація, логістика, закупівля сировини).
2. Оцініть, скільки потрібно продати одиниць продукції, щоб покрити ці витрати.
3. Оцініть прогнозований прибуток від продажу після першого року.

Оцінка рентабельності інвестицій:

1. Розрахуйте рентабельність інвестицій (ROI) для запуску бізнесу на новому ринку.
2. Як зміняться фінансові показники (прибуток, рентабельність) при зростанні попиту на 10% та 20%?

Ціноутворення на новому ринку:

1. Оцініть стратегію ціноутворення для виходу на новий ринок (ціна за одиницю товару). Які фактори варто враховувати при встановленні ціни (конкуренція, витрати, покупна спроможність населення)?
2. Розробіть кілька можливих варіантів ціноутворення (якщо ціни на продукцію будуть знижуватися чи зростати через коливання валютних курсів).

Аналіз ризиків:

1. Як би ви зменшили вплив валютних коливань на собівартість продукції?
2. Які стратегії можна використовувати для боротьби з конкурентами на новому ринку?
3. Як адаптувати продукцію до специфічних вимог нового ринку?

*Цілі кейсу:*

1. Навчити студентів оцінювати витрати і доходи при виході на новий ринок.
2. Розвинути навички фінансового аналізу та оцінки рентабельності інвестицій.
3. Ознайомити з принципами ціноутворення та стратегіями маркетингу при виході на нові ринки.
4. Розвинути здатність оцінювати та знижувати ризики при розширенні бізнесу.
5. Цей кейс дозволяє студентам глибше зрозуміти принципи бізнес-стратегії, оцінки ризиків та розробки фінансових планів при виході на нові ринки.

**Кейс****«Оцінка ефективності інвестицій в екологічно чисте виробництво»***Ситуація:*

Компанія «ЕкоПак», яка спеціалізується на виробництві упаковки для продуктів харчування, планує перейти на використання екологічно чистих матеріалів для виробництва своїх товарів. Це може включати заміну пластикових упаковок на біорозкладні матеріали, а також перехід на відновлювальні джерела енергії для зменшення викидів CO<sub>2</sub>.

Компанія має на меті продовжувати працювати в умовах жорсткої конкуренції, але з одночасним виконанням екологічних стандартів і зниженням негативного впливу на навколишнє середовище. Однак для цього необхідно провести значні інвестиції в нові технології та матеріали.

*Дані:*

## Поточна ситуація:

1. Оборот компанії на рік: 50 млн грн.
2. Поточні витрати на виробництво пластикової упаковки: 30 млн грн.
3. Прибуток від поточного виробництва пластикових упаковок: 10 млн грн.

## Інвестиції в екологічно чисте виробництво:

1. Витрати на закупівлю нових біорозкладних матеріалів: 8 млн грн.
2. Витрати на модернізацію виробничих потужностей (нові машини, обладнання для переробки відходів): 12 млн грн.
3. Витрати на перехід до відновлювальних джерел енергії (сонячні панелі, вітрові турбіни): 5 млн грн.
4. Очікувані витрати на зміну процесів і навчання персоналу: 3 млн грн.

## Очікувані результати:

1. Очікуване зменшення витрат на матеріали на 15%.
2. Прогнозований річний дохід після переходу на екологічне виробництво: 55 млн грн (через збільшення попиту на екологічно чисту продукцію).
3. Очікуване зниження виробничих витрат завдяки використанню відновлювальних джерел енергії: 10% від загальних витрат на енергоносії.

## Ризики:

1. Можлива нестабільність на ринку біорозкладних матеріалів.
2. Можлива висока конкуренція з іншими компаніями, що також переходять на екологічно чисте виробництво.
3. Можливі технічні проблеми під час переходу на нові виробничі потужності.

*Завдання:*

Фінансовий аналіз інвестицій:

1. Розрахуйте загальні витрати на інвестиції для переходу на екологічне виробництво.
2. Визначте строк окупності цих інвестицій (час, за який компанія відшкодує витрачені кошти завдяки зростанню доходів та зменшенню витрат).

Рентабельність інвестицій (ROI):

Розрахуйте рентабельність інвестицій для компанії після переходу на екологічне виробництво. Як зміняться фінансові показники після переходу?

Оцінка ризиків і стратегії їх зменшення:

Проаналізуйте основні ризики, що виникають під час переходу на екологічне виробництво. Як можна зменшити ці ризики? Які стратегії використовувати для забезпечення сталого попиту на екологічну продукцію?

Оцінка ринку:

Як зміниться попит на продукцію компанії після переходу на екологічно чисті матеріали? Які зміни можуть виникнути в поведінці споживачів та їхній готовності платити за екологічну упаковку?

*Цілі кейсу:*

1. Розвинути навички фінансового аналізу та оцінки ефективності інвестицій в екологічно чисті технології.
2. Ознайомити студентів з процесом переходу на сталий розвиток у бізнесі та управління ризиками.
3. Поглибити знання в галузі стратегії ціноутворення та маркетингу для екологічно орієнтованих компаній.
4. Навчити студентів оцінювати довгострокові вигоди від екологічних інвестицій і вирішення проблем сталого розвитку.
5. Цей кейс допомагає студентам розвинути навички у фінансовому плануванні, оцінці ризиків та розробці стратегії для переходу до сталого бізнесу, що є важливою темою в сучасній економіці.

## **Кейс**

### **«Оцінка інвестиційної привабливості запуску нового виробництва»**

*Ситуація:*

Компанія «АвтоТех», що спеціалізується на виробництві запчастин для автомобілів, планує запуск нового виробництва для виготовлення гальмівних колодок. Компанія хоче оцінити, чи є цей проєкт економічно доцільним з точки зору фінансових витрат, доходів, а також терміну окупності інвестицій.

*Дані:*

Інформація про компанію:

1. Річний оборот компанії «АвтоТех»: 120 млн грн.
2. Поточні витрати на виробництво запчастин: 70 млн грн.
3. Поточний прибуток: 15 млн грн.

Інвестиції в нове виробництво:

1. Витрати на закупівлю нового обладнання для виробництва гальмівних колодок: 30 млн грн.
2. Витрати на навчання персоналу і підготовку виробничих приміщень: 5 млн грн.
3. Річні витрати на сировину та матеріали для виробництва: 10 млн грн.
4. Витрати на маркетинг і рекламу для просування нової продукції: 3 млн грн.

Очікувані доходи:

1. Прогнозований обсяг виробництва гальмівних колодок: 500 тисяч одиниць на рік.
2. Очікувана ціна продажу однієї одиниці: 300 грн.
3. Прогнозований річний дохід від продажу гальмівних колодок: 150 млн грн.
4. Очікувана маржа на виробництві: 25%.

Ризики:

1. Можлива конкуренція з іншими виробниками запчастин.
2. Зміна ціни на сировину, що може вплинути на собівартість продукції.
3. Потенційна нестабільність попиту на гальмівні колодки через економічні коливання.

*Завдання:*

Фінансовий аналіз інвестицій:

1. Розрахуйте загальні витрати на запуск нового виробництва (включаючи інвестиції в обладнання, навчання персоналу, витрати на маркетинг).
2. Визначте, скільки одиниць продукції потрібно продати для того, щоб покрити витрати на запуск виробництва.

Оцінка окупності інвестицій:

1. Розрахуйте термін окупності інвестицій (кожен рік, скільки часу потрібно для того, щоб відшкодувати вкладені кошти).
2. Як зміниться термін окупності, якщо попит на гальмівні колодки зросте на 10%?

Оцінка рентабельності:

1. Розрахуйте рентабельність інвестицій (ROI) для проєкту, використовуючи прогнозований річний прибуток і загальні витрати.
2. Як зміниться рентабельність при зміні ціни продажу на 10%?

Аналіз ризиків:

1. Оцініть потенційні фінансові ризики та запропонуйте стратегії для їх зменшення.
2. Які фактори можуть негативно вплинути на попит на нову продукцію, і як компанія може підготуватися до цих змін?

*Цілі кейсу:*

1. Розвинути навички фінансового аналізу, зокрема у контексті великих інвестиційних проєктів.
2. Ознайомити з методами оцінки окупності та рентабельності бізнес-проєктів.
3. Навчити оцінювати ризики та стратегії зменшення їхнього впливу.
4. Поглибити розуміння того, як зовнішні фактори можуть впливати на ефективність нових виробничих ліній.
5. Цей кейс дозволяє студентам дослідити основи інвестиційного аналізу, стратегії ціноутворення та методи оцінки ефективності великих бізнес-проєктів.

**Кейс****«Оптимізація фінансового управління малого бізнесу»***Ситуація:*

Компанія «ГрінТех», що спеціалізується на виробництві енергоефективних систем для житлових будинків, наразі переживає період економічної нестабільності. Через різке зростання вартості сировини та високі енергетичні витрати компанія стикається з проблемами ліквідності та зниженням маржі. Для того щоб підтримати стабільність бізнесу та забезпечити зростання, керівництво компанії вирішило оптимізувати фінансове управління та розробити стратегію економії витрат.

*Дані:*

Основні показники компанії:

1. Щорічний оборот: 20 млн грн.
2. Середня рентабельність: 12% (тобто прибуток до податків – 2,4 млн грн).
3. Основні витрати:
4. Сировина та матеріали: 8 млн грн.
5. Заробітна плата: 4 млн грн.
6. Оренда виробничих приміщень: 2 млн грн.
7. Енергоносії та утримання обладнання: 3 млн грн.
8. Маркетинг та реклама: 1 млн грн.
9. Інші витрати: 2 млн грн.

Проблеми, з якими стикається компанія:

1. Зростання вартості сировини та енергоресурсів через економічну ситуацію.
2. Зниження попиту на продукцію через конкуренцію на ринку.
3. Висока залежність від зовнішніх постачальників.
4. Проблеми з ліквідністю: компанія не може покрити поточні витрати за рахунок наявних оборотних коштів.

Цілі керівництва:

1. Зниження витрат без шкоди для якості продукції.
2. Підвищення ефективності використання ресурсів.
3. Покращення ліквідності підприємства.
4. Пошук нових ринків збуту та збільшення обсягів продажу.

## 5. Оптимізація процесів виробництва та управління.

### *Завдання:*

#### Фінансовий аналіз:

1. Проведіть аналіз витрат компанії, визначивши, де можна скоротити витрати, не впливаючи на якість продукції.
2. Розрахуйте, які зміни потрібно внести в структуру витрат, щоб знизити загальні витрати на 10%.

#### Оптимізація управлінських процесів:

1. Розробіть стратегію скорочення витрат на енергоносії, сировину та інші операційні витрати (зокрема шляхом пошуку альтернативних постачальників чи модернізації технологічних процесів).
2. Як можна зменшити витрати на маркетинг, не знижуючи ефективності рекламних кампаній?

#### Аналіз фінансової стійкості:

1. Розрахуйте коефіцієнти ліквідності компанії (поточний коефіцієнт, швидкий коефіцієнт), щоб оцінити її фінансову стійкість у короткостроковій перспективі.
2. Які заходи можна вжити для покращення ліквідності підприємства?

#### Пошук нових можливостей для зростання:

1. Розробіть стратегію пошуку нових ринків збуту продукції. Які можливості для розвитку існують на зовнішніх ринках чи в нових сегментах?
2. Які альтернативні джерела доходу можуть допомогти компанії збільшити оборот?

#### Оцінка результатів та рекомендації:

1. На основі проведеного аналізу, запропонуйте конкретні рекомендації для покращення фінансового стану компанії.
2. Як керівництво може підготувати компанію до подолання економічних труднощів у довгостроковій перспективі?

#### *Цілі кейсу:*

1. Розвинути навички фінансового аналізу, оцінки ефективності витрат і розробки стратегій економії.
2. Ознайомити студентів з методами оптимізації фінансових і управлінських процесів у малих та середніх підприємствах.
3. Навчити проводити аналіз ліквідності та фінансової стійкості підприємства.
4. Ознайомити з пошуком нових можливостей для збільшення доходів і зростання підприємства.
5. Цей кейс дозволяє студентам практично застосувати теоретичні знання з економіки для вирішення реальних проблем малих підприємств і розробки стратегії для забезпечення їх фінансової стабільності та росту.

## Кейс

### «Оцінка стратегії розвитку малих підприємств у сфері харчових продуктів»

#### *Ситуація:*

Компанія «Смаколик», що займається виробництвом органічних харчових продуктів (наприклад, соків, консервів, сухих сніданків), намагається адаптувати свою стратегію до змін у ринку та економічних умовах. За останній рік компанія зіткнулася з кількома проблемами, серед яких зниження попиту на деякі продукти через економічну нестабільність, зростання витрат на сировину та конкуренція з великими корпораціями. Компанія хоче оцінити свої можливості для розвитку, знизити витрати та знайти нові способи залучення клієнтів.

#### *Дані:*

Основні показники компанії:

1. Річний оборот: 15 млн грн.
2. Річний прибуток: 1,5 млн грн.
3. Вартість сировини та матеріалів: 6 млн грн.
4. Витрати на заробітну плату: 2 млн грн.
5. Витрати на маркетинг і рекламу: 1 млн грн.
6. Витрати на енергоносії: 500 тис. грн.
7. Площа виробничих потужностей: 1500 м<sup>2</sup>.

Проблеми, з якими стикається компанія:

1. Зростання вартості сировини через інфляційні процеси.
2. Зниження попиту на певні види продукції через економічну нестабільність.
3. Конкуренція з великими виробниками, які мають значні фінансові ресурси для зниження цін.
4. Потреба в модернізації виробничих потужностей для зниження витрат на енергоносії.

Можливості розвитку:

1. Розширення асортименту органічних продуктів.
2. Створення нових каналів збуту через інтернет та експорт.
3. Розвиток партнерських програм з торговими мережами.

#### *Завдання:*

SWOT-аналіз:

1. Використовуючи дані про компанію, проведіть SWOT-аналіз (сильні та слабкі сторони, можливості та загрози).
2. Як SWOT-аналіз може допомогти визначити стратегію розвитку для компанії «Смаколик»?

Оцінка конкурентоспроможності:

1. Розробіть стратегію для підвищення конкурентоспроможності компанії на ринку органічних продуктів.
2. Як компанія може знизити витрати на сировину та енергоносії, не знижуючи якості продукції?

Розробка стратегії маркетингу:

1. Які стратегії маркетингу можуть бути ефективними для залучення нових клієнтів у сучасних умовах економічної нестабільності?
2. Як компанія може використовувати цифрові канали для розвитку бренду та залучення клієнтів?

Прогнозування фінансових результатів:

1. Які зміни в стратегії можуть призвести до зростання прибутку на 10% в наступному році?
2. Як можна збільшити ефективність використання виробничих потужностей?

План дій:

Розробіть детальний план дій щодо реалізації нової стратегії розвитку. Які етапи потрібно пройти для досягнення цілей?

*Цілі кейсу:*

1. Розвинути навички стратегічного планування для малих підприємств.
2. Ознайомити з методами аналізу конкурентоспроможності та можливостей розвитку.
3. Навчити оцінювати ефективність витрат і розробляти стратегії зменшення витрат.
4. Розвинути навички в маркетинговому плануванні та використанні цифрових каналів збуту.
5. Сформулювати практичні рекомендації для підвищення фінансової ефективності компанії.
6. Цей кейс дозволяє студентам застосовувати стратегії та інструменти економічного аналізу для вирішення реальних проблем малого бізнесу, зокрема у сфері виробництва та маркетингу органічних продуктів.

### Кейс

#### «Стратегія ціноутворення для стартапу в сфері доставки продуктів»

*Ситуація:*

Компанія «FastFood» – стартап, що спеціалізується на доставці здорових страв, стикається з проблемою визначення стратегії ціноутворення. На ринку доставки їжі є велика конкуренція: з одного боку, існують великі гравці з добре розвинутою логістикою та постійними клієнтами, з іншого – молоді компанії з високою якістю сервісу, але обмеженими фінансовими можливостями. Тому керівництво компанії «FastFood» шукає стратегію, яка дозволить зберегти конкурентоспроможність, забезпечити фінансову стійкість і водночас не втратити лояльність клієнтів.

*Дані:*

Фінансові показники:

1. Стартовий капітал: 500 000 грн.
2. Щомісячні витрати:
3. Оренда: 30 000 грн.
4. Зарплата співробітників: 100 000 грн.
5. Витрати на інгредієнти та упаковку: 150 000 грн.
6. Реклама та маркетинг: 20 000 грн.

7. Логістика та доставка: 50 000 грн.
8. Інші витрати: 30 000 грн.
9. Очікуваний місячний обсяг продажу: 2 000 замовлень.
10. Середній розмір одного замовлення: 300 грн.

#### Конкуренція:

1. Велика компанія «DelivEats» (лідер ринку) пропонує безкоштовну доставку, але ціни на її страви вищі на 15–20% порівняно з «FastFood».
2. Молоді стартапи пропонують нижчі ціни, але обмежену кількість варіантів для доставки та менш розвинену логістику.

#### Цілі компанії «FastFood»:

1. Вийти на беззбитковість за перші 6 місяців.
2. Побудувати стійку клієнтську базу, не жертвуючи якістю послуг.
3. Залучити 30% постійних клієнтів у перший рік.
4. Оптимізувати витрати на доставку та логістику.

#### Завдання:

##### Розрахунок ціни:

Яку ціну має встановити компанія "FastFood" на свою продукцію, щоб покрити основні витрати та отримати перший прибуток? Використовуйте методи калькулювання ціни, враховуючи всі витрати (виробничі, операційні, маркетингові).

##### Оцінка еластичності попиту:

Як зміниться попит, якщо компанія знизить ціни на 10% або підвищить їх на 5%? Проведіть аналіз еластичності попиту для ціни. Як це вплине на загальний дохід компанії?

##### Вибір стратегії ціноутворення:

1. Яка стратегія ціноутворення буде найбільш ефективною для «FastFood» в умовах конкурентного ринку? (стратегія зниження цін, ціноутворення на основі вартості, психологічні ціни тощо).
2. Які є переваги та недоліки кожної стратегії?

##### Фінансовий прогноз:

Як зміниться фінансовий результат компанії при різних варіантах ціноутворення? Які варіанти ціноутворення можуть дозволити "FastFood" вийти на беззбитковість за 6 місяців? Розрахуйте прогнози щодо прибутку на перші 3 місяці.

##### Маркетингова підтримка:

1. Як компанії варто будувати маркетингову стратегію для підтримки обраної ціни? Які канали реклами є найбільш ефективними для залучення клієнтів, враховуючи обмежений бюджет на маркетинг?
2. Які акції або програми лояльності можуть підвищити привабливість продукту для клієнтів?

##### Цілі кейсу:

1. Навчити студентів проводити фінансовий аналіз для визначення оптимальної ціни продукту з урахуванням витрат та конкурентного середовища.

2. Розвинути навички оцінки еластичності попиту та її впливу на стратегію ціноутворення.
3. Ознайомити з різними стратегіями ціноутворення та їх застосуванням в реальних умовах ринку.
4. Розвинути вміння розраховувати фінансові прогнози та оцінювати можливі сценарії розвитку для малих підприємств.
5. Зробити акцент на ефективність маркетингових стратегій для підтримки ціноутворення та залучення нових клієнтів.
6. Цей кейс допоможе студентам зрозуміти, як встановлювати стратегію ціноутворення в умовах конкуренції та економічної нестабільності, а також як забезпечити фінансову ефективність молодого підприємства на ринку.

### Кейс

#### «Аналіз стратегії розширення малого підприємства в умовах ринку»

##### *Ситуація:*

Компанія «EcoTech» – стартап, що займається виробництвом та продажем екологічно чистих побутових товарів (наприклад, багаторазових контейнерів, екологічно чистих засобів для прибирання). Протягом першого року роботи компанія здобула популярність серед споживачів, але стикається з проблемами через відсутність стратегії з розширення і обмежені фінансові ресурси. Керівництво компанії планує розширення на нові ринки, проте не має чіткої стратегії для цього.

##### *Дані:*

Фінансові показники компанії:

1. Щорічний оборот: 3 млн грн.
2. Чистий прибуток: 200 000 грн.
3. Кількість співробітників: 15 осіб.
4. Вартість основних витрат (оренда, зарплата, закупка сировини, реклама): 2,5 млн грн на рік.
5. Інвестиції на розширення (необхідні для запуску нових продуктів та маркетингових кампаній): 500 000 грн.

Ринок і конкуренція:

1. Основні конкуренти – великі компанії, що мають лінійку екологічних товарів, але без спеціалізації, що дозволяє стартапу пропонувати унікальний продукт з перевагою.
2. Порівняно з конкурентами, «EcoTech» пропонує більш високу якість та інноваційний підхід до продукції, проте її ціна вища на 10–15%.
3. Потенційно нові ринки: великий міський ринок в іншому регіоні, а також експорт до Європи.

Проблеми:

1. Відсутність стратегії розширення на нові ринки.
2. Обмежений бюджет на маркетинг та інвестиції.
3. Конкуренція з великими міжнародними брендами.

#### Цілі компанії:

1. Розширити ринок збуту на 30% протягом наступного року.
2. Збільшити кількість постійних клієнтів на 20%.
3. Знизити витрати на виробництво на 5% за рахунок оптимізації процесів.

#### Завдання:

##### SWOT–аналіз:

1. Провести SWOT–аналіз для компанії «EcoTech». Визначити сильні та слабкі сторони, можливості та загрози на ринку.
2. Як результати аналізу допоможуть сформулювати стратегію розширення компанії?

##### Стратегія розширення:

1. Яку стратегію розширення ринку слід обрати для «EcoTech» – диверсифікацію продукту, географічне розширення або інші методи?
2. Які фактори потрібно врахувати при розширенні на нові ринки (нові регіони та міжнародний ринок)?
3. Як компанії «EcoTech» знайти баланс між ціною і якістю для забезпечення конкурентоспроможності на нових ринках?

##### Фінансовий аналіз:

1. Розрахувати бюджет для реалізації стратегії розширення. Які джерела фінансування можуть бути залучені для інвестування в розширення?
2. Як компанії досягти планованого зростання продажів і прибутку, якщо інвестиції в розширення складають 500 000 грн?

##### Маркетингова стратегія:

1. Як «EcoTech» має будувати маркетингову стратегію для залучення нових клієнтів на нових ринках?
2. Які канали комунікації будуть найбільш ефективними для цільової аудиторії, зокрема, для просування продуктів на міжнародному ринку?
3. Які акції або програми лояльності можуть залучити клієнтів, зберігаючи конкурентоспроможність компанії?

##### Оцінка ризиків:

1. Які основні ризики можуть виникнути під час розширення компанії на нові ринки?
2. Як «EcoTech» може мінімізувати ці ризики (конкуренція, економічні коливання, зміни в потребах споживачів)?

##### Цілі кейсу:

1. Розвинути навички аналізу внутрішнього та зовнішнього середовища компанії за допомогою SWOT–аналізу.
2. Навчити студентів розробляти стратегію розширення для малого бізнесу, враховуючи обмежені ресурси та конкурентне середовище.
3. Розвинути навички фінансового аналізу для оцінки потреб у фінансуванні стратегії розширення.
4. Ознайомити з маркетинговими стратегіями, що використовуються для просування продуктів на нових ринках.
5. Показати важливість оцінки ризиків та розробки плану їхнього мінімізації під час бізнес–розширення.

6. Цей кейс допоможе студентам зрозуміти основи стратегічного планування для малого підприємства, а також як оцінювати можливості для розширення та зростання на конкурентних ринках.

### Кейс

#### «Оцінка ефективності інвестиційного проєкту для запуску нового виробництва»

##### *Ситуація:*

Компанія «Прогрес» – середній виробник меблів на ринку України, що спеціалізується на виготовленні меблів на замовлення для житлових та офісних приміщень. Враховуючи зростаючий попит на індивідуальні меблі, компанія планує запустити нове виробництво, що дозволить значно збільшити виробничі потужності. Це дозволить компанії зайняти лідируючу позицію на ринку та збільшити ринкову частку.

Для реалізації цього проєкту компанія повинна інвестувати у закупівлю нових станків, оренду більшого виробничого приміщення та розширення команди. Вартість інвестицій на запуск нового виробництва становить 3 млн грн.

##### *Дані:*

##### Інвестиційні витрати:

1. Закупівля обладнання (станки, верстати, інструменти) – 1,5 млн грн.
2. Оренда нового виробничого приміщення на 3 роки – 600 000 грн.
3. Зарплата додаткових співробітників (управлінці, технічний персонал) – 600 000 грн на рік.
4. Витрати на маркетинг та рекламу – 300 000 грн на рік.
5. Інші витрати (підготовка приміщення, меблі, транспорт) – 100 000 грн.

##### Прогнозовані доходи та витрати:

1. Прогнозований обсяг продажів після запуску: 2 000 одиниць продукції на місяць.
2. Середня ціна одиниці продукції: 8 000 грн.
3. Собівартість одиниці продукції: 4 000 грн.
4. Операційні витрати (зарплата, оренда, матеріали, комунальні послуги) – 3 млн грн на рік.
5. Термін проєкту – 3 роки.

##### Фінансові показники:

1. Ставка дисконтуєчи: 12%.
2. Податкова ставка: 18%.
3. Вартість інвестицій: 3 млн грн.
4. Очікуваний річний дохід:  $2\,000 \text{ одиниць} \times 8\,000 \text{ грн} \times 12 \text{ місяців} = 192 \text{ млн грн}$ .

##### *Завдання:*

##### Розрахунок фінансових показників:

1. Розрахувати загальні витрати на запуск нового виробництва.
2. Оцінити загальний дохід від продажу продукції за 3 роки.
3. Визначити валовий прибуток та чистий прибуток для кожного року проєкту.

Оцінка ефективності проєкту:

1. Розрахувати показники ефективності інвестицій: чисту теперішню вартість (NPV), внутрішню норму доходності (IRR), період окупності (payback period).
2. Який з цих показників надає найбільшу інформацію про ефективність проєкту?

Оцінка ризиків:

1. Які основні ризики може мати цей проєкт (фінансові, операційні, ринкові)?
2. Як можна мінімізувати ці ризики? Розробити стратегії управління ризиками.

Маркетингова стратегія для запуску нового виробництва:

1. Які канали реклами та просування можуть бути найбільш ефективними для залучення нових клієнтів?
2. Як розробити стратегію просування для покриття витрат на маркетинг та забезпечення росту продажів?

Рекомендації по прийняттю інвестиційного рішення:

1. Враховуючи розрахунки та отримані фінансові показники, чи варто компанії інвестувати в запуск нового виробництва?
2. Якщо інвестиції є вигідними, в яких напрямках компанія може ще зекономити, щоб збільшити рентабельність проєкту?

*Цілі кейсу:*

1. Розвинути навички фінансового аналізу інвестиційних проєктів.
2. Ознайомити студентів з методами оцінки ефективності інвестиційних проєктів (NPV, IRR, період окупності).
3. Навчити студентів визначати та оцінювати ризики, що виникають при реалізації великих інвестиційних проєктів.
4. Розвинути навички створення маркетингових стратегій для підтримки запуску нового продукту або виробництва.
5. Розвинути практичні навички прийняття обґрунтованих рішень на основі фінансових та стратегічних даних.
6. Цей кейс допоможе студентам зрозуміти основи інвестиційного планування та оцінки ефективності великих підприємницьких проєктів, а також застосувати ці знання для прийняття стратегічних рішень в умовах реального бізнесу.

## **Кейс**

### **«Оцінка доцільності відкриття нового ресторану в умовах конкурентного середовища»**

*Ситуація:*

Компанія «Гурман» – мережа ресторанів, яка має два заклади в центральній частині міста, вирішила розширити свою діяльність, відкривши третій ресторан у новому районі. Керівництво компанії вважає, що цей район має високий потенціал для розвитку, оскільки тут спостерігається зростання кількості молодих професіоналів, які шукають місце для обідів і вечір після роботи.

Для реалізації проєкту необхідно провести ретельну оцінку доцільності інвестицій, витрат на відкриття ресторану, а також прогнозування доходів і витрат на перші три роки роботи. Керівництво планує провести порівняльний аналіз із конкурентами, щоб визначити, чи варто вкладати кошти в цей проєкт.

*Дані:*

Інвестиційні витрати:

1. Оренда приміщення на перший рік – 600 000 грн.
2. Ремонт і облаштування інтер'єру – 500 000 грн.
3. Закупівля обладнання (кухонне, меблі, техніка) – 1 200 000 грн.
4. Рекламні та маркетингові витрати для залучення клієнтів – 150 000 грн.
5. Витрати на ліцензії та дозволи – 50 000 грн.
6. Загальна сума інвестицій на запуск ресторану: 2 500 000 грн.

Прогнозовані доходи та витрати:

1. Середня ціна одного чека: 400 грн.
2. Прогнозована кількість клієнтів на день: 100 осіб.
3. Прогнозований щомісячний дохід:  $400 \text{ грн} \times 100 \text{ осіб} \times 30 \text{ днів} = 1\,200\,000 \text{ грн}$ .
4. Витрати на персонал (зарплати кухарів, офіціантів, адміністратора, технічного персоналу) – 700 000 грн на рік.
5. Витрати на продукти, напої, комунальні послуги, амортизацію обладнання – 500 000 грн на рік.
6. Операційні витрати (страхування, транспорт, маркетинг) – 200 000 грн на рік.

Фінансові показники:

1. Термін окупності: 3 роки.
2. Ставка дисконтуєчи: 12%.
3. Податкова ставка: 18%.
4. Передбачуваний річний дохід після старту роботи ресторану:  $1\,200\,000 \text{ грн} \times 12 \text{ місяців} = 14\,400\,000 \text{ грн}$ .

*Завдання:*

Розрахунок фінансових показників:

1. Розрахувати загальні витрати на запуск ресторану.
2. Оцінити загальний дохід від роботи ресторану за перший рік.
3. Визначити валовий прибуток та чистий прибуток за перший рік роботи ресторану.

Оцінка ефективності інвестицій:

1. Розрахувати чисту теперішню вартість (NPV), внутрішню норму доходності (IRR) та період окупності (payback period) для проєкту.
2. Який з цих показників є найбільш важливим для прийняття інвестиційного рішення?

Оцінка конкурентного середовища:

1. Оцінити конкурентні переваги та недоліки нового ресторану в порівнянні з іншими ресторанами в цьому районі.
2. Які стратегії ціноутворення та обслуговування можуть допомогти залучити більше клієнтів?

3. Як ресторан може відрізнятись від конкурентів в аспекті обслуговування та продуктів?

Маркетингова стратегія:

1. Які рекламні та маркетингові канали будуть найбільш ефективними для просування ресторану в новому районі?
2. Які програми лояльності або акції можна запропонувати для залучення нових клієнтів?

Ризики та можливості:

1. Які основні ризики можуть виникнути при відкритті нового ресторану (економічні, конкуренція, зміни в споживчих перевагах)?
2. Як можна мінімізувати ці ризики?
3. Які можливості для подальшого розвитку має компанія у цьому проєкті?

Цілі кейсу:

1. Розвинути навички фінансового аналізу для оцінки інвестиційних проєктів у сфері ресторанного бізнесу.
2. Ознайомити студентів з методами оцінки ефективності проєктів (NPV, IRR, період окупності) і вибору оптимальних рішень.
3. Навчити студентів проводити конкурентний аналіз та розробляти стратегії для залучення клієнтів на новому ринку.
4. Ознайомити з основами створення маркетингових стратегій для ресторанного бізнесу.
5. Виявити основні ризики бізнесу та можливості для розвитку у висококонкурентних ринкових умовах.
6. Цей кейс допоможе студентам застосувати теоретичні знання для оцінки реальних інвестиційних проєктів, розвиваючи навички фінансового аналізу, конкурентного аналізу та маркетингового планування.

### Кейс

#### «Оцінка доцільності впровадження нової виробничої лінії для розширення асортименту»

*Ситуація:*

Компанія «ЕкспресТех» – середній виробник побутової техніки, спеціалізується на виробництві пральних машин. Через кілька років стабільної роботи на ринку, компанія вирішила ввести нову лінію для виготовлення сушарок для одягу, орієнтуючись на зростаючий попит серед споживачів у міських умовах. Для цього потрібно оцінити доцільність інвестицій у нове виробництво.

Компанія планує закупити нове обладнання, найняти додатковий персонал, а також розширити маркетингові зусилля для просування нового продукту. Вартість інвестицій на запуск цієї лінії становить 4 млн грн.

*Дані:*

Інвестиційні витрати:

1. Закупівля нового обладнання (станки, верстати, інструменти) – 2 млн грн.

2. Наймання додаткових працівників (конструктори, техніки, працівники складу) – 600 000 грн на рік.
3. Ремонт і облаштування нового виробничого приміщення – 600 000 грн.
4. Рекламна кампанія для просування нового продукту – 200 000 грн.
5. Інші витрати на логістику та впровадження – 200 000 грн.
6. Загальна сума інвестицій на запуск виробництва: 4 млн грн.

Прогнозовані доходи та витрати:

1. Прогнозований обсяг виробництва: 500 одиниць на місяць.
2. Середня ціна одиниці продукції: 7 000 грн.
3. Прогнозований річний дохід:  $500 \text{ одиниць} \times 7\,000 \text{ грн} \times 12 \text{ місяців} = 42\,000\,000 \text{ грн}$ .
4. Собівартість одиниці продукції: 3 500 грн.
5. Операційні витрати (зарплати, матеріали, оренда приміщення, комунальні послуги) – 15 млн грн на рік.

Фінансові показники:

1. Ставка дисконтуючи: 10%.
2. Податкова ставка: 18%.
3. Термін проекту: 3 роки.
4. Операційний дохід після вирахування витрат:  $42 \text{ млн грн} - 15 \text{ млн грн} = 27 \text{ млн грн}$ .

*Завдання:*

Розрахунок фінансових показників:

1. Розрахувати загальні витрати на запуск нової лінії.
2. Оцінити загальний дохід від продажу сушарок протягом 3 років.
3. Визначити валовий прибуток та чистий прибуток для кожного року проекту.

Оцінка ефективності інвестицій:

1. Розрахувати показники ефективності проекту: чисту теперішню вартість (NPV), внутрішню норму доходності (IRR), період окупності (payback period).
2. Який з цих показників є найбільш значущим для прийняття інвестиційного рішення?

Оцінка конкурентного середовища:

1. Оцінити конкурентні переваги та недоліки нового продукту у порівнянні з іншими виробниками сушарок.
2. Які стратегії ціноутворення та просування можуть допомогти компанії «ЕкспресТех» зайняти лідируючу позицію на ринку?

Маркетингова стратегія для нового продукту:

1. Які маркетингові канали будуть найбільш ефективними для популяризації сушарок серед споживачів?
2. Як розробити програму лояльності для підвищення продажу та утримання клієнтів?

Ризики та можливості:

1. Які основні ризики може мати цей проєкт (ринкові, фінансові, виробничі)?

2. Як мінімізувати ці ризики, і які можливості для подальшого розвитку компанія може реалізувати у межах цього проєкту?

*Цілі кейсу:*

1. Розвинути навички оцінки фінансових показників для інвестиційних проєктів.
2. Ознайомити студентів з методами розрахунку ефективності інвестицій, включаючи NPV, IRR, період окупності.
3. Навчити студентів проводити аналіз конкурентного середовища та створювати стратегії для забезпечення конкурентних переваг.
4. Розвинути навички розробки маркетингових стратегій для запуску нового продукту на ринку.
5. Оцінити ризики проєкту та можливості для оптимізації виробничих і фінансових процесів.
6. Цей кейс допоможе студентам навчитися проводити детальний фінансовий аналіз інвестиційних проєктів, оцінювати конкуренцію та створювати ефективні маркетингові стратегії для запуску нових продуктів на ринку.

### **Кейс**

#### **«Оцінка доцільності розширення виробничих потужностей компанії «ТехноПласт»»**

*Ситуація:*

Компанія «ТехноПласт» – середній виробник пластикових виробів для будівельної галузі. У зв'язку з ростом попиту на продукцію компанії в останні роки, керівництво прийняло рішення про розширення виробничих потужностей шляхом додаткової закупівлі обладнання та найму нових працівників.

Метою цього розширення є збільшення виробництва на 50% для задоволення потреб нових клієнтів і виходу на нові ринки. Для реалізації цього проєкту необхідно визначити, чи буде економічно доцільним інвестування у нові потужності та як швидко компанія зможе повернути інвестиції.

*Дані:*

Інвестиційні витрати:

1. Закупівля нового обладнання для виробництва – 3 млн грн.
2. Оренда додаткового виробничого приміщення на 1 рік – 600 000 грн.
3. Наймання нових працівників (10 осіб) – 1 200 000 грн на рік.
4. Маркетинг і реклама для залучення нових клієнтів – 400 000 грн.
5. Логістика та постачання сировини – 500 000 грн.
6. Загальні інвестиційні витрати на запуск розширення: 5 700 000 грн.

Прогнозовані доходи та витрати після розширення:

1. Прогнозований обсяг виробництва після розширення: 100 000 одиниць на рік.
2. Середня ціна одиниці продукції: 100 грн.
3. Прогнозований річний дохід: 100 000 одиниць × 100 грн = 10 000 000 грн.
4. Собівартість одиниці продукції: 50 грн.

5. Операційні витрати (зарплата, сировина, енергія, оренда) – 6 000 000 грн на рік.

Фінансові показники:

1. Термін проєкту: 5 років.
2. Ставка дисконтуєчи: 12%.
3. Податкова ставка: 18%.

Прогнозовані грошові потоки для першого року після розширення:

1. Доходи: 10 000 000 грн.
2. Витрати: 6 000 000 грн.
3. Операційний прибуток: 10 000 000 грн – 6 000 000 грн = 4 000 000 грн.
4. Податки: 18% від 4 000 000 грн = 720 000 грн.
5. Чистий операційний прибуток після податків: 4 000 000 грн – 720 000 грн = 3 280 000 грн.

Завдання:

Розрахунок фінансових показників:

1. Розрахуйте загальні витрати на запуск розширення виробництва.
2. Визначте загальний дохід за перший рік після розширення.
3. Оцініть валовий прибуток та чистий прибуток для першого року роботи після розширення.

Оцінка ефективності інвестицій:

1. Розрахуйте чисту теперішню вартість (NPV), внутрішню норму доходності (IRR) та період окупності (payback period) для проєкту.
2. Який з цих показників є найбільш значущим для прийняття інвестиційного рішення?

Оцінка ризиків та можливостей:

1. Які основні ризики можуть вплинути на ефективність проєкту? (Ризики на ринку, зміни в попиті, коливання цін на сировину тощо).
2. Які можливості для подальшого зростання можуть виникнути після впровадження проєкту?

Маркетингова стратегія для розширення:

1. Які маркетингові стратегії можна використовувати для залучення нових клієнтів і закріплення позицій на ринку?
2. Як оптимізувати витрати на рекламу та маркетинг?

Прогноз розвитку:

1. Оцініть, який вплив матиме розширення виробництва на фінансові результати компанії через 3–5 років.
2. Як це вплине на загальну стратегію компанії на ринку?

Цілі кейсу:

1. Розвинути навички фінансового аналізу для оцінки інвестиційних проєктів.
2. Ознайомити студентів з методами розрахунку ефективності інвестицій, такими як NPV, IRR, період окупності.
3. Навчити студентів проводити аналіз ризиків та можливостей для зростання компанії після інвестицій.

4. Розвинути навички створення маркетингових стратегій для підтримки і розвитку бізнесу.
5. Оцінити довгострокові перспективи та вплив розширення виробництва на загальну діяльність компанії.
6. Цей кейс дозволить студентам ознайомитися з реальними аспектами прийняття рішень щодо інвестицій в економіці, вивчити методи фінансового аналізу та розвинути навички оцінки економічної доцільності розширення виробництва на прикладі реальної компанії.

### **Кейс**

#### **«Вибір стратегії розвитку кафе «Смакота»»**

##### *Ситуація:*

Місцеве кафе «Смакота» працює на ринку протягом трьох років і має стабільний попит серед відвідувачів. Основний асортимент кафе – класичні українські страви. Однак останнім часом конкуренція зросла, і з'явилися нові заклади з сучасними концепціями (фаст–фуд, крафтові десерти, авторські страви).

Керівництво кафе розглядає три варіанти розвитку, щоб залишатися конкурентоспроможним і збільшити дохід:

1. Розширення меню з додаванням здорової їжі та вегетаріанських страв.
2. Відкриття другого кафе в сусідньому районі.
3. Запуск доставки їжі через онлайн–платформи.

##### *Дані:*

##### *Фінансові показники:*

1. Середній дохід кафе: 250 000 грн/місяць.
2. Операційні витрати: 170 000 грн/місяць.
3. Чистий прибуток: 80 000 грн/місяць.
4. Інвестиції на кожен варіант:
5. Розширення меню: 150 000 грн.
6. Відкриття другого кафе: 500 000 грн.
7. Запуск доставки: 100 000 грн.

##### *Прогнозовані доходи:*

1. Розширення меню: +15% до середнього доходу.
2. Відкриття другого кафе: +70% до середнього доходу (при аналогічних витратах).
3. Запуск доставки: +30% до середнього доходу, але з додатковими витратами на логістику (30 000 грн/місяць).

##### *Конкурентна ситуація:*

1. Ринок переповнений традиційними кафе.
2. Попит на здорову їжу зростає.
3. Онлайн–доставка стає популярною серед молоді.

##### *Ресурси:*

1. Команда з 10 працівників.
2. Можливість отримати кредит під 15% річних.

*Завдання:***Аналіз фінансових показників:**

1. Розрахуйте очікувані доходи, витрати та чистий прибуток для кожного варіанту розвитку.
2. Визначте, який варіант найбільш прибутковий за перший рік реалізації.

**Оцінка ризиків:**

1. Які ризики можуть виникнути при реалізації кожного варіанту?
2. Як ці ризики вплинуть на стабільність бізнесу?

**Стратегічна оцінка:**

1. Які довгострокові переваги може отримати кафе за кожного варіанту розвитку?
2. Який варіант найбільше відповідає трендам ринку та потребам клієнтів?

**Маркетингова стратегія:**

1. Розробіть короткостроковий план просування для обраного варіанту (реклама, акції, робота з клієнтами).
2. Які інструменти допоможуть залучити нових клієнтів?

**Рекомендації:**

1. Який варіант розвитку варто обрати керівництву?
2. Як оптимізувати витрати для реалізації обраного варіанту?
3. Мета кейсу:
4. Ознайомити студентів із реальними проблемами прийняття стратегічних рішень у бізнесі.
5. Розвинути навички фінансового та ризикового аналізу.
6. Навчити створювати маркетингові стратегії відповідно до обраної концепції.
7. Сформувати розуміння впливу ринкових трендів на розвиток малого бізнесу.

**Очікуваний результат:**

Студенти повинні провести аналіз усіх варіантів, обґрунтувати свій вибір та представити рекомендації у формі презентації або звіту.

**Кейс****«Вибір стратегії розвитку компанії «EcoLife»»***Ситуація:*

Компанія «EcoLife» спеціалізується на виробництві екологічно чистої продукції (тканинні сумки, багаторазові пляшки, натуральні миючі засоби). За останні два роки компанія зіштовхнулася із зростаючою конкуренцією та змінами на ринку. Попит на екологічну продукцію залишається високим, але нові гравці пропонують нижчі ціни.

Компанія розглядає три варіанти стратегій розвитку, щоб зберегти позиції на ринку:

1. Збільшення обсягів виробництва через автоматизацію.
2. Розширення асортименту (впровадження нових екопродуктів).
3. Вихід на міжнародний ринок.

*Дані:*

## Фінансові показники:

1. Поточний дохід: 1 000 000 грн/місяць.
2. Операційні витрати: 700 000 грн/місяць.
3. Чистий прибуток: 300 000 грн/місяць.

## Інвестиції для реалізації кожного варіанту:

1. Автоматизація: 2 000 000 грн (зниження витрат на 20%).
2. Розширення асортименту: 1 500 000 грн (очікуваний приріст доходу – +30%).
3. Вихід на міжнародний ринок: 3 000 000 грн (приріст доходу – +50%, але додаткові витрати на логістику – 200 000 грн/місяць).

## Ринкові умови:

1. Зростання попиту на екологічну продукцію – 15% на рік.
2. Висока конкуренція в Україні.
3. Переваги міжнародного ринку: мінімальна конкуренція у сегменті еко-продуктів.

## Ресурси компанії:

1. Кредитна лінія на 4 000 000 грн під 12% річних.
2. Команда з 20 працівників (можливість збільшення на 30%).

*Завдання:*

## Фінансовий аналіз:

1. Розрахуйте, як зміняться дохід, витрати та чистий прибуток для кожного варіанту.
2. Яка стратегія дає найкращий фінансовий результат через рік?

## Оцінка ризиків:

1. Які ризики пов'язані з кожним варіантом розвитку?
2. Як можна мінімізувати ці ризики?

## Ринкова оцінка:

1. Оцініть перспективи попиту на продукцію компанії за кожного варіанту розвитку.
2. Які конкурентні переваги можна використати?

## Стратегічна рекомендація:

1. Оберіть оптимальний варіант розвитку для «EcoLife» з урахуванням фінансів, ризиків і ринкових умов.
2. Обґрунтуйте своє рішення.

## Додаткові питання для обговорення:

1. Як компанія може підвищити лояльність клієнтів?
2. Які маркетингові заходи допоможуть успішно реалізувати обрану стратегію?
3. Чи доцільно інвестувати одночасно у два або більше варіантів?

*Мета кейсу:*

Розвинути навички стратегічного аналізу.

Навчити оцінювати фінансові показники для прийняття бізнес-рішень.

Ознайомити з реальними викликами підприємств у конкурентному середовищі.

*Очікуваний результат:*

Студенти мають запропонувати обґрунтований варіант розвитку компанії та презентувати свої рекомендації у вигляді звіту або презентації з детальними розрахунками та планом дій.

**Кейс****«Оптимізація діяльності торгової мережі «Продукт+»»***Ситуація:*

Торгова мережа «Продукт+» працює на ринку роздрібною торгівлі вже 10 років. Мережа складається з 15 магазинів у різних районах міста. Останнім часом продажі почали знижуватися через високу конкуренцію та зміну споживчих уподобань, зокрема зростання популярності онлайн–замовлень продуктів.

Керівництво компанії зібрало аналітичні дані та пропонує три можливі напрями для подолання кризи:

1. Оптимізація витрат і скорочення малоприбуткових магазинів.
2. Розробка мобільного додатку для онлайн–замовлень і доставки.
3. Розширення асортименту з акцентом на органічні продукти та товари локальних виробників.

*Дані для аналізу:***Фінансові показники мережі:**

1. Середній місячний дохід: 6 000 000 грн.
2. Операційні витрати: 5 200 000 грн.
3. Чистий прибуток: 800 000 грн.
4. Дохід малоприбуткових магазинів: 1 200 000 грн/місяць.
5. Їх витрати: 1 500 000 грн/місяць.

**Інвестиції для реалізації стратегій:**

1. Оптимізація витрат (закриття 3 малоприбуткових магазинів): витрати на закриття – 600 000 грн (одноразово).
2. Розробка мобільного додатку: 1 500 000 грн (разова інвестиція) + 100 000 грн щомісячна підтримка.
3. Розширення асортименту: 2 000 000 грн (разова інвестиція) + додаткові витрати на логістику 200 000 грн/місяць.

**Ринкові умови:**

1. Зростання попиту на онлайн–доставку продуктів – +25% щороку.
2. Популярність органічних продуктів та локальних брендів – +15% щороку.
3. Сильна конкуренція на ринку роздрібною торгівлі.

**Очікуваний приріст доходів:**

1. Оптимізація витрат: +10% до чистого прибутку.
2. Запуск мобільного додатку: +25% до загального доходу через рік.
3. Розширення асортименту: +20% до загального доходу через рік.

*Завдання:***Фінансовий аналіз:**

1. Розрахуйте, як зміняться дохід, витрати та прибуток після реалізації кожної стратегії.

2. Визначте, яка стратегія найвигідніша в короткостроковій перспективі (1 рік).

Оцінка ризиків:

1. Які ризики пов'язані з кожним варіантом розвитку?
2. Як ці ризики можуть вплинути на стабільність діяльності мережі?

Стратегічний вибір:

1. Оберіть оптимальний варіант розвитку з урахуванням фінансових показників, ризиків і тенденцій ринку.
2. Як поєднати обраний варіант із довгостроковою стратегією компанії?

План реалізації:

1. Розробіть короткий план впровадження обраної стратегії.
2. Які ресурси потрібні для її реалізації?

Додаткові питання для обговорення:

1. Як «Продукт+» може підвищити лояльність клієнтів?
2. Чи варто розглянути співпрацю з популярними сервісами доставки продуктів?
3. Як вплинуть інвестиції на конкурентоспроможність компанії?

*Мета кейсу:*

Навчити студентів аналізувати бізнес–процеси та фінансові показники.

Ознайомити з інструментами прийняття стратегічних рішень у конкурентному середовищі.

Розвинути навички ризик–менеджменту та створення планів реалізації.

*Очікуваний результат:*

Студенти мають провести аналіз кожного варіанту, обґрунтувати свій вибір стратегії розвитку та представити свої висновки у вигляді звіту чи презентації.

## **Кейс**

### **«Стратегія виходу на новий ринок для компанії «GreenTech»»**

*Ситуація:*

Компанія «GreenTech» спеціалізується на виробництві сонячних панелей та систем енергозбереження. За 5 років на ринку України компанія закріпилася як один із лідерів у своєму сегменті, але останнім часом темпи зростання сповільнилися через насичення ринку.

Керівництво компанії вирішило вийти на новий міжнародний ринок, щоб збільшити дохід і розширити клієнтську базу.

*Основні варіанти:*

1. Ринок країн ЄС (з акцентом на Німеччину).
2. Ринок країн Близького Сходу (з акцентом на ОАЕ).
3. Ринок країн Африки (з акцентом на ПАР).

*Дані для аналізу:*

Фінансові показники компанії:

1. Поточний дохід: 20 000 000 грн/місяць.
2. Операційні витрати: 15 000 000 грн/місяць.
3. Чистий прибуток: 5 000 000 грн/місяць.

Інвестиції для виходу на кожен ринок:

1. ЄС: 10 000 000 грн (сертифікація, маркетинг, адаптація продукції).
2. ОАЕ: 12 000 000 грн (логістика, участь у виставках, місцеві партнери).
3. ПАР: 8 000 000 грн (налагодження дистрибуції, дослідження ринку).

Очікуваний приріст доходу через рік:

1. ЄС: +30%.
2. ОАЕ: +40%.
3. ПАР: +25%.

Особливості ринків:

1. ЄС: Високі стандарти якості, великий попит на екологічну продукцію, високий рівень конкуренції.
2. ОАЕ: Швидкий розвиток "зелених" технологій, підтримка урядових програм, високі витрати на логістику.
3. ПАР: Попит на дешевші рішення, низька конкуренція, потреба в адаптації продукції до місцевих умов.

Ризики:

1. ЄС: Тривалий процес сертифікації, можливі регуляторні бар'єри.
2. ОАЕ: Культурні відмінності, залежність від партнерів.
3. ПАР: Нестабільність економіки, логістичні труднощі.

*Завдання:*

Фінансовий аналіз:

1. Розрахуйте рентабельність виходу на кожен ринок.
2. Оцініть, за скільки місяців окупляться інвестиції в кожен з варіантів.

Оцінка ризиків:

1. Які ризики є найсуттєвішими для кожного ринку?
2. Як компанія може їх мінімізувати?

Стратегічна оцінка:

1. Який ринок є найбільш перспективним для компанії «GreenTech»?
2. Як це рішення вплине на довгострокову стратегію компанії?

План дій:

1. Розробіть покроковий план виходу на обраний ринок.
2. Які ресурси необхідно залучити для успішної реалізації?
3. Додаткові питання для обговорення:
4. Чи варто компанії залучати місцевих партнерів у кожному з регіонів?
5. Як «GreenTech» може використовувати сучасні маркетингові стратегії для просування своєї продукції?
6. Чи доцільно паралельно розпочати діяльність на кількох ринках?

*Мета кейсу:*

Розвинути навички стратегічного планування в бізнесі.

Навчити оцінювати фінансові та ринкові показники для прийняття рішень.

Розглянути можливості для інтернаціоналізації бізнесу.

*Очікуваний результат:*

Студенти мають провести аналіз кожного ринку, обґрунтувати вибір найбільш перспективного напрямку та запропонувати план реалізації стратегії з урахуванням ризиків і ресурсів.

## Кейс

### «Управління фінансовою стабільністю підприємства в умовах кризи»

#### *Ситуація:*

Підприємство «ЕкоБуд» займається виробництвом екологічних будівельних матеріалів. Протягом останніх 3 років компанія стабільно зростала завдяки збільшенню попиту на екологічні рішення в будівництві. Однак через економічну кризу попит значно знизився, що спричинило наступні труднощі:

Зниження доходів на 30% у порівнянні з минулим роком.

Зростання собівартості продукції через подорожчання сировини та енергоносіїв.

Проблеми з ліквідністю, через які виникли затримки з оплатою постачальникам.

Втрата частини клієнтів, які перейшли до конкурентів через нижчу ціну.

Керівництво поставило за мету стабілізувати фінансовий стан компанії протягом найближчих 6 місяців.

#### *Дані для аналізу:*

##### Фінансові показники:

1. Доходи: 10 000 000 грн/місяць (було 15 000 000 грн/місяць).
2. Постійні витрати: 5 000 000 грн/місяць.
3. Змінні витрати: 3 000 000 грн/місяць.
4. Заборгованість перед постачальниками: 2 000 000 грн.

##### Варіанти вирішення проблеми:

1. Підвищення ціни на продукцію (на 10–15%).
2. Оптимізація витрат, включаючи скорочення персоналу.
3. Розширення асортименту дешевшими продуктами.
4. Залучення кредиту на суму 3 000 000 грн під 18% річних.
5. Вихід на нові ринки (наприклад, сегмент малих приватних забудовників).

##### Дані про конкурентів:

1. Конкурент А пропонує аналогічні матеріали на 10% дешевше.
2. Конкурент В працює тільки в преміум-сегменті й активно рекламується.

##### Додаткові фактори:

1. Уряд оголосив про запуск програми пільгових кредитів для бізнесу, які працюють у сфері "зелених" технологій.
2. Є можливість автоматизації одного з виробничих процесів, що дозволить знизити постійні витрати на 15%.

##### *Завдання:*

1. Аналіз фінансових показників:
2. Розрахуйте точку беззбитковості підприємства в поточних умовах.
3. Оцініть, як кожен із запропонованих варіантів вплине на прибутковість.

##### Оцінка ризиків і переваг рішень:

1. Які ризики виникають при підвищенні ціни на продукцію?
2. Як залучення кредиту вплине на фінансову стабільність підприємства?

3. Чи доцільно скоротити персонал, враховуючи можливі наслідки для мотивації працівників?

Розробка стратегії:

1. Запропонуйте оптимальний план дій для стабілізації фінансового стану компанії.
2. Вкажіть, як забезпечити виконання плану в умовах кризи.

Прогноз:

Спрогнозуйте фінансовий стан компанії через 6 місяців за умови реалізації вашої стратегії.

Додаткові питання для дискусії:

1. Як «ЕкоБуд» може використати програму урядових пільг?
2. Чи доцільно в умовах кризи інвестувати в автоматизацію?
3. Як залучити нових клієнтів без значного зниження ціни?

*Мета кейсу:*

Розвинути навички антикризового управління.

Навчити оцінювати ризики і фінансові показники підприємства.

Сформувати стратегію оптимізації витрат і розвитку бізнесу в умовах економічної нестабільності.

*Очікуваний результат:*

Студенти повинні запропонувати рішення, яке дозволить стабілізувати фінансовий стан компанії, мінімізуючи ризики і зберігаючи конкурентні переваги.

## **Кейс**

### **«Стратегія виходу на новий ринок»**

*Ситуація:*

Компанія «Фрутландія» займається виробництвом натуральних соків і фруктових смузі. Вона успішно працює на внутрішньому ринку України вже 7 років. Основними клієнтами є супермаркети, кафе, ресторани, а також кінцеві споживачі, які цінують якісну та екологічну продукцію.

Зараз керівництво компанії розглядає можливість виходу на ринки країн ЄС, але стикається з кількома викликами:

Різниця в регуляторних вимогах: продукція повинна відповідати стандартам ЄС, включаючи упаковку, маркування, та сертифікацію.

Висока конкуренція: на ринку ЄС вже представлені сильні бренди, які працюють у цьому сегменті.

Фінансові обмеження: на маркетингову кампанію та адаптацію продукції потрібно виділити значні кошти, а інвестиційний бюджет обмежений.

Логістика: необхідно оптимізувати постачання продукції до країн ЄС, щоб зберегти її свіжість і якість.

Керівництво визначило, що першими ринками для виходу стануть Польща та Чехія через їхню географічну близькість і популярність екологічних продуктів.

*Дані для аналізу:*

Поточні фінансові показники компанії:

1. Дохід: 50 000 000 грн/рік.
2. Чистий прибуток: 8 000 000 грн/рік.
3. Рекламний бюджет: 2 000 000 грн.
4. Вартість виробництва 1 літра соку: 25 грн.
5. Середня роздрібна ціна в Україні: 50 грн/літр.

Прогнозовані витрати на вихід на ринок ЄС:

1. Сертифікація продукції: 500 000 грн.
2. Розробка нової упаковки: 300 000 грн.
3. Реклама та маркетинг у Польщі та Чехії: 1 000 000 грн.
4. Логістичні витрати: 5 грн/літр.

Дані про ринки Польщі та Чехії:

1. Середня роздрібна ціна аналогічного продукту: 2 євро/літр.
2. Попит на натуральні соки зростає на 10% щороку.
3. Основні конкуренти: бренди зі значними маркетинговими бюджетами.

Сильні сторони компанії:

1. Висока якість продукції.
2. Відсутність консервантів і штучних добавок.
3. Досвід успішного співробітництва з великими ритейлерами.

Завдання для учасників кейсу:

Фінансовий аналіз:

1. Розрахуйте, скільки літрів продукції потрібно продати, щоб покрити витрати на сертифікацію, упаковку, рекламу та логістику.
2. Складіть план фінансування проєкту.

Маркетингова стратегія:

1. Запропонуйте рекламну кампанію, яка допоможе зайняти свою нішу на ринку.
2. Які канали реклами варто використати?

Аналіз конкуренції:

1. Оцініть, як «Фрутландія» може виділитися серед конкурентів.
2. Які фактори сприятимуть завоюванню довіри споживачів?

Логістика:

1. Розробіть оптимальну логістичну модель постачання продукції до Польщі та Чехії.
2. Як забезпечити якість продукції при транспортуванні?

Оцінка ризиків:

1. Які ризики виникають при виході на новий ринок?
2. Запропонуйте способи їх мінімізації.

Додаткові питання для дискусії:

1. Як зміцнити позиції бренду на внутрішньому ринку, щоб зберегти фінансову стабільність під час виходу на новий ринок?
2. Чи варто залучати зовнішніх інвесторів для реалізації цього проєкту?
3. Як можуть вплинути міжнародні політичні та економічні зміни на успіх цього проєкту?

Мета кейсу:

Навчити студентів розробляти стратегії виходу на нові ринки, оцінювати фінансові показники, створювати ефективні маркетингові плани та аналізувати ризики у міжнародній економічній діяльності.

*Очікуваний результат:*

Учасники повинні запропонувати обґрунтовану стратегію виходу компанії на ринок ЄС, яка враховує фінансові можливості, маркетингові інструменти та ризики, а також забезпечить конкурентоспроможність продукції.

### Кейс

#### «Вибір стратегії розширення бізнесу»

*Ситуація:*

Підприємство «Екотрейд» спеціалізується на виробництві екологічно чистих багаторазових сумок і товарів для сортування сміття. Основний ринок компанії – великі міста України. Підприємство успішно співпрацює з роздрібними мережами та має стабільну клієнтську базу.

Нещодавно керівництво отримало запит від міжнародної мережі супермаркетів, яка хоче продавати продукцію «Екотрейд» у своїх магазинах у країнах Центральної Європи. Для цього підприємство повинно розширити виробництво і збільшити свої потужності, але в умовах обмеженого бюджету.

Компанія розглядає три варіанти розвитку:

1. Інвестувати у збільшення власного виробництва. Потребує значних капіталовкладень, але дозволить повністю контролювати процеси та якість.
2. Аутсорсинг виробництва. Залучити зовнішнього партнера для виготовлення частини продукції. Це дешевше, але ризиковано через можливі проблеми з якістю.
3. Відмова від розширення. Сфокусуватися на внутрішньому ринку та зберегти поточну стабільність.

*Дані для аналізу:*

Фінансові показники компанії:

1. Поточний дохід: 25 000 000 грн/рік.
2. Чистий прибуток: 4 000 000 грн/рік.
3. Інвестиційний бюджет: 3 000 000 грн.

Потреби для виходу на новий ринок:

1. Збільшення обсягу виробництва на 50%.
2. Сертифікація продукції відповідно до стандартів ЄС (400 000 грн).
3. Реклама і просування в країнах Центральної Європи (1 000 000 грн).

*Переваги та недоліки варіантів:*

1. Власне виробництво:

Переваги: контроль якості, створення нових робочих місць.

Недоліки: висока початкова вартість (5 000 000 грн).

2. Аутсорсинг:

Переваги: економія коштів (2 000 000 грн на запуск).

Недоліки: залежність від партнера.

3. Відмова від розширення:

Переваги: збереження фінансової стабільності.

Недоліки: втрата можливості виходу на міжнародний ринок.

4. Ринок Центральної Європи:

Середня роздрібна ціна екологічних сумок: 3 євро/шт.

Попит на екологічні товари щорічно зростає на 15%.

*Завдання для учасників кейсу:*

Фінансовий аналіз:

1. Розрахуйте можливі доходи від виходу на новий ринок.
2. Які витрати компанія може дозволити собі для реалізації проєкту?

Вибір стратегії:

Оберіть оптимальний варіант розширення з урахуванням бюджету, ризиків та довгострокових перспектив.

Аналіз ризиків:

1. Які ризики виникають у кожному з варіантів?
2. Запропонуйте шляхи мінімізації цих ризиків.

Маркетингова стратегія:

1. Як «Екотрейд» може позиціонувати себе на новому ринку?
2. Які канали реклами і просування найкраще використовувати?

Питання для дискусії:

1. Чи варто ризикувати стабільністю компанії заради виходу на новий ринок?
2. Як зміниться конкурентоспроможність компанії, якщо вона вибере аутсорсинг?
3. Яку роль відіграє екологічна репутація компанії на європейському ринку?

*Мета кейсу:*

Навчити студентів проводити аналіз економічної ситуації, оцінювати фінансові можливості та ризики, а також розробляти стратегії розвитку бізнесу в умовах обмежених ресурсів.

*Очікуваний результат:*

Учасники повинні запропонувати обґрунтовану стратегію, яка забезпечить розвиток компанії, збереже її репутацію та врахує всі ризики та обмеження.

## **Кейс**

### **«Створення стартапу у сфері агротехнологій»**

*Ситуація:*

Молода команда інженерів та агрономів створила прототип смарт-пристрою для моніторингу стану ґрунту і рослин. Пристрій аналізує вологість, кислотність, температурні показники та вміст поживних речовин, передаючи дані до мобільного додатку. Його можна використовувати як у фермерських господарствах, так і для догляду за садами та городами.

Команда хоче створити стартап, але стикається з проблемами:

1. Обмежений бюджет для запуску (400 000 грн).
2. Необхідність вибору цільового сегмента ринку.
3. Відсутність досвіду у маркетингу та залученні інвестицій.

*Дані для аналізу:***Прототип пристрою:**

1. Собівартість виробництва одного пристрою: 800 грн.
2. Потенційна роздрібна ціна: 1500 грн.
3. Максимальна потужність виробництва: 500 пристроїв/місяць.

**Ринок:**

1. Фермери (великі господарства): зацікавлені в оптимізації витрат на добрива й полив, готові платити за обслуговування та додаткові функції.
2. Домогосподарства: приватні користувачі, зацікавлені в простому та доступному продукті для власних потреб.

**Конкуренти:**

1. Існують імпортні аналоги зі значно вищою ціною (від 5000 грн).
2. Вітчизняних виробників подібних пристроїв немає.

**Потреби стартапу:**

1. Створення мінімального обсягу продукції (300 пристроїв для тестового запуску).
2. Розробка мобільного додатку (очікувана вартість – 150 000 грн).
3. Просування продукту (реклама, участь у виставках – 100 000 грн).

**Фінанси:**

1. Початковий капітал команди: 400 000 грн.
2. Можливість залучити інвесторів або взяти кредит (до 200 000 грн, під 12% річних).

*Завдання для учасників кейсу:***Аналіз цільового ринку:**

1. Який сегмент ринку є найпривабливішим для старту? Чому?
2. Які характеристики продукту необхідно адаптувати для обраного сегмента?

**Фінансовий план:**

1. Складіть бюджет запуску стартапу, враховуючи обмежені ресурси.
2. Розрахуйте можливий прибуток за перший рік роботи.

**Стратегія залучення клієнтів:**

1. Які канали просування слід використовувати для реклами?
2. Як компанія може виділитися серед конкурентів?

**Пошук інвесторів:**

1. Розробіть пропозицію для потенційних інвесторів (розмір інвестицій, очікуваний дохід).
2. Чи варто використовувати кредит як джерело фінансування?

**Ризики та можливості:**

1. Які ризики існують для проєкту? Як їх мінімізувати?
2. Які довгострокові можливості відкриває цей проєкт?

**Питання для дискусії:**

1. Чи варто стартапу зосередитися на масовому виробництві, чи краще розвивати преміум-сегмент?
2. Як вплине економічна ситуація в країні на попит на пристрій?

3. Яку роль у розвитку стартапу можуть відіграти партнерства з великими агрохолдингами?

*Очікувані результати:*

1. Учасники повинні розробити:
2. Готовий бізнес-план для стартапу.
3. Конкретні рекомендації щодо виходу на ринок.
4. Розрахунки фінансової доцільності проєкту.
5. Стратегію залучення інвесторів або партнерів.

Цей кейс дозволить студентам відчути себе у ролі підприємців, навчитися аналізувати ринок, складати фінансові прогнози та приймати стратегічні рішення в умовах обмеженого бюджету.

### Кейс

#### «Оптимізація витрат підприємства в умовах економічної нестабільності»

*Ситуація:*

Малий бізнес, який спеціалізується на виробництві екоупаковки для харчових продуктів, зіткнувся з економічними труднощами через зростання цін на сировину та енергоресурси. Підприємство працює на внутрішньому ринку, але має амбіції виходу на експорт.

*Поточний стан компанії:*

1. Обсяги виробництва: 20 000 одиниць продукції на місяць.
2. Собівартість одиниці продукції: 12 грн.
3. Ринкова ціна: 20 грн за одиницю.
4. Постійні витрати: 150 000 грн/місяць.
5. Змінні витрати: 8 грн/одиниця продукції.
6. Дохід: 400 000 грн/місяць.
7. Чистий прибуток: 50 000 грн/місяць.

*Проблеми:*

1. Зростання цін на сировину на 20%.
2. Ризик втрати клієнтів через конкуренцію з імпортною продукцією.
3. Застаріле обладнання, що споживає багато енергії.
4. Завдання для учасників кейсу:

*Аналіз витрат:*

1. Розрахувати, як вплине зростання цін на сировину на собівартість продукції.
2. Оцінити точки беззбитковості за нових умов.

*Оптимізація виробництва:*

1. Які заходи можна впровадити для зменшення витрат?
2. Чи варто інвестувати в нове обладнання? Яка окупність таких інвестицій?

*Стратегія ціноутворення:*

1. Чи доцільно підвищувати ціни на продукцію? Який ризик втрати клієнтів?

2. Які інші механізми збереження конкурентоспроможності можна запропонувати?

*Пошук нових ринків:*

1. Як компанія може залучити нових клієнтів?
2. Чи варто розглядати експорт як спосіб збільшення доходів?

*Ризики:*

1. Які ризики можуть виникнути при реалізації запропонованих заходів?
2. Як мінімізувати їхній вплив?

*Додаткові дані:*

*Ціни на сировину:*

1. До підвищення: 4 грн/одинаця.
2. Після підвищення: 4,8 грн/одинаця.

*Обладнання:*

1. Поточне обладнання споживає енергії на 50 000 грн/місяць.
2. Нове обладнання коштує 300 000 грн, але дозволяє зменшити енергоспоживання на 40%.

*Конкуренти:*

Імпортна продукція з Польщі має ціну 18 грн за одиницю.

*Експортні можливості:*

Європейські покупці готові купувати продукцію за ціною 22 грн/одинаця, але вимагають екологічних сертифікатів, які коштують 50 000 грн.

*Питання для дискусії:*

1. Як підприємство може залишатися конкурентоспроможним на внутрішньому ринку?
2. Чи варто підвищувати ціни, щоб компенсувати зростання собівартості?
3. Чи доцільно використовувати кредит для придбання нового обладнання?

*Очікувані результати:*

*Учасники мають:*

1. Провести аналіз витрат і знайти точки оптимізації.
2. Розробити фінансовий план впровадження змін.
3. Запропонувати стратегію для збереження позицій на ринку.
4. Визначити, чи варто виходити на зовнішні ринки.

Цей кейс допоможе студентам практично застосувати знання з економіки, зокрема в управлінні витратами, стратегічному плануванні та аналізі ринкових можливостей.

## **ІНТЕРАКТИВНІ ВПРАВИ**

Інтерактивні вправи з економіки – це методи навчання, які передбачають активну взаємодію студентів між собою, з викладачем або з навчальним матеріалом. Ці вправи спрямовані на розвиток практичних економічних навичок, критичного мислення, аналітичних здібностей і здатності застосовувати знання в реальних умовах.

Основні особливості інтерактивних вправ:

1. Активна участь: студенти не просто сприймають інформацію, а активно її використовують у процесі навчання.
2. Залученість: учасники співпрацюють у групах, обговорюють проблеми, приймають рішення, висловлюють ідеї.
3. Практичне спрямування: інтерактивні вправи допомагають зрозуміти, як економічні концепції застосовуються в реальному житті.
4. Розвиток комунікативних навичок: навчання будується на спільній роботі, що стимулює вміння аргументувати, слухати та домовлятися.

Переваги інтерактивних вправ:

1. Підвищення мотивації: студенти краще засвоюють матеріал завдяки активній участі.
2. Розвиток навичок співпраці: вправи часто проводяться у групах, що сприяє командній роботі.
3. Гнучкість: викладач може адаптувати вправу до рівня підготовки студентів.
4. Практичність: студенти розуміють, як застосовувати економічні знання для вирішення реальних проблем.

Інтерактивні вправи з економіки – це сучасний інструмент навчання, який робить освітній процес цікавим, динамічним і ефективним. Вони дозволяють поєднати теорію з практикою, сприяючи формуванню економічної компетентності, необхідних у професійній діяльності.

### **Інтерактивна вправа**

#### **«Визначення факторів виробництва та їх взаємодія»**

*Мета:*

1. Ознайомити студентів з основними факторами виробництва.
2. Розвивати вміння застосовувати знання про фактори виробництва в реальних умовах.
3. Поглибити розуміння взаємозв'язку між різними факторами економіки.

*Інструкція:*

Створення груп:

Розділіть студентів на 4 групи. Кожна група повинна буде працювати над одним з чотирьох факторів виробництва: земля, праця, капітал, підприємництво.

Пошук прикладів:

Кожна група отримує завдання знайти реальний приклад з життя, що стосується їхнього фактора виробництва. Наприклад:

1. Земля: фермерство, землі під будівництво.
2. Праця: робітники на заводі, програмісти в ІТ-компанії.

3. Капітал: інвестиції у нові технології, машини на заводі.

4. Підприємництво: стартапи, менеджери проєктів.

Презентація результатів:

Кожна група презентує свій приклад, пояснюючи, чому саме цей приклад можна віднести до їхнього фактора виробництва. Важливо також зазначити взаємозв'язок між цими факторами.

Групова дискусія:

Після презентацій запусить дискусію на тему того, як різні фактори виробництва взаємодіють між собою. Наприклад:

1. Як праця без капіталу може бути неефективною?
2. Як підприємництво потребує ресурсів, які забезпечують земля та праця?

Інтерактивне обговорення:

Створіть міні–сценарії, де студенти повинні будуть вирішити економічні проблеми, спираючись на свої знання про фактори виробництва. Наприклад:

1. Якщо зменшиться кількість доступної землі, які наслідки це матиме для економіки?
2. Як вплине зниження рівня освіти на економічний розвиток країни?

Завершення:

Підведіть підсумки, обговоривши важливість усіх факторів для економічного зростання та розвитку, а також їх взаємозалежність. Наприкінці запропонуйте учням зробити короткий тест або запитання для перевірки їхнього розуміння.

Ця вправа допомагає учням краще розуміти економічні процеси та застосовувати теоретичні знання до реальних життєвих ситуацій.

### **Інтерактивна вправа**

#### **«Вивчення принципів попиту і пропозиції через симуляцію ринку»**

*Мета:*

1. Ознайомити студентів з основами попиту та пропозиції.
2. Розвивати здатність аналізувати, як зміни в попиті і пропозиції впливають на ринок.
3. Покращити навички прийняття рішень в умовах змінної економічної ситуації.

*Необхідні ресурси:*

1. Картки з назвами товарів (наприклад, яблука, комп'ютери, книги).
2. Картки з різними цінами для кожного товару.
3. Картки з інформацією про попит і пропозицію (наприклад, "попит на яблука зростає", "виробники комп'ютерів знижують ціни").
4. Папір і маркери для записів.

*Інструкція:*

Розподіл на групи: Студенти діляться на 4 групи:

1. Продавці (виробники)
2. Споживачі
3. Аналізатори попиту
4. Аналізатори пропозиції

Інструктаж:

1. Продавці отримують картки з назвами товарів і початковими цінами.
2. Споживачі отримують картки з інформацією про те, скільки товарів вони готові придбати за різними цінами.
3. Аналізатори попиту і Аналізатори пропозиції повинні слідкувати за ситуацією на ринку і пропонувати зміни в попиті чи пропозиції.

Симуляція ринку:

1. Продавці починають продавати свої товари за встановленими цінами.
2. Споживачі заявляють, скільки товарів вони готові купити за кожною ціною.
3. Аналізатори попиту та пропозиції на основі зібраних даних вносять зміни: якщо ціна висока, попит зменшується, якщо ціна низька – збільшується.

Рішення на основі змін:

1. Аналізатори попиту пропонують зміни на основі факторів, що впливають на попит, наприклад: збільшення або зменшення ціни, зміни в доходах споживачів, сезонні фактори.
2. Аналізатори пропозиції можуть запропонувати зміни через зміни в собівартості продукції, нові технології або регуляції, що впливають на виробництво.

*Обговорення результатів:*

1. Після кожного раунду симуляції проводиться коротке обговорення:
2. Як зміна попиту або пропозиції вплинула на ціну та кількість товарів на ринку?
3. Які фактори більше за все впливають на попит і пропозицію?
4. Які стратегії використовували учасники для адаптації до змін на ринку?

*Висновки та рефлексія:*

1. Наприкінці вправи студенти підсумовують, як ринок адаптується до змін і що вони дізналися про взаємозв'язок між попитом, пропозицією і ціною.
2. Визначення реальних прикладів з життя, де застосовуються ці економічні принципи.

*Завершення:*

Ця вправа дозволяє учням отримати практичне розуміння принципів попиту і пропозиції, а також побачити, як зміни в економічному середовищі впливають на ринок. Використання групової роботи і обговорення результатів сприяє розвитку критичного мислення та прийняття економічних рішень.

### **Інтерактивна вправа**

#### **«Розподіл економічних ресурсів через симуляцію ринку»**

*Мета:*

1. Поглибити розуміння учнями принципів ефективного розподілу обмежених ресурсів.
2. Розвивати вміння приймати економічні рішення в умовах обмеженості ресурсів.

3. Розвивати навички співпраці та комунікації в групах при вирішенні економічних проблем.

*Необхідні ресурси:*

1. Картки з різними економічними ресурсами (наприклад, земля, праця, капітал, технології).
2. Картки з товарами або послугами, які студенти повинні виробити (наприклад, одяг, їжа, електроніка, транспорт).
3. Гроші або бали для покупки ресурсів.
4. Графік чи дошка для запису результатів.

*Інструкція:*

Розподіл на групи: Студенти поділяються на кілька груп, кожна з яких є виробником товарів або послуг. Наприклад:

Група 1: виробники одягу

Група 2: виробники їжі

Група 3: виробники електроніки

Група 4: виробники транспорту

Підготовка ресурсів: Кожна група отримує певну кількість економічних ресурсів (земля, праця, капітал), але в обмеженій кількості. Наприклад, 10 одиниць землі, 20 одиниць праці і 5 одиниць капіталу.

*Завдання:*

Кожна група повинна розподілити отримані ресурси на виробництво товарів або послуг. Наприклад:

1. Для виробництва одягу потрібні земля для створення фабрики, праця для виготовлення, капітал для закупівлі матеріалів.
2. Для виробництва електроніки потрібні висококваліфіковані працівники, технології та капітал для закупівлі устаткування.
3. Групи можуть "купувати" або "продавати" ресурси між собою, використовуючи гроші або бали, які їм надаються в кінці кожного етапу.

*Розподіл ресурсів:*

Визначте кілька етапів гри, на яких кожна група повинна зробити важливі економічні рішення. Наприклад:

Етап 1: Розподіл первинних ресурсів. Групи вирішують, які ресурси їм потрібні для ефективного виробництва.

Етап 2: Можливість купівлі/продажу ресурсів. Групи можуть домовлятися між собою про обмін ресурсами для досягнення більшої ефективності.

Етап 3: Виробництво товарів. Групи повинні вирішити, які товари виробляти і скільки, враховуючи обмеження ресурсів.

*Аналіз ефективності:*

Після кожного етапу проводиться коротке обговорення:

1. Як групи вирішували проблему обмежених ресурсів?
2. Які стратегії використовували для максимізації виробництва?
3. Як співпраця з іншими групами вплинула на їх успіх?

*Презентація результатів:*

Кожна група презентує, які товари вони змогли виробити, скільки ресурсів витратили і які рішення призвели до успіху або невдачі.

*Завершення:*

Підведіть підсумки за допомогою запитань:

1. Як обмежені ресурси впливають на економічні рішення?
2. Які стратегії розподілу ресурсів були найбільш ефективними?
3. Як співпраця з іншими групами допомогла досягти успіху?

Ця вправа допомагає учням усвідомити важливість економічних рішень в умовах обмеженості ресурсів, розвиваючи їх аналітичне мислення та навички командної роботи.

### **Інтерактивна вправа «Симуляція ринку товарів і послуг»**

*Мета:*

1. Ознайомити студентів з основами ринкової економіки.
2. Розвивати розуміння механізмів попиту та пропозиції.
3. Навчити приймати економічні рішення в умовах конкуренції.

*Необхідні ресурси:*

1. Картки з товарами (наприклад, продукти харчування, електроніка, одяг).
2. Картки з цінами на ці товари.
3. Картки з ролями: споживачі, виробники, посередники.
4. Гроші (віртуальні або ігрові бали).

*Інструкція:*

Розподіл на групи: студентів поділяють на 3 групи:

Споживачі: група, яка буде купувати товари.

Виробники: група, яка буде виробляти і продавати товари.

Посередники: група, яка буде відповідальна за транспортування товарів від виробників до споживачів, а також за встановлення цін.

*Ролі учасників:*

Споживачі: кожен студент має певну кількість грошей для покупки товарів. Вони повинні вибрати товари відповідно до їх потреб і бюджету.

Виробники: повинні виробити товари і встановити ціни на них. Продавати товари за цінами, які забезпечують їм максимальний прибуток, одночасно намагаючись не втратити покупців через надмірно високі ціни.

Посередники: транспортують товари від виробників до споживачів і можуть впливати на ціни, встановлюючи певні надбавки за доставку.

*Завдання для кожної групи:*

Споживачі: за допомогою своїх грошей вони повинні купити товари, які їм найбільше потрібні, але зберігати баланс між витратами і потребами.

Виробники: створити достатньо товарів для продажу, встановити ціни і визначити, скільки товару вони хочуть продати. Вони можуть знижувати або підвищувати ціни залежно від попиту.

Посередники: визначити розмір надбавки до ціни для транспортування товарів і контролювати, як це впливає на продажі.

*Ринкова симуляція:*

Етап 1: Виробники визначають стартові ціни на товари і пропонують їх споживачам.

Етап 2: Споживачі намагаються купити товари, враховуючи свій бюджет і ціни на товари.

Етап 3: Посередники виставляють надбавки за доставку і визначають вплив на кінцеву ціну товару.

Етап 4: Виробники можуть знизити ціни, якщо попит на їх товари низький, або підвищити їх, якщо товар продається швидко.

Етап 5: Після кількох циклів симуляції обговорюються зміни на ринку і те, як вони вплинули на різні групи.

*Обговорення результатів:*

Після завершення симуляції кожна група повинна поділитися своїми стратегіями:

1. Як споживачі обирали товари та які фактори впливали на їх вибір?
2. Як виробники визначали ціни та як це вплинуло на попит?
3. Як посередники визначали розмір надбавки і чи змінився попит на товари через це?

Обговорити, як зміни в попиті та пропозиції впливають на ціни і доступність товарів на ринку.

*Завершення:*

Ця вправа дозволяє учням на практиці побачити, як функціонує ринок товарів і послуг, як ціни змінюються в залежності від попиту і пропозиції, і як економічні агенти (споживачі, виробники, посередники) взаємодіють один з одним для досягнення своїх цілей.

### **Інтерактивна вправа «Особистий бюджет та економічні рішення»**

*Мета:*

1. Ознайомити студентів з поняттям особистого бюджету та його важливістю.
2. Навчити приймати економічні рішення, враховуючи обмеження ресурсів.
3. Розвивати навички планування фінансів та пріоритетизації витрат.

*Необхідні ресурси:*

1. Картки з різними витратами (наприклад, харчування, житло, транспорт, розваги, заощадження).
2. Віртуальні гроші або бали.
3. Листи або таблиці для планування бюджету.

*Інструкція:*

Розподіл на групи: студенти поділяються на кілька груп, кожна з яких буде виконувати роль домогосподарства або індивідуального бюджету. Кожна група отримує певну суму віртуальних грошей (наприклад, 1000 одиниць) на місяць для покриття своїх витрат.

Розподіл витрат:

Кожна група повинна розподілити отриману суму грошей на різні категорії витрат. Витрати можуть включати:

1. Харчування.

2. Житло (оренда, комунальні послуги).
3. Транспорт (проїзд, бензин).
4. Розваги (кіно, кафе, подорожі).
5. Заощадження.
6. Медичне обслуговування.

Кожна категорія витрат має певний мінімум та максимум, наприклад, харчування має бути не менше 15% від бюджету, а розваги не більше 10%.

*Етапи планування:*

Етап 1: Групи мають на вибір різні варіанти витрат для кожної категорії. Наприклад:

Харчування: можна вибрати дешеві продукти (менше грошей) або більш дорогі (більше грошей).

Транспорт: громадський транспорт або таксі.

Розваги: вечірки чи домашні заняття.

Етап 2: Групи повинні скласти свій бюджет, обравши категорії і прийнявши економічні рішення, виходячи з обмеженого бюджету. Вони записують свої витрати на спеціальних листах.

*Зміни в умовах:*

Після кожного етапу викладач може вводити зміни в умови:

1. Несподівані витрати: раптові витрати на медицину, ремонт, додаткові витрати на транспорт.
2. Зміна доходу: наприклад, підвищення або зниження доходу.
3. Зміна цін: інфляція або зниження вартості деяких товарів чи послуг.

*Аналіз і обговорення:*

Після того як усі групи завершать планування свого бюджету, вони повинні презентувати свої рішення іншим.

Кожна група відповідає на питання:

1. Які рішення вони прийняли, щоб збалансувати свій бюджет?
2. Як вони справилися з обмеженнями в доходах?
3. Як зміни в умовах (неочікувані витрати чи зміна доходу) вплинули на їх бюджет?

Проводиться загальне обговорення, де студенти можуть поділитися, що саме було важко вирішити, і як вони адаптувалися до змін.

*Завершення:*

Ця вправа дозволяє учням на практиці усвідомити важливість планування особистого бюджету, навчитися приймати економічні рішення в умовах обмеженості фінансових ресурсів і зрозуміти, як непередбачені зміни можуть впливати на фінансову ситуацію.

### **Інтерактивна вправа «Стратегічне планування для стартапу»**

*Мета:*

1. Ознайомити студентів з основами стратегічного планування та управління ресурсами.

2. Розвивати навички аналізу ринкових умов та прийняття рішень на основі економічних даних.
3. Зміцнити розуміння концепцій попиту, пропозиції, цінової еластичності та конкуренції.

*Необхідні ресурси:*

1. Віртуальні гроші або бали для управління бюджетом.
2. Картки з різними бізнес–ресурсами та можливими витратами (оренда, зарплата працівників, маркетинг, закупівля сировини, тощо).
3. Таблиця для стратегічного планування (формат Excel чи інший з можливістю введення даних).
4. Дані про ринок (ціни на товари, попит і пропозиція, дані про конкуренцію).
5. Сценарії змін на ринку (наприклад, зміна попиту, нові конкурентні пропозиції, інфляція тощо).

*Інструкція:*

Розподіл на групи: студентів поділяють на групи, кожна з яких буде представляти стартап у певній галузі (наприклад, технології, продукти харчування, мода, екологія).

Початкові умови: кожна група отримує:

1. Віртуальний капітал (наприклад, 100 000 одиниць валюти).
2. Інформацію про ринок, на якому вони планують працювати (рівень конкуренції, попит на товар, ціни на ресурси).
3. Оцінку витрат на старт бізнесу (наприклад, оренда приміщення, зарплати співробітникам, маркетингові кампанії).

Створення стратегії:

1. Кожна група повинна розробити план для запуску свого стартапу. Вони повинні прийняти рішення по таких категоріях:
2. Ціноутворення: Яка буде ціна на товар/послугу, як змінити її в залежності від попиту?
3. Маркетинг: Які канали маркетингу вибрати для залучення споживачів?
4. Продукт/Послуга: Яка характеристика продукту/послуги дозволить виділитися серед конкурентів?
5. Кадри та ресурси: Як ефективно використовувати наявні ресурси, які співробітники потрібні для успішної роботи?

Фаза 1 – Перші 6 місяців:

Студентам дається певний період (наприклад, 6 місяців), щоб втілити свою стратегію на ринку. Вони можуть вносити зміни в маркетингову стратегію, змінювати ціни в залежності від попиту або конкуренції, проводити акції тощо.

Протягом цього часу викладач дає студентам сценарії змін на ринку (наприклад, збільшення конкуренції, падіння попиту на певний товар, зміна економічної ситуації тощо), і студенти мають адаптувати свою стратегію.

Фаза 2 – Аналіз і коригування:

Після 6 місяців студенти повинні оцінити ефективність своєї стратегії:

1. Яка частина ринку була захоплена?
2. Які витрати виявилися найбільшими?

3. Які доходи та прибутки отримані?
4. Які бізнес-рішення стали успішними, а які – ні?

Кожна група презентує результати та дає рекомендації щодо змін у стратегії.

Фаза 3 – Розширення або переорієнтація:

Знову вводяться зміни на ринку (наприклад, поява нового конкурента, зміна ринкових умов).

Студенти повинні прийняти нові економічні рішення для адаптації або розширення бізнесу, зберігаючи баланс між витратами та доходами.

*Підсумки та обговорення:*

Після завершення вправи студенти обговорюють, як змінювались їхні стратегії на основі ринкових змін. Як зміна попиту чи конкуренції впливала на прийняті рішення? Які економічні принципи вони застосували для оптимізації витрат?

Обговорюється важливість економічних рішень у реальному бізнесі: ціноутворення, управління витратами, маркетинг, а також вплив зовнішніх факторів на бізнес.

*Завершення:*

Ця вправа дає студентам можливість застосувати теоретичні знання з економіки на практиці, розвивати аналітичні навички, а також навички прийняття рішень у реальних бізнес-умовах.

### **Інтерактивна вправа «Ринкові стратегії та управління ресурсами»**

*Мета:*

1. Ознайомити студентів з основами ринкових стратегій та управління ресурсами.
2. Розвивати навички аналізу економічних умов і прийняття рішень на основі обмежених ресурсів.
3. Зміцнити розуміння економічних понять, таких як попит, пропозиція, конкуренція, еластичність ціни.

*Необхідні ресурси:*

1. Картки з різними типами ресурсів: фінансові кошти, людські ресурси, технології, сировина.
2. Таблиці для запису стратегій і витрат.
3. Інформація про ринкові умови (попит, ціни, рівень конкуренції).
4. Віртуальні гроші або бали для управління бюджетом.
5. Сценарії змін на ринку (наприклад, коливання попиту, зміна цін, появи нових конкурентів).

*Інструкція до вправи:*

Підготовка: студенти поділяються на групи по 3–4 особи. Кожна група отримує роль менеджерів стартапу, який продає товар/послугу на ринку. Кожна група повинна створити свою стратегію для бізнесу, враховуючи наявні ресурси та ринкові умови.

*Початкові умови:*

1. Кожна група отримує 100 000 одиниць віртуальних грошей для старту.

2. Інформація про ринок: попит на товар високий, але є кілька конкурентів.

Задача: розподілити бюджет між різними елементами (маркетинг, закупівля сировини, наймання працівників, технологічні інвестиції).

Етап 1 – Розробка стратегії:

Кожна група повинна прийняти рішення щодо наступних аспектів:

1. Ціноутворення: на якому рівні встановити ціну, щоб залучити споживачів, але не втратити в прибутках?
2. Маркетинг: скільки грошей витратити на рекламу і просування?
3. Ресурси: скільки грошей виділити на закупівлю сировини, а скільки на найм працівників?
4. Конкуренція: як реагувати на конкурентів (знижувати ціну, пропонувати кращу якість, покращувати обслуговування)?

Етап 2 – Адаптація до змін ринку:

Протягом певного часу (наприклад, 6 місяців) кожна група повинна буде коригувати свою стратегію, враховуючи змінні умови:

Зміна попиту: попит на товар зріс або впав.

Ціни конкурентів: конкуренти змінили свої ціни.

Несподівані витрати: з'явилися непередбачені витрати, такі як подорожчання сировини або зростання зарплат.

Групи повинні оцінити, як це впливає на їхню стратегію і чи потрібно коригувати ціноутворення, маркетинг або закупівлі.

Фаза 3 – Аналіз результатів і коригування стратегії:

Після 6 місяців кожна група підбиває підсумки:

1. Як змінилися доходи? Які витрати виявилися найбільшими?
2. Які рішення виявилися найефективнішими для підвищення прибутковості?
3. Які аспекти стратегії потрібно змінити або покращити?

Фаза 4 – Презентація та обговорення:

Кожна група презентує свої рішення та результати:

1. Як вони адаптувалися до змін на ринку?
2. Як ефективно розподіляли ресурси для досягнення максимального результату?
3. Які уроки вони винесли з гри?

Обговорення можливих покращень, варіантів стратегій і уроків для реального бізнесу.

Сценарії змін на ринку (можуть бути введені під час вправи):

1. Падіння попиту: ринок насичується і покупці починають вибирати більш дешеві альтернативи.
2. Несподіване зростання витрат: ціни на сировину або оренду приміщення збільшуються.
3. З'являється новий конкурент: компанія, що пропонує аналогічний продукт за нижчою ціною.
4. Зміна законодавства: нові податки чи регулювання впливають на вартість виробництва.

*Підсумки та рефлексія:*

Після виконання вправи обговорюється, які стратегії виявилися найбільш успішними та чому. Як зміни на ринку вплинули на прийняття економічних рішень?

Студенти повинні підсумувати, що вони дізналися про важливість адаптації до змін на ринку та управління ресурсами в умовах невизначеності.

*Завершення:*

Ця вправа допомагає студентам зрозуміти принципи ринкової економіки, важливість стратегічного планування, а також навчає їх адаптуватися до змінних економічних умов і ефективно управляти обмеженими ресурсами.

### **Інтерактивна вправа «Аналіз ринкових змін та прийняття рішень»**

*Мета:*

1. Ознайомити студентів з основами аналізу ринкових змін.
2. Розвивати навички стратегічного прийняття рішень в умовах змінного економічного середовища.
3. Закріпити розуміння таких економічних принципів як попит, пропозиція, еластичність ціни, конкуренція.

*Необхідні ресурси:*

1. Картки з економічними параметрами (ціни, попит, пропозиція, витрати).
2. Віртуальні гроші або бали для управління бюджетами.
3. Таблиця для запису результатів кожної групи.
4. Сценарії змін на ринку (зміна попиту, конкуренція, ціни на сировину, зміна законодавства).

*Інструкція:*

1. Поділ на групи: студенти діляться на 4–5 груп. Кожна група представляє компанію, яка виробляє товар (наприклад, меблі, побутову техніку, одяг).
2. Стартові умови: кожна група отримує:
3. Бюджет у 50 000 одиниць валюти.
4. Інформацію про ринок, де попит на товар високий, але конкуренція велика.
5. Задача групи: вибрати стратегію розвитку на основі наданих ресурсів.

Етап 1 – Формування стратегії: групи повинні прийняти рішення щодо:

1. Ціноутворення: як встановити ціну на товар, щоб зберегти конкурентоспроможність, але й не втратити в прибутках.
2. Витрати на маркетинг: як витратити частину бюджету на рекламу та залучення клієнтів (радіо, інтернет–маркетинг, реклама на вулицях тощо).
3. Розподіл витрат: як розподілити кошти між закупівлею сировини, оплатою праці працівників та іншими витратами.

Етап 2 – Реалії ринку: протягом симуляції викладач вводить різні зміни на ринку (через сценарії). Студенти повинні адаптувати свою стратегію до нових умов:

1. Зміна попиту: підвищується чи знижується попит на товар.

2. Зміна конкурентної ситуації: новий конкурент почав виробляти товар, а його ціна значно нижча.
3. Ціни на сировину: вартість сировини (деревина, метали, тканини тощо) зросла.
4. Зміни в законодавстві: введення нових податків чи регуляцій, які збільшують витрати виробництва.

Кожна зміна ринку надається у вигляді картки–сценарію, яка впливає на результати (збільшення чи зменшення попиту, зміни витрат на сировину тощо).

Етап 3 – Аналіз результатів: після кількох циклів змін на ринку (наприклад, через 3 або 4 етапи), кожна група оцінює свої дії:

1. Чи збереглася їхня ринкова частка?
2. Як зміни на ринку вплинули на фінансові результати?
3. Які коригування вони внесли в стратегію? Як змінився бюджет?

Етап 4 – Презентація рішень і результатів: кожна група презентує свою стратегію, рішення, а також підсумки:

1. Які рішення виявилися найбільш ефективними для досягнення високого прибутку?
2. Як зміни на ринку змінили їхні стратегії?
3. Як вони адаптувалися до конкурентних умов?

Приклад сценаріїв змін на ринку:

Сценарій 1: зростання попиту на ваш товар на 20%. Як ви зміните цінову політику або обсяги виробництва?

Сценарій 2: новий конкурент пропонує аналогічний товар за 10% дешевше. Як ви будете реагувати?

Сценарій 3: вартість сировини збільшується на 15%. Як це вплине на ваші витрати та ціну товару?

Сценарій 4: зміни в податковій політиці підвищують витрати на виробництво на 5%. Які заходи ви вживете для збереження прибутку?

*Підсумки та рефлексія:*

Після вправи:

1. Обговорюється, які стратегії виявилися найбільш ефективними для кожної групи.
2. Студенти вивчають, як зміни на ринку впливають на їхні рішення та чи правильно вони використали свої ресурси.
3. Розглядаються уроки з адаптації до ринкових змін, а також важливість ефективного управління фінансами, ціноутворенням та ресурсами.

*Завершення:*

Ця вправа допомагає студентам зрозуміти основи економічного аналізу, вивчити вплив ринкових змін на підприємства та розвинути навички стратегічного планування та прийняття економічних рішень.

## Інтерактивна вправа «Ринкові стратегії та аналіз економічних змін»

### *Мета:*

1. Ознайомити студентів із основними економічними концепціями, такими як попит, пропозиція, еластичність, конкуренція.
2. Розвинути практичні навички прийняття рішень в умовах змінного економічного середовища.
3. Стимулювати аналітичне мислення та стратегічний підхід до вирішення проблем.

### *Необхідні ресурси:*

1. Комп'ютери або планшети для роботи з інтерактивними симуляціями.
2. Картки із даними для аналізу (параметри попиту, пропозиції, ціни, витрати).
3. Віртуальна валюта або бали для управління ресурсами.
4. Інтерактивна платформа для моделювання ринкових змін (можна використовувати програми або онлайн-сервіси, такі як «SimCity», «MarketSim», або Google Sheets для таблиць).

### *Інструкція:*

#### Поділ на групи:

Студенти діляться на 4–5 груп. Кожна група представляє компанію, що працює на ринку товарів (наприклад, технологічні продукти, продукти харчування, автомобілі).

#### Стартові умови: кожна група отримує:

1. Бюджет на старті в розмірі 100 000 одиниць валюти.
2. Початкові дані: поточний рівень попиту та пропозиції на товар, поточні ціни та витрати.

Завдання: зробити початкові прогнози та прийняти стратегію, яка допоможе максимізувати прибуток.

#### Етап 1 – Стратегічне планування. Кожна група повинна:

1. Проаналізувати попит на товар і вирішити, чи варто збільшувати виробництво.
2. Визначити оптимальну ціну товару, враховуючи витрати на виробництво та конкуренцію.
3. Прогнозувати можливі зміни попиту і пропозиції на основі макроекономічних факторів.

Етап 2 – Реакція на зміни ринку. Протягом вправи викладач або програмне забезпечення вводить різні зміни на ринку, на які групи повинні реагувати:

Зміна попиту: попит на товар може збільшитись або зменшитись.

Конкуренція: з'являються нові конкуренти з кращими або дешевшими товарами.

Ціни на сировину: збільшення чи зниження вартості сировини.

Зміни в законодавстві: введення нових податків або регулювань.

Кожна зміна надається у вигляді картки-сценарію, яка впливає на фінансові та ринкові результати.

Етап 3 – Оцінка результатів. Після декількох етапів змін ринку (зазначити кількість етапів, наприклад, 3–4 цикли):

Групи мають підрахувати свої витрати, прибуток, а також оцінити, як зміни на ринку вплинули на їхні стратегії.

Оцінити, наскільки добре вони справились із змінами на ринку і чи зберегли свої конкурентні позиції.

Етап 4 – Презентація та обговорення. Кожна група презентує:

1. Як вони адаптувались до змін на ринку.
2. Які рішення виявились найбільш ефективними для досягнення високого прибутку.
3. Як вони використовували ресурси та стратегічно управляли своїми витратами.

Приклад сценаріїв змін на ринку:

Сценарій 1: Збільшення попиту.

З'являється новий тренд, і попит на ваш товар збільшується на 30%. Як ви будете реагувати? Чи збільшите виробництво, чи підвищите ціну?

Сценарій 2: Новий конкурент на ринку.

З'являється новий конкурент з дешевшими товарами, який займає 15% ринку. Які стратегії ви застосуєте, щоб не втратити свою частку?

Сценарій 3: Збільшення витрат на сировину.

Вартість основної сировини зросла на 20%. Як це впливає на ваші витрати? Чи будете підвищувати ціну товару?

Сценарій 4: Зміни в податковій політиці.

Введено нові податки, які збільшують витрати виробництва на 10%. Як ви адаптуєте свою стратегію?

Підсумки та рефлексія:

Після завершення вправи:

1. Обговорюється, які стратегії виявились найбільш ефективними для кожної групи.
2. Розглядаються уроки з адаптації до ринкових змін.
3. Студенти отримують можливість подискутувати про вплив макроекономічних факторів на стратегії підприємств.

*Завершення:*

Ця вправа допомагає студентам зрозуміти важливість аналізу ринкових змін і впливу макроекономічних факторів на бізнес. Вона дозволяє на практиці навчитися приймати економічно обґрунтовані рішення в умовах конкуренції та змін на ринку.

### **Інтерактивна вправа «Аналіз фінансової стратегії підприємства»**

*Мета:*

1. Розвинути вміння студентів приймати економічно обґрунтовані рішення у межах обмежених ресурсів.
2. Ознайомити студентів з аналізом фінансових показників і розробкою стратегії для підприємства.

3. Покращити навички оцінки ризиків та прийняття рішень на основі фінансових даних.

*Необхідні ресурси:*

1. Комп'ютери з доступом до електронних таблиць (наприклад, Google Sheets або Excel).
2. Фінансові дані про підприємство (дані щодо доходів, витрат, обсягів виробництва, цін).
3. Інтерактивна платформа для симуляції фінансових змін (можна використовувати Google Forms або інші онлайн-сервіси).

*Інструкція:*

Поділ на групи:

Студенти поділяються на 3–4 групи, кожна з яких є управлінцями різних підприємств у вигаданій галузі (наприклад, виробництво смартфонів, кафе, текстильна промисловість тощо).

Стартові умови:

Кожній групі надається фінансова таблиця підприємства з наступними даними:

1. Початкові витрати (фіксовані та змінні витрати).
2. Доходи від продажу (в залежності від обсягів виробництва).
3. Ціна одиниці продукції.
4. Стратегічні цілі (наприклад, збільшення частки ринку, розширення виробництва).

Наприклад, для кафе:

1. Початкові витрати (аренда, зарплати, матеріали) – 100 000 грн.
2. Оцінка доходу з одного продажу (наприклад, середній чек 150 грн).
3. Прогнозований обсяг продажу (наприклад, 1000 одиниць на місяць).

Етап 1 – Аналіз поточної ситуації. Кожна група повинна:

1. Розрахувати поточну фінансову ситуацію (дохід, витрати, чистий прибуток).
2. Оцінити, чи достатньо поточних доходів для покриття витрат.
3. Визначити фінансові показники (рентабельність, маржинальний прибуток, точка беззбитковості).

Завдання: Виконати ці розрахунки в електронній таблиці.

Етап 2 – Прийняття рішень та зміни на ринку. У цьому етапі студенти повинні реагувати на зміни, які викладач або онлайн-система додає в процес. Зміни можуть включати:

Зміни в попиті: попит на продукцію може збільшитись або зменшитись, що впливає на обсяги продажу.

Зміни у витратах: вартість сировини може змінитися, або зростуть адміністративні витрати.

Конкуренція: з'являються нові конкуренти з дешевшими цінами або кращою якістю.

Наприклад:

1. Зміна ціни на сировину на 10%.
2. Збільшення попиту на 20% завдяки рекламі.

3. Конкурент знижує ціну на 5%.

Студенти повинні проаналізувати, як ці зміни впливають на їхні фінансові показники і прийняти рішення: збільшити обсяг виробництва, підвищити ціни або зменшити витрати.

Етап 3 – Оцінка результатів. Кожна група повинна по завершенню прийняти остаточне фінансове рішення, зважаючи на зміни на ринку та нові дані. Вони повинні:

1. Підрахувати нові доходи та витрати.
2. Проаналізувати зміни в прибутку після впровадження нових стратегій.
3. Оцінити, чи виконали вони свої стратегічні цілі.

Етап 4 – Презентація та обговорення. Після кожного етапу групи презентують свої рішення і фінансові результати:

1. Як зміни на ринку вплинули на їхнє підприємство?
2. Які стратегії виявились найбільш ефективними для досягнення фінансових цілей?
3. Як вони управляли ризиками та витратами?

*Приклад сценаріїв змін на ринку:*

*Зміна витрат на сировину:*

Вартість основних інгредієнтів (наприклад, кава, молоко, цукор) зросла на 10%. Як це впливає на ваші витрати? Чи варто підвищувати ціни на продукти чи знаходити альтернативних постачальників?

*Збільшення попиту:*

Реклама вашої продукції на телебаченні призвела до 15% збільшення попиту. Як ви адаптуєте свою стратегію виробництва та чи варто інвестувати в розширення?

*Зміна конкурентної ситуації:*

Один з конкурентів на ринку знизив ціни на свої товари на 5%. Як ви реагуєте на це? Чи знижуєте ціни або підвищуєте якість продукції?

*Зміни в законодавстві:*

Введення нових податків на ресторани та кафе підвищує витрати на 7%. Як ви з цим справляєтесь?

*Підсумки та рефлексія:*

*Після завершення справи:*

1. Студенти обговорюють свої рішення та фінансові результати.
2. Розглядаються уроки з адаптації до змін на ринку.
3. Проводиться обговорення щодо того, як різні економічні фактори впливають на фінансове становище підприємства.

*Завершення:*

Ця вправа допомагає студентам зрозуміти важливість управлінських рішень на основі фінансових даних, а також розвиває навички аналізу ринку і прийняття обґрунтованих рішень у змінних економічних умовах.

## Інтерактивна вправа

### «Симуляція ринку: питання пропозиції та попиту»

*Мета:*

1. Допомогти студентам зрозуміти основні принципи ринкової економіки, зокрема закони попиту та пропозиції.
2. Покращити навички аналізу впливу різних факторів на ринкову рівновагу.
3. Розвинути здатність до прийняття рішень в умовах змінного ринку.

*Необхідні ресурси:*

1. Комп'ютери з доступом до інтернету (або паперові варіанти вправ).
2. Інтерактивна платформа для симуляції (Google Forms, Kahoot, Quizlet або інші платформи для онлайн-опитувань та інтерактивних ігор).
3. Фінансові або статистичні дані, які можуть бути використані в аналізі ринку (наприклад, дані про ціни, попит і пропозицію).

*Інструкція:*

1. Поділ на групи:

Студенти діляться на групи по 3–4 особи. Кожна група буде представляти компанію, яка виробляє товар чи надає послугу на конкурентному ринку. Це може бути будь-яка продукція: електроніка, їжа, одяг тощо.

2. Завдання:

Кожній групі надається таблиця з даними для початкового аналізу:

Попит: кількість одиниць товару, яку готові купити споживачі за різними цінами.

Пропозиція: кількість одиниць товару, яку виробники готові постачати за різними цінами.

Студенти повинні проаналізувати ці дані і побудувати криву попиту та пропозиції для свого товару.

Приклад даних:

Ціна (грн)	Кількість попиту (шт.)	Кількість пропозиції (шт.)
100	500	300
150	400	350
200	300	400
250	200	450
300	100	500

3. Етап 1 – Побудова кривих попиту і пропозиції:

Кожна група будує графік попиту та пропозиції на основі наданих даних. Це дозволить візуально оцінити, як змінюється попит і пропозиція на товар при різних цінах.

4. Етап 2 – Ринкова рівновага:

Після побудови графіків групи визначають точку ринкової рівноваги (ціна, при якій попит і пропозиція рівні). Студенти обговорюють, що станеться, якщо ціна вийде за межі цієї точки.

Питання для обговорення:

1. Що відбудеться, якщо ціна буде встановлена вище рівноважної? (надлишок пропозиції)

2. Що відбудеться, якщо ціна буде встановлена нижче рівноважної? (дефіцит пропозиції)

3. Як виробники реагуватимуть на ці зміни?

5. Етап 3 – Зміни на ринку:

Викладач або онлайн-платформа задає ряд змін на ринку, які впливають на попит чи пропозицію. Наприклад:

Зміна попиту: збільшення доходів населення призводить до зростання попиту на продукцію.

Зміна пропозиції: зниження витрат на виробництво зменшує ціну на товар.

Зовнішні фактори: поява нового конкурента або зміни в законодавстві.

Завдання для груп:

Після кожної зміни на ринку групи повинні адаптувати свої стратегії:

1. Як вони змінюють ціну на товар?

2. Як вони коригують свої виробничі потужності?

3. Яким чином це вплине на їхні доходи та прибуток?

6. Етап 4 – Визначення нової ринкової рівноваги:

Після кожної зміни студенти повинні знову побудувати графік попиту та пропозиції, визначити нову точку рівноваги і оцінити, які стратегії їм слід застосувати для досягнення бажаного результату.

Питання для обговорення:

1. Як зміна попиту або пропозиції вплине на кінцеву ціну та кількість товарів?

2. Які економічні стратегії найбільш ефективні для забезпечення максимального прибутку?

7. Етап 5 – Обговорення результатів:

Після завершення симуляції кожна група презентує свої рішення та пояснює, як зміни на ринку вплинули на їхні стратегії. Групи можуть порівняти свої рішення з іншими командами і обговорити, які стратегії були найефективнішими.

*Підсумки та рефлексія:*

Після завершення вправи проводиться обговорення:

1. Як зміни попиту і пропозиції змінюють ціну і кількість товару на ринку?

2. Як виробники повинні адаптувати свої стратегії до змін на ринку?

3. Які стратегії виявились найбільш ефективними?

*Розширення вправи:*

Додаткові фактори: викладач може додавати додаткові зовнішні фактори (наприклад, зміна валютного курсу, політичні кризи, сезонні коливання).

Різні ринкові стратегії: студенти можуть обговорити застосування різних стратегій (зниження ціни, підвищення якості, реклама) для досягнення конкурентних переваг.

Ця інтерактивна вправа дає студентам змогу зрозуміти, як працюють основи ринкової економіки, а також розвивати навички прийняття рішень в умовах змінного ринку.

## Інтерактивна вправа «Розробка бізнес–плану для стартапу»

### *Мета:*

1. Допомогти студентам застосувати теоретичні знання економіки для розробки практичного бізнес–плану.
2. Розвинути навички аналізу ринкових умов, фінансового планування та оцінки ризиків.
3. Підвищити обізнаність студентів щодо основ підприємницької діяльності та процесу запуску нового бізнесу.

### *Необхідні ресурси:*

1. Платформа для роботи в групах (Google Docs, Microsoft Teams, Zoom або інші засоби для онлайн–комунікації).
2. Інтерактивні опитування або платформи для оцінки бізнес–ідеї (Kahoot, Mentimeter, Quizlet).
3. Шаблони для бізнес–планів (можна використовувати Google Docs або спеціалізовані програми, якщо є).
4. Презентаційне програмне забезпечення для підготовки результатів (PowerPoint, Canva).

### *Інструкція:*

1. Поділ на групи:

Студенти діляться на групи по 4–5 осіб. Кожній групі надається завдання розробити бізнес–план для стартапу в певній галузі (наприклад, технології, здоров'я, освіта, сталий розвиток, розваги, тощо).

2. Етап 1 – Визначення бізнес–ідеї:

Кожна група повинна вибрати або отримати від викладача бізнес–ідею для стартапу. Вони повинні розглянути такі аспекти:

1. Яка проблема вирішується за допомогою цього продукту чи послуги?
2. Хто є цільовою аудиторією?
3. Які конкурентні переваги має бізнес?
4. Які основні канали продажу та просування продукту?

### *Приклад ідеї:*

Стартап в сфері екологічного туризму: створення платформи для бронювання еко–турів в Україні.

3. Етап 2 – Ринковий аналіз:

Кожна група повинна провести аналіз ринку для свого стартапу:

1. Оцінити попит на послугу чи продукт.
2. Дослідити конкурентів та їхні сильні/слабкі сторони.
3. Оцінити можливі ризики на ринку (економічні, політичні, соціальні).

### *Завдання:*

1. Використовувати онлайн–ресурси для дослідження конкурентів і ринкових трендів.
2. Використовувати дані статистики або відкриті джерела для оцінки попиту та трендів.
4. Етап 3 – Фінансове планування:  
Групи повинні створити фінансову модель для запуску бізнесу, що включає:

1. Початкові витрати на запуск (оренда, обладнання, маркетинг, персонал).
2. Прогноз доходів за перший рік.
3. Оцінка точки беззбитковості (яка кількість продажів необхідна, щоб покрити витрати).
4. Оцінка необхідних інвестицій і можливих джерел фінансування (кредити, інвестори, гранти).

*Завдання:*

1. Створити таблицю з основними витратами і доходами.
2. Розрахувати точку беззбитковості (Break–even point).
5. Етап 4 – Стратегії маркетингу та продажу:

Кожна група повинна розробити маркетингову стратегію для свого стартапу:

1. Як привернути увагу до продукту (реклама, PR, соціальні мережі)?
2. Які канали продажу будуть використовуватися (онлайн, офлайн, партнерства)?
3. Які способи залучення та утримання клієнтів будуть застосовуватися?

*Приклад стратегії:*

1. Запуск кампанії в Instagram та Facebook, націленої на туристів, які шукають еко–дружні варіанти відпочинку.
2. Партнерство з місцевими готелями та гідами для пропонування турів.

6. Етап 5 – Презентація бізнес–плану:

Після виконання всіх етапів групи готують презентацію свого бізнес–плану:

1. Коротко презентують ідею та ринковий аналіз.
2. Описують фінансову модель і прогнози.
3. Розповідають про стратегії маркетингу та продажу.
4. Визначають основні ризики і способи їх зменшення.
5. Презентація повинна бути не більше 10–15 хвилин для кожної групи.

7. Етап 6 – Оцінка та зворотний зв'язок:

Викладач або інші групи оцінюють презентації за наступними критеріями:

1. Чіткість і логічність бізнес–плану.
2. Оцінка ризиків і можливостей.
3. Здійсненність фінансового плану.
4. Індивідуальний внесок кожного учасника.
5. Студенти можуть залишати коментарі та пропозиції, щоб покращити план.

*Підсумки та рефлексія:*

Після завершення вправи студентам надається час для обговорення:

1. Що було найскладнішим у розробці бізнес–плану?
2. Які інструменти економічного аналізу були найкориснішими?
3. Які стратегії виявились найбільш ефективними для запуску бізнесу?

*Розширення вправи:*

1. Інтерактивне голосування: після презентації бізнес–планів групи можуть проголосувати за найкращі ідеї і стратегії.

2. Рольова гра: студенти можуть виступити в ролі інвесторів, які оцінюють пропозиції стартапів і вирішують, які проєкти отримають фінансування.

Ця інтерактивна вправа дозволяє студентам не лише практично застосувати знання економіки, але й розвинути аналітичні та презентаційні навички, що є важливими для майбутніх підприємців та економістів.

### **Інтерактивна вправа «Економічний симулятор: розв'язання економічних проблем підприємства»**

*Мета:*

1. Ознайомити студентів з практичними аспектами економічного управління підприємством.
2. Навчити студентів аналізувати економічні ситуації та приймати стратегічні рішення.
3. Розвинути навички командної роботи та критичного мислення при вирішенні економічних проблем.

*Необхідні ресурси:*

1. Онлайн-платформи для співпраці та комунікації (Google Docs, Microsoft Teams, Zoom тощо).
2. Програмне забезпечення для симуляційних ігор (можна використовувати прості платформи для створення сценаріїв, наприклад, Kahoot або Mentimeter для інтерактивних опитувань).
3. Шаблони для аналізу фінансових звітів (Google Sheets або Excel).
4. Підручники та ресурси для самостійного вивчення фінансового управління.

*Інструкція:*

1. Поділ на групи та розподіл ролей:

Студенти діляться на 4–5 груп, кожна з яких буде виступати в ролі управлінської команди підприємства. Кожна група отримує конкретну ситуацію, в якій їй необхідно приймати економічні рішення.

2. Етап 1 – Опис ситуації:

Кожна група отримує бізнес-сценарій з економічними проблемами, які потрібно вирішити. Наприклад:

Сценарій 1: підприємство з виробництва одягу стикається з різким зростанням витрат на сировину. Як скоротити витрати і оптимізувати виробництво?

Сценарій 2: стартап з розробки нових технологій не може знайти достатньо інвесторів. Як залучити інвестиції та стабілізувати фінанси компанії?

Сценарій 3: ресторанний бізнес відчуває падіння попиту. Як змінити маркетингову стратегію та знову залучити клієнтів?

В кожному сценарії є конкретні економічні дані (доходи, витрати, ринкові умови), а також кілька варіантів стратегій для вирішення проблеми.

3. Етап 2 – Аналіз проблеми:

Кожна група проводить аналіз ситуації:

1. Визначає основні економічні проблеми.

2. Оцінює можливі варіанти рішень (скорочення витрат, зміни в стратегії, зміни ціноутворення).

3. Розраховує можливі наслідки кожного з варіантів.

Для цього використовуються таблиці фінансових звітів та прогнозування (наприклад, витрати на виробництво, прогноз доходів, співвідношення витрат і доходів).

4. Етап 3 – Прийняття рішень:

Кожна група обирає оптимальну стратегію, базуючись на аналізі ситуації. Для цього студенти повинні:

1. Вибрати одну або кілька економічних стратегій для вирішення проблеми.
2. Обґрунтувати свій вибір (які фактори враховувалися, які дані були використані).

Приклад стратегій:

1. Підвищення ціни на продукцію.
2. Залучення інвестицій через краудфандинг.
3. Зменшення виробничих витрат шляхом автоматизації.

5. Етап 4 – Оцінка ризиків та прогнозування:

Студенти повинні визначити можливі ризики, пов'язані з вибраною стратегією:

1. Які економічні чинники можуть вплинути на успішність стратегії?
2. Які фінансові та ринкові ризики можуть виникнути?
3. Як знизити ці ризики?

Після цього кожна група робить фінансовий прогноз на наступні 3 місяці для свого бізнесу (зростання доходів, зменшення витрат, прибуток).

6. Етап 5 – Презентація рішень:

Кожна група презентує свої результати:

1. Визначення проблеми.
2. Опис вибраної стратегії та її обґрунтування.
3. Прогнозовані фінансові показники та ризики.
4. Пропозиції щодо моніторингу результатів і коригування стратегії в разі необхідності.

Презентація має бути стисла (до 10 хвилин).

7. Етап 6 – Обговорення та оцінка:

Викладач та студенти оцінюють кожен презентацію за такими критеріями:

1. Чіткість і логічність обґрунтування рішень.
2. Глибина економічного аналізу та оцінка ризиків.
3. Практичність запропонованої стратегії.

Викладач може провести голосування, обираючи найкращі рішення, і надати рекомендації для поліпшення стратегії.

*Підсумки та рефлексія:*

1. Як студентам вдалося застосувати економічні знання для вирішення реальних проблем?
2. Які аспекти прийняття рішень виявились найскладнішими?
3. Які стратегії були найбільш ефективними та чому?

4. Що можна було б зробити інакше для досягнення кращих результатів?

*Розширення вправи:*

1. Інтерактивне голосування: студенти можуть проголосувати за найкращі стратегії або найбільш реалістичні прогнози.
2. Рольова гра: введення ролей, де частина студентів стає інвесторами, а інші – менеджерами підприємства, що дозволяє відпрацювати навички перегонів за фінансування та пошуку компромісів.

Ця вправа дозволяє студентам не лише засвоїти економічні теорії, але й активно застосувати їх до практичних ситуацій, покращуючи свої навички аналізу та прийняття рішень у бізнесі.

### **Інтерактивна вправа**

#### **«Фінансове управління підприємством: вибір стратегії зростання»**

*Мета:*

1. Ознайомити студентів з основами фінансового управління підприємством.
2. Розвинути навички прийняття рішень на основі економічних даних.
3. Навчити студентів працювати з фінансовими звітами та прогнозувати економічні наслідки різних стратегій.

*Необхідні ресурси:*

1. Онлайн-платформи для співпраці (Google Docs, Microsoft Teams).
2. Програмне забезпечення для аналізу фінансових звітів (Excel або Google Sheets).
3. Інтерактивні опитування або платформи для голосування (Kahoot, Mentimeter).

*Інструкція для проведення вправи:*

1. Поділ на групи:

Студенти діляться на 3–4 групи, кожна з яких буде працювати над вибором стратегії розвитку підприємства. Кожній групі надається різна ситуація з фінансовими даними.

2. Опис ситуації:

Кожна група отримує бізнес-сценарій з фінансовими показниками підприємства. Вони мають вибрати одну з кількох стратегій розвитку та обґрунтувати свій вибір.

*Приклад сценаріїв:*

Сценарій 1: Мале підприємство з виробництва меблів має стабільний, але обмежений ринок збуту. Їм необхідно вирішити, чи варто збільшити виробництво для розширення на нові ринки чи поліпшити якість продукції та підвищити її ціну на поточному ринку.

Сценарій 2: Стартап з виробництва екологічних продуктів має великий попит на свою продукцію, але немає достатньо коштів для розширення виробництва. Чи варто залучати інвестиції або зберегти економічну стійкість і зростати власними силами?

Сценарій 3: Середнє підприємство на ринку одягу стикається з конкуренцією. Вони мають вирішити, чи варто збільшити маркетингові витрати

для просування нового бренду або зосередитись на вдосконаленні існуючих лінійок продуктів.

### 3. Етап 1 – Аналіз ситуації:

Кожна група отримує фінансові дані, зокрема:

1. Підсумки доходів і витрат за останній рік.
2. Баланс активів та пасивів.
3. Показники рентабельності та ліквідності.
4. Тенденції на ринку.

Студенти мають проаналізувати:

1. Скільки коштів підприємство може інвестувати в нові стратегії.
2. Які є потенційні ризики та як їх мінімізувати.
3. Як зміни в стратегії впливають на доходи, витрати та фінансову стійкість підприємства.

### 4. Етап 2 – Прогнозування результатів:

Кожна група повинна оцінити потенційні фінансові результати вибраної стратегії:

1. Як збільшення витрат на маркетинг чи виробництво позначиться на прибутку?
2. Як можна досягти економії або збільшення доходів шляхом оптимізації процесів?
3. Оцінка ризиків у разі залучення інвестицій або розширення виробництва.

### 5. Етап 3 – Прийняття рішення:

На основі аналізу ситуації та прогнозів кожна група повинна вибрати одну стратегію розвитку і обґрунтувати свій вибір.

Збільшення виробництва чи поліпшення якості?

Залучення інвестицій чи розвиток за власні кошти?

Вкладення в маркетинг чи вдосконалення продукції?

Студенти повинні навести конкретні аргументи, чому обрана стратегія є найкращою для підприємства.

### 6. Етап 4 – Презентація результатів:

Кожна група презентує свої рішення перед іншими групами та викладачем:

1. Опис ситуації та проблеми.
2. Вибір стратегії та обґрунтування.
3. Прогноз фінансових результатів.
4. Оцінка ризиків та способи їх зниження.

Презентація має бути обмежена 5–10 хвилинами.

### 7. Етап 5 – Оцінка рішень:

Викладач і студенти оцінюють презентації:

1. Як обґрунтовано вибір стратегії?
2. Як враховано фінансові та економічні показники?
3. Як правильно оцінено ризики та потенційні вигоди?

Після оцінки, групи отримують зворотний зв'язок та рекомендації щодо покращення своїх рішень.

### 8. Етап 6 – Обговорення результатів:

Усі студенти обговорюють, чому ті чи інші стратегії були успішними, а які не призвели до бажаних результатів. Висновки щодо оптимальних підходів до фінансового управління.

*Розширення вправи:*

Інтерактивне голосування: після кожної презентації студенти голосують, яка стратегія, на їхню думку, є найбільш ефективною.

Додаткові завдання: Після виконання основної частини вправи студенти можуть бути запрошені для створення короткострокового фінансового плану для підприємства на наступні 6 місяців.

*Підсумки та рефлексія:*

1. Як студенти використовували економічні та фінансові дані для прийняття рішень?
2. Які стратегії виявилися найбільш перспективними в залежності від економічних умов?
3. Які навички у фінансовому управлінні були найбільш корисними при розв'язанні поставлених завдань?

Ця вправа дозволяє студентам застосовувати теоретичні знання в реальних економічних ситуаціях, вдосконалювати навички прийняття рішень і аналізу фінансових результатів підприємств.

### **Інтерактивна вправа**

#### **«Інвестиційний портфель: оцінка ризиків та прибутковості»**

*Мета:*

1. Розвинути навички оцінки інвестиційних можливостей.
2. Ознайомити студентів з основами інвестиційного аналізу та побудови портфеля.
3. Навчити студентів аналізувати ризики та прибутковість інвестиційних інструментів.

*Необхідні ресурси:*

1. Онлайн-платформи для співпраці (Google Docs, Microsoft Teams, Zoom для обговорень).
2. Програмне забезпечення для аналізу фінансів (Excel або Google Sheets).
3. Платформа для інтерактивного голосування або обговорень (Mentimeter, Kahoot).

*Опис вправи:*

1. Поділ на групи:

Студенти діляться на 4–5 груп по 3–4 людини. Кожній групі буде надано набір інвестиційних інструментів для аналізу та формування портфеля.

2. Опис ситуації:

Кожній групі потрібно побудувати інвестиційний портфель на основі фінансових даних про різні інвестиційні інструменти (акції, облігації, нерухомість, криптовалюти тощо).

Приклад інвестиційних інструментів:

1. Акції компанії А: потенційний прибуток – 10% на рік. Ризик – висока волатильність (підвищений ризик втрати).

2. Облігації уряду: потенційний прибуток – 3% на рік. Ризик – низький, але й доходність теж.
3. Криптовалюта: потенційний прибуток – 20% на рік. Ризик – дуже високий, можлива значна втрата.
4. Нерухомість: потенційний прибуток – 7% на рік. Ризик – середній, вимагає великого стартового капіталу.
5. Інвестиційний фонд: потенційний прибуток – 5% на рік. Ризик – середній.

### 3. Етап 1 – Аналіз можливостей:

Кожна група має проаналізувати надані інструменти, використовуючи такі критерії:

**Прибутковість:** Який інструмент має найбільший потенціал для отримання доходу?

**Ризик:** Який інструмент є найбільш ризикованим для інвестора?

**Ліквідність:** Наскільки швидко можна продати або перетворити інвестиції в готівку?

Групи повинні обговорити, як кожен інструмент впливає на загальний портфель, і чому.

### 4. Етап 2 – Створення інвестиційного портфеля:

Студенти повинні сформувавши портфель з різних інвестиційних інструментів, намагаючись досягти балансу між ризиком і прибутковістю. Кожна група повинна відповісти на такі питання:

1. Як розподілити свій капітал серед різних інструментів?
2. Яка частка інвестицій буде в акціях, облігаціях, криптовалюти тощо?
3. Як мінімізувати ризик втрат та збільшити можливість стабільного прибутку?

Після цього кожна група заповнює таблицю з розподілом інвестицій (наприклад, в Excel):

Інвестиційний інструмент	Частка портфеля (%)	Потенційний прибуток (%)	Ризик
Акції компанії А	30%	10%	Високий
Облігації уряду	40%	3%	Низький
Криптовалюта	20%	20%	Дуже високий
Нерухомість	10%	7%	Середній

### 5. Етап 3 – Прогнозування результатів:

Після того, як кожна група сформує портфель, вони мають прогнозувати потенційний результат через рік, беручи до уваги:

1. Очікувану прибутковість від кожного інструменту.
2. Можливі коливання на ринку, зокрема, для ризикових інструментів.
3. Стратегію для зменшення ризиків (наприклад, диверсифікація портфеля).

### 6. Етап 4 – Презентація результатів:

Кожна група презентує свій інвестиційний портфель:

1. Які інструменти вони вибрали і чому?
2. Як вони планують збалансувати ризик і прибутковість?

3. Які прогнози щодо потенційної прибутковості і можливих втрат?

Презентація повинна бути короткою (3–5 хвилин), з обов'язковими аргументами для кожного вибору.

7. Етап 5 – Оцінка рішень:

Після презентацій студенти оцінюють один одного:

1. Яка стратегія інвестицій є найефективнішою з точки зору збалансованості ризику та прибутковості?
2. Які стратегії знизили ризик і чому?
3. Які зміни можна було б внести для поліпшення портфеля?

8. Етап 6 – Обговорення результатів:

Всі групи обговорюють отримані результати:

1. Як змінилася прибутковість і ризик в результаті змін в інвестиційному портфелі?
2. Які уроки можна винести з аналізу портфеля?

*Розширення вправи:*

1. Інтерактивне голосування: після кожної презентації студентам пропонується проголосувати, який портфель, на їхню думку, є найкращим.
2. Додаткові завдання: студенти можуть бути запрошені для оцінки ефективності портфельів через три, шість або дванадцять місяців (можна запропонувати змодельовати зміну ринкових умов).

*Підсумки та рефлексія:*

1. Як студенти оцінювали ризики і прибутковість при виборі інвестиційних інструментів?
2. Які стратегії мінімізації ризиків були найбільш ефективними?
3. Як обраний портфель відповідає реальним умовам фінансових ринків?

Ця вправа допомагає студентам зрозуміти, як працювати з різними інвестиційними інструментами, враховувати ризики та прибутковість і робити обґрунтовані фінансові рішення.

### **Інтерактивна вправа**

#### **«Симуляція ринку: пошук оптимальних рішень для підприємства»**

*Мета:*

1. Розвинути навички аналізу ринкових умов і прийняття економічних рішень.
2. Ознайомити студентів з основами мікроекономіки, зокрема з управлінням підприємством в умовах ринку.
3. Навчити студентів оцінювати вплив зовнішніх факторів на прибутковість та конкурентоспроможність підприємства.

*Необхідні ресурси:*

1. Онлайн платформи для співпраці (Google Docs, Microsoft Teams, Zoom).
2. Програмне забезпечення для створення таблиць та графіків (Excel або Google Sheets).
3. Платформа для голосувань або інтерактивних запитань (Mentimeter, Kahoot).

*Опис справи:*

1. Підготовка:

Розділіть студентів на команди по 4–5 осіб. Кожній команді надається сценарій для підприємства, яке має працювати в умовах змінюваного ринку. Вони будуть повинні вирішити, як правильно реалізувати стратегію для максимізації прибутку.

2. Завдання:

Кожна команда отримує опис підприємства (наприклад, виробництво смартфонів, аграрний бізнес, кафе тощо) з визначеними параметрами, такими як:

1. Стартовий капітал (наприклад, 100 000 грн).
2. Кількість працівників (наприклад, 10 осіб).
3. Ставка на виробничу потужність або інновації (наприклад, 40% на розвиток технологій, 60% на збільшення виробництва).
4. Поточні витрати (на оренду, зарплату, матеріали, маркетинг тощо).

4. Етап 1 – Аналіз ринкових умов:

У сценарії будуть описані зовнішні фактори:

1. Попит на продукцію: високий, середній або низький.
2. Конкуренція: слабка, середня або сильна.
3. Зміни у цінах на сировину: зростання або зниження.
4. Економічні умови: зростання економіки, стагнація або рецесія.

Команди повинні проаналізувати ці умови та прийняти рішення про:

Які стратегії вибрати (збільшення обсягів виробництва, інвестиції в нові технології, зменшення витрат, оптимізація маркетингу тощо)?

Яким чином реагувати на конкурентів (знижувати ціни, підвищувати якість продукції, інвестувати в рекламу)?

4. Етап 2 – Прогнозування результатів:

Використовуючи отриману інформацію, команди повинні створити фінансову модель для свого підприємства на наступний квартал:

1. Зміна прибутку в залежності від обраної стратегії.
2. Ризики: ймовірність того, що обрана стратегія не дасть очікуваного результату (наприклад, надмірне зниження цін може призвести до зниження прибутку).
3. Графік прибутковості: у вигляді таблиці або діаграми.

Вони можуть використовувати Excel або Google Sheets для розрахунків, базуючись на таких величинах:

1. Ціна одиниці товару.
2. Кількість проданих одиниць.
3. Витрати на виробництво та маркетинг.

5. Етап 3 – Презентація стратегій:

Кожна команда презентує свою стратегію і фінансові прогнози:

1. Як вони адаптуються до ринкових умов?
2. Як збільшать прибуток або зменшать витрати?
3. Які ризики передбачають і як їх мінімізують?

Студенти повинні аргументувати свої вибори, використовуючи економічні принципи (наприклад, закон попиту та пропозиції, аналіз витрат і прибутків).

#### 6. Етап 4 – Оцінка результатів:

Після презентацій кожна команда оцінює стратегії інших груп:

1. Яка стратегія виглядає найбільш ефективною?
2. Чи можна було б застосувати інші економічні інструменти для поліпшення результатів?
3. Як зміни на ринку вплинули на прийняті стратегії?

#### 7. Етап 5 – Симуляція результатів (онлайн голосування):

Після обговорення та оцінки, студенти голосують за стратегію, яка, на їхню думку, є найбільш оптимальною з точки зору економічної ефективності. Це може бути зроблено через платформу для голосування (наприклад, Kahoot або Mentimeter).

#### 8. Етап 6 – Аналіз результатів:

Після голосування проводиться загальне обговорення:

1. Як зміни на ринку вплинули на стратегії підприємства?
2. Як можна було б адаптувати стратегію для більш реалістичних умов?
3. Які економічні теорії або принципи можуть допомогти оптимізувати управлінські рішення в реальному житті?

*Розширення вправи:*

Динаміка ринку: для додаткової складності, можна запропонувати зміни на ринку кожні 10 хвилин (наприклад, зростання або падіння попиту, зміни в податковій політиці).

Роль конкурентів: задати інші команди як конкуренти, які можуть також змінювати свої стратегії в ході вправи.

*Підсумки та рефлексія:*

1. Як зміни на ринку впливають на економічні стратегії підприємства?
2. Які рішення були найбільш ефективними з точки зору ризику та прибутковості?
3. Як аналіз зовнішніх умов допомагає у прийнятті управлінських рішень?

Ця вправа допоможе студентам на практиці застосувати теоретичні знання з економіки, оцінити ризики та ефективність різних економічних стратегій, а також розвивати навички роботи в команді.

### **Інтерактивна вправа «Управління бюджетом підприємства»**

*Мета:*

1. Розвинути навички бюджетування та управління фінансами в умовах реального підприємства.
2. Навчити студентів приймати економічно обґрунтовані рішення щодо використання ресурсів.
3. Поглибити розуміння основних принципів фінансового аналізу та планування.

*Необхідні ресурси:*

1. Google Sheets або Microsoft Excel для створення фінансових моделей.
2. Платформа для онлайн голосування та опитувань, наприклад Kahoot або Mentimeter.

3. Презентаційні матеріали для опису задач і кейсів.

*Опис вправи:*

1. Вступ та теоретичний блок (15 хвилин):

Викладач пояснює основні принципи бюджетування:

1. Доходи: джерела доходів підприємства (продаж товарів, послуг, інвестиції).
2. Витрати: постійні та змінні витрати.
3. Прибуток: різниця між доходами та витратами.
4. Економічні показники: рентабельність, рентабельність капіталу, коефіцієнт ліквідності.

Пояснюється, як важливо для підприємства правильно планувати бюджет і розподіляти ресурси для досягнення фінансової стабільності.

2. Завдання для команд (30 хвилин):

Студенти поділяються на команди по 4–5 осіб. Кожній команді надається опис підприємства з певними економічними умовами, які потрібно враховувати при складанні бюджету.

Сценарії для підприємств:

Малий бізнес (кафе): мають певні доходи від продажу їжі та напоїв, є витрати на оренду, зарплату, закупівлю продуктів. Необхідно скласти бюджет на місяць, визначити, як розподіляти гроші між розвитком бізнесу і покриттям поточних витрат.

Інтернет-магазин: ж стартовий капітал для закупівлі товарів та запуску реклами. Витрати на доставку, маркетинг, зарплату. Мета – визначити найефективніші напрямки для витрат і досягти прибутку за квартал.

Мікропідприємство (ремесло або послуги): обмежений бюджет для запуску бізнесу з обов'язковими інвестиціями в інфраструктуру. Потрібно оптимізувати витрати на матеріали і маркетинг.

Кожна команда повинна:

1. Порахувати можливі доходи підприємства за місяць.
2. Оцінити витрати на основні категорії: оренда, зарплата, матеріали, маркетинг, інші витрати.
3. Розрахувати очікуваний прибуток.
4. Пограти з різними варіантами бюджетного планування: що станеться, якщо витрати на маркетинг збільшити чи зменшити? Як зміниться прибуток, якщо зменшити витрати на зарплату?

3. Робота з фінансовими моделями (15 хвилин):

1. Використовуючи Excel або Google Sheets, студенти повинні:
2. Створити таблицю з доходами, витратами та прибутком.
3. Використати формули для розрахунків (сумування, віднімання, процентні ставки).
4. Побудувати графіки прибутковості залежно від зміни витрат або доходів.

Це дозволить їм візуально оцінити, як різні стратегії фінансового планування впливають на кінцевий результат.

4. Презентація результатів (15 хвилин):

Кожна команда презентує свої результати:

1. Як вони сформували бюджет?
2. Які стратегії використовували для досягнення прибутку?
3. Як зміни на ринку (наприклад, підвищення цін на матеріали або зниження попиту) можуть вплинути на бюджет?

Вони мають обґрунтувати свої рішення та представити фінансові прогнози.

5. Опитування та оцінка стратегій (10 хвилин):

Після презентацій, студенти можуть проголосувати за найкращу стратегію, використовуючи платформу для опитувань (наприклад, Kahoot або Mentimeter).

Важливими критеріями для оцінки є:

1. Точність розрахунків.
2. Раціональність вибору витрат.
3. Ідеї щодо розвитку бізнесу.
6. Обговорення результатів і рефлексія (15 хвилин):

Після голосування проводиться загальне обговорення:

1. Як кожна команда справилася з бюджетом?
2. Які стратегії були найбільш ефективними для досягнення прибутку?
3. Як варіанти фінансового планування можуть змінюватися в реальних умовах?

*Розширення вправи:*

Додаткові фактори: під час роботи можна змінювати умови (наприклад, несподівана зміна попиту, нові податки) і запропонувати студентам переглянути свої стратегії на основі нової інформації.

Інтерпретація результатів: студенти можуть створити звіт про результати бюджетування та стратегічні рекомендації для компанії.

*Підсумки та рефлексія:*

1. Як бюджетування допомагає підприємствам адаптуватися до змін на ринку?
2. Чому важливо враховувати економічні умови при плануванні фінансів?
3. Як можна оптимізувати витрати та максимізувати прибуток в реальних умовах?

Ця вправа дозволяє студентам практично застосовувати теоретичні знання з економіки та фінансів, розвиваючи навички стратегічного планування і фінансового аналізу.

### **Інтерактивна вправа**

#### **«Економічні дилеми: прийняття рішень у реальному світі»**

*Мета:*

1. Розвинути навички прийняття економічних рішень у реальних життєвих ситуаціях.
2. Зрозуміти принципи економічної доцільності при виборі оптимальних варіантів в умовах обмежених ресурсів.
3. Вивчити ефекти різних економічних стратегій та їх наслідки на фінанси компаній або держав.

*Необхідні ресурси:*

1. Платформа для голосування та опитувань (наприклад, Kahoot, Mentimeter).
2. Інтерактивні таблиці або Google Docs для колективного обговорення варіантів рішень.
3. Платформи для відеоконференцій, якщо вправа проводиться в дистанційному форматі (наприклад, Zoom, Microsoft Teams).

*Опис вправи:*

1. Вступ та теоретичний блок (10 хвилин):

Викладач коротко пояснює:

1. Що таке економічні дилеми та як приймати ефективні економічні рішення.
2. Поняття "витрати можливостей", "альтернативні витрати".
3. Пояснення важливості оптимальних рішень в умовах обмежених ресурсів (час, гроші, матеріали).

Студенти знайомляться з ситуаціями, коли вони повинні приймати рішення, у яких кожен вибір має свої плюси і мінуси. Метою є вибір найкращого варіанту з усіх можливих альтернатив.

2. Постановка задачі (5 хвилин):

Викладач пропонує кілька економічних сценаріїв, які можуть виникнути в реальному житті:

Сценарій 1: Інвестиції в бізнес

Ви маєте \$50,000 для інвестування в один із двох стартапів:

1. Стартап, який займається екологічними технологіями, з очікуваним прибутком 10% за рік, але з високим ризиком.
2. Стартап в галузі онлайн-освіти, з очікуваним прибутком 7% за рік, але з низьким ризиком.

Який стартап ви виберете? (Обґрунтуйте свій вибір.)

Сценарій 2: Оптимізація витрат на виробництво

Ваша компанія має обмежений бюджет на маркетинг та модернізацію виробничих потужностей. Ось ваші варіанти:

1. Збільшити витрати на рекламу, щоб привернути більше клієнтів, що може збільшити продажі на 20%.
2. Вкласти гроші в модернізацію виробництва для зниження витрат і збільшення продуктивності на 15%.
3. Як ви розподілятимете бюджет? Який варіант оберете? (Обґрунтуйте свій вибір.)

3. Робота в групах: Аналіз і вибір стратегії (15 хвилин):

Студенти діляться на групи по 3–4 особи. Кожній групі дається один з наведених сценаріїв, і вони мають:

1. Проаналізувати можливі варіанти рішень.
2. Визначити плюси і мінуси кожного варіанту.
3. Прийняти рішення і обґрунтувати його на основі принципів економії ресурсів, рентабельності та ризиків.

4. Використовуючи Google Docs або іншу платформу для спільної роботи, студенти можуть обговорювати і записувати свої рішення.

4. Обговорення результатів (10 хвилин):

Кожна група презентує свій вибір та обґрунтування:

1. Який варіант вони вибрали і чому?
2. Які економічні фактори вони врахували при виборі?
3. Які альтернативні витрати були у кожному випадку?

Під час презентацій інші студенти можуть ставити питання або коментувати рішення своїх колег.

5. Опитування та голосування (5 хвилин):

Після того, як всі групи поділилися своїми виборами, викладач проводить опитування на платформі (наприклад, Kahoot чи Mentimeter), де студенти повинні вибрати, які стратегії здаються їм найбільш обґрунтованими. Платформа автоматично підрачує голоси, і це допоможе викладачеві підсумувати результати та порівняти різні підходи.

6. Підсумки та рефлексія (5 хвилин):

Викладач дає загальний огляд вправи, підкреслюючи:

1. Як різні варіанти стратегій можуть змінюватися в залежності від економічних умов і обмежених ресурсів.
2. Як прийняття економічних рішень в реальному світі часто вимагає компромісу між різними цілями.

Студенти також можуть поділитися своїми думками:

1. Як вони приймали рішення?
2. Що вони дізналися про економічні принципи на практиці?

*Розширення вправи:*

Включення більш складних сценаріїв: студенти можуть працювати з кейсами, де потрібно прийняти рішення в умовах швидко змінюваних економічних умов або кризових ситуацій (наприклад, в умовах пандемії або фінансової нестабільності).

Моделювання довгострокових наслідків: студенти можуть розглянути, як їхні рішення впливатимуть на розвиток підприємства або держави в довгостроковій перспективі.

*Підсумки та рефлексія:*

Ця вправа дає студентам можливість застосувати теоретичні знання до реальних ситуацій, розвиваючи їх навички стратегічного мислення, прийняття економічних рішень та аналізу можливих наслідків їхніх дій в умовах обмежених ресурсів.

### **Інтерактивна вправа «Формулювання бізнес-плану»**

*Мета:*

1. Розвинути навички складання бізнес-плану з урахуванням економічних принципів.
2. Ознайомити студентів з ключовими аспектами бізнес-планування: ринок, фінанси, ресурси.

3. Навчити аналізувати і оцінювати економічні можливості та ризики підприємства.

*Необхідні ресурси:*

1. Платформи для онлайн–опитувань та презентацій (наприклад, Google Forms, Mentimeter, Kahoot).
2. Інтерактивні таблиці або Google Docs для спільної роботи.
3. Платформи для відеоконференцій (наприклад, Zoom або Microsoft Teams).

*Опис вправи:*

1. Вступний блок: Теоретична основа (10 хвилин):

Викладач розповідає студентам про ключові складові бізнес–плану:

1. Аналіз ринку: оцінка попиту на продукт чи послугу, конкурентне середовище.
2. Маркетингова стратегія: як просувати продукт/послугу.
3. Фінансове планування: прогноз доходів та витрат.
4. Ризики та можливості: ідентифікація потенційних загроз та можливостей.

Викладач пояснює, чому важливо для кожного підприємця розуміти економічні процеси і приймати обґрунтовані рішення на основі цих знань.

2. Постановка задачі (5 хвилин):

Студентам пропонується умовна ситуація:

Сценарій:

Ви отримали можливість започаткувати власний малий бізнес. Вам потрібно розробити бізнес–план для нового продукту або послуги. Це може бути ресторан, стартап у галузі технологій, або навіть виробництво екологічних товарів.

Вашим завданням є скласти бізнес–план, враховуючи потреби цільової аудиторії, економічні умови та доступні ресурси.

Студенти обирають тип бізнесу, який хочуть створити (можна подати варіанти на вибір, наприклад, кафе, онлайн–магазин, стартап у сфері ІТ, тощо).

3. Робота в групах: створення бізнес–плану (15 хвилин):

Студенти поділяються на малі групи (по 3–4 особи) та використовують Google Docs чи іншу платформу для спільної роботи, щоб створити бізнес–план за такими напрямками:

1. Аналіз ринку: Як виглядає ринок для вашого продукту/послуги? Які конкуренти існують? Яку цільову аудиторію ви хочете залучити?
2. Маркетингова стратегія: Як ви будете просувати ваш продукт? Які канали реклами використовуватимете (соціальні мережі, офлайн–реклама, SEO)?
3. Фінансове планування: Які витрати вам потрібно буде понести для запуску бізнесу? Який буде стартовий капітал? Які очікувані доходи за перший рік?
4. Оцінка ризиків: Які основні ризики можуть виникнути при веденні бізнесу? Як ви плануєте їх зменшити або уникнути?

Кожна група створює основу бізнес–плану, яку потім презентує.

4. Презентація бізнес–планів (15 хвилин):

Кожна група презентує свій бізнес–план перед іншими студентами, відповідаючи на такі запитання:

1. Як ви визначили вашу цільову аудиторію та конкуренцію?
2. Які фінансові показники плануєте досягти?
3. Як ви плануєте залучати клієнтів і рекламувати свій продукт?
4. Які є основні ризики для вашого бізнесу?

Інші студенти та викладач можуть поставити питання, дати рекомендації або обговорити альтернативні стратегії.

#### 5. Опитування: Оцінка бізнес–планів (5 хвилин):

Використовуючи платформу для опитувань (наприклад, Kahoot чи Mentimeter), студенти голосують, який бізнес–план їм здався найбільш реалістичним та обґрунтованим. Важливо, щоб вони вказали причини свого вибору.

Викладач проводить короткий аналіз результатів опитування та обговорює, що було успішним у кожному бізнес–плані та де можна було б поліпшити стратегію.

#### 6. Рефлексія та підсумки (5 хвилин):

1. Під час заключного етапу студенти обговорюють:
2. Що було найбільш складним під час створення бізнес–плану?
3. Які економічні принципи вони застосовували?
4. Як вони оцінювали ризики та можливості в кожному бізнес–плані?

Викладач підсумовує урок, звертаючи увагу на важливість економічних рішень при створенні та розвитку бізнесу.

#### *Розширення вправи:*

Додавання фінансових моделей: студенти можуть використовувати Excel або Google Sheets для розрахунку фінансових прогнозів та моделей прибутковості.

Робота з реальними кейсами: можна запропонувати студентам розглянути кейси реальних компаній або стартапів, проаналізувати їх бізнес–плани та фінансові стратегії.

Моделювання кризових ситуацій: студенти можуть створити бізнес–план на випадок економічної кризи або змін на ринку (наприклад, вплив пандемії або політичних змін).

#### *Підсумки:*

Ця вправа допомагає студентам не лише вивчати теоретичні аспекти економіки, але й застосовувати знання на практиці при створенні бізнес–планів. Вони навчаються аналізувати ринок, планувати фінанси, розуміти ризики та розвивати стратегічне мислення, що є важливими навичками для майбутніх економістів, підприємців та менеджерів.

### **Інтерактивна вправа «Економічне стратегічне планування»**

#### *Мета:*

1. Розвинути у студентів навички стратегічного планування для підприємства.

2. Ознайомити з основними принципами економічного аналізу та фінансового прогнозування.
3. Навчити студентів приймати економічні рішення на основі аналізу даних та змінюваних умов ринку.

*Необхідні ресурси:*

1. Google Docs або Microsoft Word для спільної роботи над планами.
2. Google Forms або Mentimeter для інтерактивних опитувань та голосувань.
3. Інтерактивні платформи для групової роботи (наприклад, Trello для візуалізації процесів або Miro для створення карт ідей).

*Опис вправи:*

1. Вступний блок: Теоретичний огляд (10 хвилин)

Викладач пояснює основи стратегічного планування в економіці:

1. Аналіз ринку: оцінка попиту, конкурентів, трендів.
2. Фінансове прогнозування: складання бюджету, прибутковості та витрат.
3. Оцінка ризиків: як управлінці можуть передбачити та мінімізувати економічні ризики.
4. Технологічні інновації та адаптація до змін: як компанії повинні реагувати на зміни в ринковій ситуації.

Після цього студенти отримують інструкції для вправи: вони працюватимуть над розробкою стратегії для вигаданого підприємства.

2. Розподіл на групи та завдання (5 хвилин)

Студенти поділяються на малі групи (3–4 особи) та отримують наступне завдання:

*Сценарій:*

Уявіть, що ви є командою стратегічних планувальників для новоствореної компанії в сфері електронної комерції. Ваше завдання – розробити стратегію розвитку для компанії на наступні 3 роки.

Компанія спеціалізується на продажу екологічних товарів (наприклад, багатофункціональні органічні продукти, екологічно чисті побутові товари, або технології для зниження енергоспоживання в будинках).

Студенти повинні визначити:

1. Аналіз ринку: Який попит на екологічні товари? Хто є основними конкурентами?
  2. Маркетингова стратегія: Як просувати продукцію? Які канали реклами будуть найбільш ефективними?
  3. Фінансове планування: Які витрати передбачаються на запуск бізнесу? Які прогнози доходів та витрат?
  4. Стратегія на випадок ризиків: Як адаптувати бізнес до змін на ринку або зростаючої конкуренції?
3. Робота в групах: Розробка стратегії (20 хвилин).

Студенти працюють у своїх групах для створення бізнес-плану, використовуючи онлайн-інструменти для спільної роботи (наприклад, Google Docs або Excel для фінансових розрахунків). Групи працюють над наступними етапами:

Аналіз ринку: Збір інформації про конкурентів та цільову аудиторію.

Маркетингова стратегія: Вибір найбільш ефективних методів залучення клієнтів.

Фінансові розрахунки: Прогноз доходів та витрат, обчислення необхідних інвестицій для запуску.

Оцінка ризиків: Визначення можливих проблем та способів їх вирішення.

Кожна група має підготувати коротку презентацію (до 5 слайдів або сторінок тексту), яка включатиме основні моменти стратегії.

#### 4. Презентація стратегій (15 хвилин)

Кожна група презентує свою стратегію перед іншими студентами та викладачем. Вони повинні висвітлити:

1. Причини вибору того чи іншого методу просування продукту.
2. Як оцінювали ринок і конкурентів.
3. Які фінансові прогнози вони зробили для свого бізнесу.
4. Як вони планують знизити економічні ризики.

Після кожної презентації інші студенти можуть поставити питання або обговорити стратегію.

#### 5. Інтерактивне опитування: Оцінка стратегій (5 хвилин)

Студенти заповнюють коротке інтерактивне опитування на платформі Mentimeter чи Google Forms, де оцінюють, яка з представлених стратегій є найефективнішою. Вони можуть вибрати:

1. Найкраща маркетингова стратегія.
2. Найбільш обґрунтовані фінансові прогнози.
3. Стратегія ризик–менеджменту, яка вразила найбільше.

Викладач на основі результатів опитування надає зворотний зв'язок.

#### 6. Рефлексія та підсумки (5 хвилин)

Викладач підсумовує результат вправи, звертаючи увагу на:

1. Які стратегії були найбільш обґрунтовані та чому.
2. Як економічні принципи допомогли студентам у створенні стратегії.
3. Які помилки були допущені і як їх можна виправити.

Студенти мають можливість поділитися своїми думками про те, що було для них найскладнішим, та що вони дізналися нового з цієї вправи.

*Розширення вправи:*

1. Моделювання змін на ринку: студенти можуть працювати з кейсами, де бізнес зазнає зовнішніх змін (наприклад, зміна законодавства, економічна криза). Вони повинні скоригувати свою стратегію відповідно до нових умов.
2. Додаткові фінансові показники: для більш складного аналізу можна додати завдання з розрахунку таких показників, як ROI (показник рентабельності інвестицій), точка беззбитковості, або прогноз руху грошових коштів.

*Підсумки:*

Ця вправа допомагає студентам розвинути практичні навички стратегічного планування та фінансового прогнозування, а також здобути досвід аналізу ринку та управління ризиками. Вони вчаться працювати в команді, приймати рішення

на основі даних і розуміти важливість економічного аналізу для ефективного ведення бізнесу.

### **Інтерактивна вправа «Розробка бізнес–моделі та аналіз ринку»**

*Мета:*

1. Ознайомити студентів з основами розробки бізнес–моделі.
2. Розвинути навички аналізу ринку та конкурентного середовища.
3. Навчити оцінювати економічні ризики та можливості для стартапу.

*Необхідні ресурси:*

1. Google Docs або Microsoft Word для спільної роботи над стратегією та бізнес–планом.
2. Trello або Miro для візуалізації бізнес–моделі.
3. Mentimeter або Kahoot для інтерактивних голосувань та опитувань.
4. Excel або Google Sheets для розрахунків фінансових показників.

*Опис вправи:*

1. Вступний блок: Теоретичний огляд (10 хвилин)

Викладач коротко пояснює основи розробки бізнес–моделі та важливість аналізу ринку:

Бізнес–модель: це загальний план, що описує, як компанія створює, доставляє і захоплює цінність. Студенти ознайомляться з популярними моделями, такими як Canvas Model, що включає 9 основних компонентів:

1. Ціннісна пропозиція.
2. Ключові партнери.
3. Ключові ресурси.
4. Канали продажу.
5. Споживачі.
6. Витрати.
7. Доходи.
8. Ключові діяльності.
9. Структура витрат.

Аналіз ринку: як оцінювати попит на товар чи послугу, конкурентів, потенційних клієнтів і тенденції ринку.

Студенти також дізнаються про важливість оцінки ризиків і можливостей у процесі створення бізнес–плану.

2. Розподіл на групи та завдання (5 хвилин)

Студенти діляться на групи по 3–4 людини. Кожна група отримує задачу розробити бізнес–модель для стартапу в обраній сфері. Наприклад:

1. Стартап у сфері екологічних технологій.
2. Стартап у сфері мобільних додатків.
3. Стартап у сфері органічного харчування.
4. Стартап у сфері енергозбереження.

Кожна група повинна:

1. Розробити бізнес–модель за допомогою Canvas Model.
2. Провести аналіз ринку, визначити потенційних конкурентів і клієнтів.

3. Створити фінансовий план для стартапу (прибутки, витрати, стартові інвестиції).

3. Робота в групах: Створення бізнес–моделі (15–20 хвилин)

Групи працюють над створенням бізнес–моделі, використовуючи онлайн–інструменти для візуалізації та спільної роботи:

1. Google Docs для запису ідеї.
2. Trello або Miro для створення візуальних моделей.
3. Google Sheets або Excel для фінансових розрахунків.

Вони повинні відповідати на запитання:

1. Яка цінність вашого продукту або послуги?
2. Як ви плануєте залучити клієнтів?
3. Хто ваші основні конкуренти і як ви будете з ними конкурувати?
4. Які фінансові ресурси вам потрібні для старту?
5. Які основні ризики можуть виникнути і як ви з ними будете справлятися?

4. Презентація бізнес–моделей (10 хвилин)

Кожна група презентує свою бізнес–модель та аналіз ринку перед класом.

Презентація повинна включати:

1. Основні компоненти бізнес–моделі.
2. Опис цільової аудиторії та конкурентів.
3. Фінансовий план: прогноз доходів, витрат, і початкових інвестицій.
4. Стратегії для управління ризиками.
5. Інтерактивне опитування: Оцінка бізнес–моделей (5 хвилин)

Після кожної презентації, студенти оцінюють бізнес–моделі інших груп через Mentimeter або Kahoot. Вони можуть оцінити:

1. Найбільш інноваційну бізнес–модель.
2. Найкращий фінансовий план.
3. Найкращу стратегію управління ризиками.

Викладач на основі голосування надає зворотний зв'язок.

6. Рефлексія та підсумки (5 хвилин)

Викладач проводить рефлексію, обговорюючи:

1. Що допомогло успішно розробити бізнес–моделі?
2. Які труднощі виникли під час аналізу ринку чи фінансових розрахунків?
3. Як можна покращити бізнес–моделі і стратегії?

Студенти також можуть поділитися своїми враженнями та думками.

*Розширення вправи:*

Сценарії ризиків: викладач може представити кілька сценаріїв зміни ринкових умов (наприклад, економічна криза, зміна законодавства) і студенти повинні коригувати свою бізнес–модель відповідно до нових умов.

Оцінка ефективності бізнес–моделі: студенти можуть спробувати додатково оцінити свою бізнес–модель за допомогою фінансових показників, таких як ROI (показник рентабельності інвестицій) або чиста приведена вартість (NPV).

*Підсумки:*

Ця вправа дозволяє студентам не лише ознайомитися з теорією економіки та бізнес–планування, але й застосувати отримані знання на практиці. Вони

розвивають навички командної роботи, стратегічного мислення, фінансового аналізу та оцінки ризиків, що є важливими для майбутніх економістів та підприємців.

### **Інтерактивна вправа «Аналіз попиту та пропозиції на ринку»**

*Мета:*

1. Ознайомити студентів з основами теорії попиту і пропозиції.
2. Розвинути навички аналізу ринку та передбачення змін у рівновазі попиту та пропозиції.
3. Розглянути вплив змін на ціну та кількість товару на ринку.

*Необхідні ресурси:*

1. Google Docs або Microsoft Word для записів та аналізу.
2. Trello або Miro для візуалізації взаємодії попиту та пропозиції.
3. Excel або Google Sheets для розрахунків попиту та пропозиції.
4. Mentimeter або Kahoot для інтерактивних опитувань і голосувань.

*Опис вправи:*

1. Вступний блок: Теоретичний огляд (10 хвилин)

Викладач дає короткий огляд теорії попиту та пропозиції:

1. Попит – це бажання та здатність споживачів купувати товар за різними цінами.
2. Пропозиція – це кількість товару, яку виробники готові продати за різними цінами.
3. Рівновага на ринку – точка, де попит дорівнює пропозиції, і ціна встановлюється на оптимальному рівні.

Студенти вчаться будувати графіки попиту і пропозиції, а також розуміють, як зміни в різних факторах (ціна, доходи споживачів, технології виробництва) можуть змінювати рівновагу ринку.

2. Розподіл на групи та завдання (5 хвилин)

Студенти діляться на групи по 4–5 осіб. Кожна група отримує конкретне завдання:

Оцінити, як зміниться попит або пропозиція на конкретному ринку при зміні певних факторів. Наприклад:

1. Як зміниться попит на електричні автомобілі після підвищення ціни на нафтопродукти?
2. Як змінилася пропозиція на ринку мобільних телефонів з появою нових технологій виробництва?
3. Як впливають зміни в доходах споживачів на попит на дорогі товари?

3. Робота в групах: Аналіз змін (15–20 хвилин)

Кожна група повинна:

1. Скласти графік попиту і пропозиції для обраного товару.
2. Оцінити, як певні фактори (наприклад, зміна ціни, доходів споживачів або технологій виробництва) впливають на попит і пропозицію.
3. Передбачити, як ці зміни призведуть до зміни ціни та кількості товару на ринку.

4. Використовуючи Excel або Google Sheets, провести числові розрахунки зміни попиту і пропозиції за різних умов.

Для цього можна використовувати такі інструменти:

1. Trello або Miro для візуалізації даних.
  2. Google Sheets для розрахунків та збереження результатів.
4. Презентація результатів (10 хвилин)

Кожна група презентує результати своєї роботи:

1. Графіки попиту і пропозиції.
2. Оцінка впливу змін на ринок.

Обґрунтування причин змін і передбачення результату (як зміни впливають на рівноважну ціну та кількість).

5. Інтерактивне голосування та обговорення (5 хвилин)

Після презентацій викладач проводить інтерактивне опитування через Mentimeter або Kahoot. Студенти оцінюють:

1. Які з представлених сценаріїв є найбільш реалістичними?
2. Як би вони оцінили ймовірні зміни на ринку за інших умов?

Питання можуть бути такими:

1. Як зміниться рівноважна ціна при збільшенні попиту на товар?
2. Які фактори найбільше впливають на пропозицію на конкретному ринку?

6. Рефлексія та підсумки (5 хвилин)

Викладач підсумовує результати вправи:

1. Як зміни в попиті та пропозиції можуть вплинути на ціни на ринку?
2. Які ключові фактори потрібно враховувати при прогнозуванні змін на ринку?
3. Як студенти можуть застосувати ці знання в реальному житті?

Студенти також можуть поділитися своїми враженнями і коментарями.

*Розширення вправи:*

Аналіз реальних випадків: викладач може запропонувати студентам аналізувати поточні події в економіці (наприклад, зміни в ринку енергоресурсів або технологічних товарів) та передбачити, як це вплине на попит і пропозицію.

Рольові ігри: студенти можуть взяти на себе ролі виробників і споживачів та обговорити, як вони реагуватимуть на зміну ціни або інших умов на ринку.

*Підсумки:*

Ця вправа дозволяє студентам практично застосовувати теорію попиту та пропозиції, аналізуючи реальні ситуації та оцінюючи, як різні фактори впливають на ринок. Вона розвиває навички аналізу, прогнозування та візуалізації даних, що є важливими для майбутніх економістів.

## ТРЕНІНГИ

Тренінг з економіки – це форма навчання, яка спрямована на розвиток економічних знань, практичних навичок і компетенцій через інтерактивні методи, вправи та моделювання реальних ситуацій. Він поєднує теоретичну підготовку з активною участю, дозволяючи учасникам практично застосовувати знання у вирішенні економічних завдань.

*Основні характеристики тренінгу з економіки:*

1. Інтерактивність: активна участь усіх учасників у процесі навчання через обговорення, вправи, ігри та групову роботу.
2. Практичність: акцент на вирішення реальних економічних проблем та завдань.
3. Рефлексія: учасники аналізують свої дії та прийняті рішення, отримуючи зворотний зв'язок.
4. Цілеспрямованість: тренінг має конкретну мету – розвиток певних економічних компетенцій (наприклад, управління фінансами, складання бізнес-планів, аналіз ринку тощо).

*Мета тренінгів з економіки:*

1. Розвиток економічного мислення.
2. Формування навичок прийняття рішень в умовах обмежених ресурсів.
3. Вироблення вмій роботи з економічною інформацією (аналіз даних, прогнозування, складання звітів).
4. Навчання командній роботі та ефективному спілкуванню в економічній діяльності.
5. Підготовка до реальних економічних викликів у професійній діяльності.

*Переваги тренінгів з економіки:*

1. Поглиблення практичних знань: учасники застосовують теорію до реальних ситуацій.
2. Розвиток soft skills: командна робота, комунікація, лідерство.
3. Адаптація до реальних умов: моделювання ситуацій, близьких до професійної діяльності.
4. Мотивація: інтерактивний формат сприяє залученості та зацікавленості.
5. Зворотний зв'язок: учасники отримують оцінку своїх дій і можуть коригувати свої навички.

Тренінги з економіки – це сучасний інструмент навчання, який дозволяє студентам і професіоналам поглибити знання, розвинути практичні навички та підготуватися до вирішення реальних економічних проблем. Вони ефективно доповнюють теоретичну підготовку, сприяючи всебічному розвитку особистості.

### Тренінг

#### «Основи економіки та принципи функціонування ринкової економіки»

*Цільова аудиторія:* студенти, які тільки починають вивчати економіку.

*Мета тренінгу:*

1. Ознайомити студентів з основними поняттями економіки.

2. Розкрити основи функціонування ринку та ринкових механізмів.
3. Зрозуміти роль держави в економічному процесі.
4. Вивчити основи мікроекономіки та макроекономіки.
5. Розвинути навички економічного мислення для аналізу повсякденних економічних явищ.

*Структура тренінгу:*

1. Вступ (10 хв)

1. Коротке знайомство з темою тренінгу.
2. Знайомство з учасниками, їх рівнем знань з економіки.
3. Пояснення важливості вивчення економіки для майбутніх фахівців.

2. Теоретичний блок (20 хв)

1. Що таке економіка?
2. Визначення економіки як науки.
3. Основні розділи економіки: мікроекономіка, макроекономіка, міжнародна економіка.
4. Визначення економічних ресурсів (земля, праця, капітал).
5. Функціонування ринкової економіки:
6. Ринок і його роль в економіці.
7. Закон попиту та пропозиції.
8. Ринкова рівновага.
9. Визначення вартості товарів і послуг.

3. Групова робота (30 хв)

Завдання 1: «Ринкове ціноутворення»

Студенти діляться на малі групи (4–5 осіб).

Кожній групі дається ситуація з ринку (наприклад, попит на електронні гаджети у святковий сезон, зміни в попиті на продукти харчування під час кризи тощо).

Групи повинні визначити, як попит і пропозиція впливають на ціни, які фактори можуть змінювати ціни, і як це відобразиться на ринку.

Завдання 2: «Економічні ресурси»

У кожній групі визначають економічні ресурси для певного бізнесу (наприклад, для відкриття кафе, інтернет-магазину, виробництва товарів) та оцінюють, як ефективно їх використовувати для отримання прибутку.

4. Практичний блок (15 хв)

Дискусія: «Роль держави в економіці»

Ведення дискусії про функції держави в ринковій економіці: регулювання ринку, податкова політика, соціальні програми.

Під час дискусії студенти можуть наводити приклади з реального життя та оцінювати роль держави в економічних процесах.

5. Підсумки та питання (10 хв)

1. Короткий підсумок тренінгу.
2. Питання та відповіді, уточнення незрозумілих моментів.
3. Рекомендації для подальшого вивчення економіки.

*Домашнє завдання:*

Підготувати короткий аналіз ситуації на ринку будь-якого товару або послуги в Україні або в інших країнах з точки зору попиту, пропозиції та ціноутворення.

*Матеріали для тренінгу:*

1. Презентація з основами економіки.
2. Відеоматеріали для пояснення складних понять.
3. Роздаткові матеріали з прикладами ринкових ситуацій.

*Очікувані результати:*

1. Студенти отримають базові знання про основи економіки, ринкові механізми та економічні ресурси.
2. Навчаться застосовувати теоретичні знання до реальних економічних ситуацій.
3. Розвинуть навички аналізу економічних процесів і ухвалення економічних рішень.

Цей тренінг можна адаптувати залежно від рівня знань студентів та їх спеціалізації.

## Тренінг

### «Основи економіки. Ринок, конкуренція та фінансова грамотність»

*Цільова аудиторія:*

Студенти університетів, які не мають глибоких знань з економіки, але бажають освоїти основи економічних процесів та фінансової грамотності.

*Мета тренінгу:*

1. Ознайомити студентів з основними економічними поняттями та принципами.
2. Розвинути фінансову грамотність та здатність до прийняття економічних рішень.
3. Навчити студентів аналізувати ринкові ситуації та використовувати економічні принципи для вирішення практичних завдань.
4. Підвищити обізнаність про важливість економічного планування та фінансового управління.

*Структура тренінгу:*

## 1. Вступ (10 хв)

1. Знайомство з метою та планом тренінгу.
2. Визначення основних цілей тренінгу: надання студентам основних знань з економіки та фінансової грамотності.
3. Питання до учасників: «Що таке економіка і чому вона важлива?».
4. Ознайомлення з основними термінами: економіка, ринок, попит, пропозиція, конкуренція.

## 2. Теоретичний блок: основи економіки (30 хв)

1. Що таке економіка?
2. Пояснення, що економіка – це наука, яка вивчає, як люди і суспільства використовують обмежені ресурси для задоволення своїх потреб.
3. Мікроекономіка та макроекономіка: що це і як вони взаємопов'язані.

Ринок і його принципи:

1. Визначення ринку, основні його функції.
2. Види ринків: конкурентний ринок, монополія, олігополія.
3. Закон попиту та пропозиції: як ці фактори визначають ціни на товари і послуги.
4. Ринкова рівновага: що це і чому важливо.

Конкуренція та її роль:

1. Як конкуренція впливає на ціни, якість та доступність товарів.
2. Види конкуренції (досконала, монополістична, олігополістична).

Фінансова грамотність:

1. Основи особистих фінансів: доходи, витрати, заощадження.
2. Роль бюджету: як скласти особистий бюджет, управляти витратами.
3. Види фінансових інструментів: кредити, депозити, інвестиції.

3. Практичний блок: Розв'язання задач та ситуацій (40 хв)

Завдання 1: «Попит та пропозиція на ринку»

Студентів поділяють на малі групи.

Кожна група отримує задачу з певним ринком (наприклад, ринок смартфонів, ринок житла).

Завдання: визначити, як зміни в попиті або пропозиції можуть вплинути на ціни товарів на ринку.

Обговорення результатів у групах.

Завдання 2: "Фінансове планування"

Студенти отримують приклад бюджету (особистий або для сім'ї).

Завдання: оптимізувати витрати, визначити пріоритети витрат, спланувати заощадження.

Дискусія щодо важливості фінансового планування для досягнення економічної стабільності.

Завдання 3: "Конкуренція на ринку"

Розбір реальних прикладів конкурентних стратегій (наприклад, конкурентні стратегії великих компаній на ринку технологій).

Студенти пропонують свої стратегії для того, щоб компанія змогла виграти в конкурентній боротьбі.

4. Дискусія: Роль держави в економіці (20 хв)

Дискусія на тему:

1. Як економічна політика держави впливає на ринок та економіку країни?
2. Роль держави у контролі над інфляцією, податками та субсидіями.
3. Приклади з реальної економічної політики України та інших країн.
4. Як студенти вважають, що потрібно змінити в економічній політиці їхньої країни?

5. Підсумки тренінгу (10 хв)

1. Підведення підсумків: що нового студенти дізналися про економіку та фінанси.
2. Обговорення основних моментів тренінгу.
3. Відповіді на запитання учасників.

4. Рефлексія: що було найцікавіше, який аспект з економіки найбільше зацікавив?
6. Домашнє завдання:
  1. Підготувати презентацію або короткий звіт на тему «Як зміни в економічній ситуації країни впливають на особисті фінанси».
  2. Написати аналіз інфляції в країні та її вплив на купувельну спроможність громадян.

*Матеріали для тренінгу:*

1. Презентація PowerPoint із основними теоретичними матеріалами.
2. Роздаткові матеріали для практичних завдань (наприклад, шаблони для складання бюджету, графіки попиту і пропозиції).
3. Відео або інфографіка для пояснення принципів конкуренції та фінансів.
4. Тексти для дискусій.

*Очікувані результати:*

1. Студенти отримають чітке розуміння основ економіки та фінансів.
2. Вони зможуть аналізувати ринкові процеси та робити економічні прогнози.
3. Зросте рівень фінансової грамотності студентів.
4. Студенти зможуть застосовувати здобуті знання для ефективного планування своїх фінансів та прийняття економічно обґрунтованих рішень у майбутній професійній діяльності.

Цей тренінг можна адаптувати під різні рівні підготовки студентів та конкретні вимоги навчальних програм.

## **Тренінг**

### **«Основи особистого фінансового управління та бізнес–планування»**

*Мета тренінгу:*

1. Ознайомити студентів з основними принципами управління особистими фінансами.
2. Розвинути навички складання бізнес–планів та оцінки фінансових ризиків.
3. Навчити студентів приймати економічно обґрунтовані рішення.

Тривалість тренінгу: 4 години (2 блоки по 2 години)

Часова структура тренінгу:

Вступ (15 хв.)

1. Знайомство з учасниками тренінгу.
2. Ознайомлення з цілями тренінгу та планом роботи.
3. Визначення очікувань студентів.

Модуль 1: Управління особистими фінансами (60 хв.)

Теоретична частина (20 хв.)

1. Визначення ключових понять: доходи, витрати, заощадження, інвестиції.
2. Принципи складання особистого бюджету.
3. Основи планування особистих фінансів.

Практичне завдання (40 хв.)

1. Студенти отримують завдання скласти свій бюджет на місяць, враховуючи доходи, витрати та можливі заощадження.
2. Завдання виконують у групах, обговорюють варіанти економії та інвестування.

Модуль 2: Бізнес–планування для стартапу (60 хв.)

Теоретична частина (20 хв.)

1. Що таке бізнес–план і чому він важливий.
2. Ключові елементи бізнес–плану: опис бізнесу, маркетингова стратегія, фінансова частина.

Практичне завдання (40 хв.)

1. Студенти обирають ідею для власного бізнесу (малі підприємства, стартапи тощо).
2. Кожна група має розробити основні частини бізнес–плану (опис продукту/послуги, цільова аудиторія, фінансова модель).
3. Під час виконання завдання студенти використовують шаблони бізнес–планів, що надаються тренером.

Модуль 3: Оцінка фінансових ризиків та прийняття рішень (60 хв.)

Теоретична частина (20 хв.)

1. Як оцінювати фінансові ризики в бізнесі.
2. Методики мінімізації ризиків та планування на випадок непередбачуваних обставин.

Практичне завдання (40 хв.)

1. Розгляд реальних ситуацій з бізнесу (кейси). Студенти повинні проаналізувати можливі фінансові ризики та запропонувати рішення для їх мінімізації.
2. Обговорення варіантів рішень у групах і презентація результатів.

Підсумки та зворотний зв'язок (15 хв.)

1. Обговорення основних уроків, які студенти винесли з тренінгу.
2. Питання та відповіді.
3. Зворотний зв'язок від студентів щодо тренінгу, що було корисно та що можна покращити.

Інтерактивні методи та матеріали:

1. Кейс–метод: студенти розв'язують реальні фінансові кейси, оцінюючи їхні економічні аспекти та фінансові наслідки.
2. Групова робота: виконання завдань у групах для розвитку командної роботи та обміну ідеями.
3. Рольові ігри: студенти виконують ролі підприємців, інвесторів, менеджерів, обговорюючи стратегії для розвитку бізнесу.

*Матеріали для тренінгу:*

1. Шаблони для складання бізнес–планів.
2. Інтерактивні калькулятори для бюджетування та інвестування.
3. Презентації з основних тем тренінгу.
4. Ситуаційні кейси для групової роботи.

*Оцінка результатів:*

1. Після тренінгу студенти заповнюють анкети для оцінки власних навичок у фінансовому управлінні та бізнес–плануванні.
2. Виконання домашнього завдання: розробка більш детального бізнес–плану для свого стартапу з урахуванням нових знань.

*Підсумок:*

Цей тренінг допомагає студентам зрозуміти важливість фінансового управління як на особистому рівні, так і на рівні бізнесу. Студенти отримують практичні навички для планування фінансів, оцінки ризиків та складання бізнес–планів, що є основою для подальшої професійної діяльності.

## Тренінг

### «Основи фінансового планування та інвестування»

*Мета тренінгу:*

1. Ознайомити студентів з основами фінансового планування та управління особистими фінансами.
2. Розвинути навички інвестування та оцінки фінансових ризиків.
3. Навчити приймати економічно обґрунтовані рішення у фінансовій сфері.

*Цільова аудиторія:* Студенти економічних спеціальностей, фінансисти, підприємці–початківці.

Тривалість тренінгу: 4 години (2 блоки по 2 години)

*Програма тренінгу*

Часова структура:

Вступ (15 хв)

1. Ознайомлення з учасниками тренінгу.
2. Огляд цілей та очікувань від тренінгу.
3. Пояснення основних тем та завдань, які будуть розглянуті.

Модуль 1: Основи фінансового планування (60 хв)

Теоретична частина (20 хв)

1. Визначення ключових понять: доходи, витрати, заощадження.
2. Принципи особистого фінансового планування.
3. Розподіл доходів та витрат за категоріями.
4. Створення особистого бюджету.

Практичне завдання (40 хв)

1. Студенти мають скласти особистий бюджет на місяць, враховуючи можливі джерела доходу та витрат.
2. Виконання завдання в групах, кожна група представляє свій бюджет і пояснює вибір категорій витрат.

Обговорення (10 хв)

1. Аналіз типових помилок у складанні бюджету.
2. Поради щодо ефективного управління фінансами.

Модуль 2: Інвестування та управління фінансовими активами (60 хв)

Теоретична частина (20 хв)

1. Види інвестицій: акції, облігації, нерухомість, криптовалюти.
2. Ризики та вигоди інвестування.
3. Оцінка фінансових активів та створення інвестиційного портфеля.

#### 4. Диверсифікація та баланс ризиків.

##### Практичне завдання (40 хв)

1. Студенти отримують різні варіанти інвестиційних проєктів (наприклад, портфелі з різними активами: акції, облігації, депозити тощо).
2. Вони повинні оцінити, які проєкти є найбільш вигідними та чому, використовуючи критерії рентабельності та ризику.

##### Обговорення (10 хв)

1. Оцінка вибору інвестиційних стратегій.
2. Поради щодо оптимального формування інвестиційного портфеля.

#### Модуль 3: Оцінка економічних ризиків (60 хв)

##### Теоретична частина (20 хв)

1. Визначення економічних ризиків та їх вплив на фінансові рішення.
2. Оцінка ризиків в умовах невизначеності.
3. Методи мінімізації ризиків.

##### Практичне завдання (40 хв)

1. Студенти аналізують економічні ризики певного бізнес-проєкту, використовуючи фінансові та ринкові показники.
2. Оцінка варіантів мінімізації ризиків: страхування, хеджування, диверсифікація.

##### Обговорення (10 хв)

1. Аналіз запропонованих рішень і їх переваги/недоліки.
2. Рекомендації щодо зниження економічних ризиків у різних сферах.

##### Заключна частина та підсумки (15 хв)

1. Огляд основних уроків тренінгу.
2. Питання та відповіді.
3. Підведення підсумків і отримання зворотного зв'язку від студентів.
4. Рекомендації для подальшого самостійного вивчення економічних та фінансових тем.

##### *Методи навчання:*

1. Кейс-метод: розгляд реальних ситуацій, що дозволяють студентам застосувати теоретичні знання на практиці.
2. Групова робота: студенти працюють у групах для виконання завдань, що стимулює командну роботу і колективне обговорення.
3. Інтерактивні калькулятори та інструменти: використання онлайн-ресурсів для фінансового планування та оцінки інвестиційних ризиків.

##### *Ресурси для тренінгу:*

1. Презентації з основних тем (фінансове планування, інвестування, ризики).
2. Інтерактивні інструменти для складання бюджетів і оцінки інвестицій.
3. Кейс-ситуації для групової роботи.

##### *Оцінка результатів:*

1. Після тренінгу студенти проходять тестування для перевірки знань у сфері фінансового планування, інвестування та управління ризиками.
2. Виконання домашнього завдання: складання особистого бюджету на рік із зазначенням стратегій інвестування.

*Підсумки:*

Цей тренінг дозволяє студентам глибше зрозуміти основи економічного планування та інвестування, а також навчитися приймати обґрунтовані фінансові рішення в умовах невизначеності та ризику.

### **Тренінг «Створення стартапу: від ідеї до реалізації»**

*Мета тренінгу:*

1. Ознайомити студентів з процесом створення та розвитку стартапу.
2. Розвинути навички командної роботи, лідерства, управління проектами.
3. Навчити студентів створювати бізнес-плани, аналізувати ринок і розробляти стратегії розвитку стартапу.

*Цільова аудиторія:* студенти економічних, управлінських спеціальностей та підприємці-початківці.

Тривалість тренінгу: 4 години (2 блоки по 2 години)

*Програма тренінгу**Часова структура:*

Вступ (15 хв)

Знайомство з учасниками тренінгу.

Огляд мети та завдань тренінгу.

Опис структури тренінгу та очікуваних результатів.

Модуль 1: Ідея стартапу та її перевірка (60 хв)

Теоретична частина (20 хв)

1. Як знайти ідею для стартапу: методи генерування ідей.
2. Як перевірити ідею на ринку: аналіз потреб, конкуренції, потенційних клієнтів.
3. Концепція мінімально життєздатного продукту (MVP) та як її використовувати.

Практичне завдання (40 хв)

1. Студенти в групах генерують ідеї для стартапів.
2. Кожна група має представити свою ідею та обґрунтувати її актуальність на ринку, перевіряючи попит через аналіз ринку та конкуренції.

Обговорення (10 хв)

1. Обговорення кращих ідей та важливість перевірки ідеї через MVP.
2. Рекомендації щодо удосконалення ідей.

Модуль 2: Розробка бізнес-плану та фінансове планування (60 хв)

Теоретична частина (20 хв)

1. Як створити бізнес-план: ключові елементи (опис продукту, ринок, маркетингова стратегія, фінансова частина).
2. Основи фінансового планування для стартапу: доходи, витрати, інвестиції, прибутковість.

Практичне завдання (40 хв)

1. Студенти отримують шаблони бізнес-плану та працюють над створенням плану для своєї стартап-ідеї.

2. Враховують маркетингову стратегію, джерела фінансування, прогноз доходів і витрат на перший рік.

Обговорення (10 хв)

1. Презентація бізнес–планів кожної групи.
2. Визначення сильних і слабких сторін кожного плану.

Модуль 3: Управління командою та лідерство (60 хв)

Теоретична частина (20 хв)

1. Роль лідера в стартапі: як правильно формувати команду, делегувати обов'язки та надихати на досягнення цілей.
2. Управління стартапом: організація процесів, мотивація, вирішення конфліктів.
3. Психологія стартапу: як зберігати мотивацію та ефективність у складні моменти.

Практичне завдання (40 хв)

1. Студенти створюють команди для свого стартапу та визначають ролі в команді (керівник, маркетолог, фінансист, розробник і т.д.).
2. Вони працюють над розподілом завдань та розробкою стратегії управління командою для максимального досягнення результатів.

Обговорення (10 хв)

1. Обговорення ролі лідерства та ефективного управління командою в стартапі.
2. Поради щодо подолання командних труднощів та мотивації.

Заключна частина та підсумки (15 хв)

1. Огляд основних уроків тренінгу.
2. Обговорення отриманих навичок і знань.
3. Зворотний зв'язок від студентів щодо тренінгу.

*Методи навчання:*

1. Кейс–метод: збір реальних ситуацій і проблем, з якими стикаються стартапи.
2. Групова робота: студенти працюють у групах для генерування ідей, створення бізнес–планів та управлінських стратегій.
3. Рольові ігри: студенти виконують різні ролі у командах стартапів, що сприяє розвитку командної взаємодії та лідерських якостей.

*Ресурси для тренінгу:*

1. Презентації з основних тем (генерація ідей, бізнес–планування, лідерство).
2. Шаблони бізнес–планів.
3. Онлайн–інструменти для створення фінансових прогнозів.
4. Кейси реальних стартапів для аналізу.

*Оцінка результатів:*

1. Після тренінгу студенти отримують домашнє завдання: завершити бізнес–план для свого стартапу.
2. Проведення фінальної презентації бізнес–планів перед групою та експертами.

*Підсумки:*

Цей тренінг надає студентам практичні навички, необхідні для створення та розвитку успішного стартапу. Вони навчаються генерувати ідеї, створювати бізнес–плани, ефективно працювати в команді та реалізовувати свої підприємницькі проекти.

## Тренінг

### «Стратегічне планування та управління проектами для стартапів»

*Мета тренінгу:*

1. Ознайомити студентів з основами стратегічного планування.
2. Розвинути навички управління проектами та створення бізнес–стратегій.
3. Навчити створювати ефективні стратегії для запуску та розвитку стартапів.

*Цільова аудиторія:* Студенти економічних, управлінських, інженерних спеціальностей.

Тривалість тренінгу: 4 години (2 блоки по 2 години)

*Програма тренінгу*

Часова структура:

Вступ (15 хв)

1. Знайомство з учасниками тренінгу.
2. Огляд цілей та завдань тренінгу.
3. Опис структури тренінгу та очікуваних результатів.

Модуль 1: Стратегічне планування для стартапів (60 хв)

Теоретична частина (25 хв)

1. Що таке стратегічне планування: основи та значення для розвитку стартапу.
2. Як сформулювати місію та бачення стартапу.
3. SWOT–аналіз: оцінка сильних і слабких сторін стартапу, можливостей і загроз.
4. Визначення стратегічних цілей та КРІ (ключові показники ефективності).

Практичне завдання (35 хв)

1. Студенти в групах виконують SWOT–аналіз для вигаданої бізнес–ідеї або реального стартапу.
2. Кожна група формулює стратегічні цілі та КРІ для розвитку стартапу на перший рік.

Обговорення (10 хв)

Презентація результатів SWOT–аналізу.

Обговорення можливих стратегій розвитку на основі аналізу.

Модуль 2: Управління проектами та організація роботи команди (60 хв)

Теоретична частина (20 хв)

1. Основи управління проектами: визначення цілей, етапи реалізації, планування ресурсів.
2. Управління ризиками в проєкті.

3. Роль команди та лідерства: як створити ефективну команду для стартапу.

Практичне завдання (40 хв)

1. Студенти створюють план проєкту для запуску стартапу, включаючи:
2. Строки реалізації.
3. Ресурси та бюджет.
4. Оцінка ризиків та методи їх мінімізації.

У кожній групі визначаються ролі членів команди (керівник проєкту, маркетолог, фінансист тощо) та розподіляються завдання.

Обговорення (10 хв)

1. Презентація проєктних планів та оцінка ефективності ресурсного планування.
2. Обговорення типових помилок при управлінні проєктами та шляхів їх уникнення.

Модуль 3: Маркетингова стратегія для стартапів (60 хв)

Теоретична частина (20 хв)

1. Як розробити маркетингову стратегію для стартапу: аналіз ринку, конкуренції та цільової аудиторії.
2. Позичювання продукту та бренду.
3. Вибір каналів просування та бюджет на маркетинг.

Практичне завдання (40 хв)

1. Студенти розробляють маркетингову стратегію для свого стартапу, обираючи методи просування та канали комунікації.
2. Кожна група визначає ключові меседжі для цільової аудиторії та створює концепцію рекламної кампанії.

Обговорення (10 хв)

1. Презентація маркетингових стратегій кожної групи.
2. Обговорення вибору маркетингових інструментів та їх ефективності для стартапу.

Заключна частина та підсумки (15 хв)

1. Огляд основних уроків тренінгу.
2. Відповіді на питання студентів.
3. Рекомендації для подальшого розвитку навичок у підприємництві та стратегічному управлінні.

*Методи навчання:*

1. Кейс–метод: розбір реальних або вигаданих кейсів для прийняття рішень в умовах невизначеності.
2. Групова робота: студенти працюють у командах, що стимулює креативність та співпрацю.
3. Рольові ігри: відтворення ситуацій у стартапах для розвитку лідерських і управлінських навичок.

*Ресурси для тренінгу:*

1. Презентації з основних тем (стратегічне планування, управління проєктами, маркетинг).
2. Шаблони бізнес–планів та проєктних документів.

3. Онлайн–інструменти для створення фінансових та маркетингових стратегій.

*Оцінка результатів:*

1. Після тренінгу студенти проходять невелике тестування на знання основ стратегічного планування та управління проєктами.
2. Студенти представляють свої бізнес–плани та маркетингові стратегії для отримання зворотного зв'язку.

*Підсумки:*

Цей бізнес–тренінг допомагає студентам розвинути основні навички, необхідні для запуску та управління стартапом. Вони навчаться створювати стратегії, планувати проєкти, управляти командами та розробляти ефективні маркетингові кампанії.

## Тренінг

### «Як створити і реалізувати бізнес–ідею: від концепції до стартапу»

*Мета тренінгу:*

1. Ознайомити студентів з етапами створення та реалізації бізнес–ідеї.
2. Навчити основам бізнес–планування, маркетингу та залучення інвестицій.
3. Розвинути навички командної роботи, критичного мислення та управління ризиками в бізнесі.

*Цільова аудиторія:* студенти, які бажають започаткувати власний бізнес або працювати в стартапах.

Тривалість тренінгу: 5 годин (розбиті на 3 основні блоки)

*Програма тренінгу*

Часова структура:

Вступ (15 хв)

1. Ознайомлення з тренером та учасниками.
2. Огляд цілей і структури тренінгу.
3. Коротка інформація про важливість підприємницьких навичок у сучасному світі.

Модуль 1: Від ідеї до бізнесу (90 хв)

Теоретична частина (30 хв)

1. Що таке бізнес–ідея та як вона може стати основою стартапу?
2. Основи бізнес–планування: визначення мети, цільової аудиторії, конкурентів і ключових партнерів.
3. Підбір бізнес–моделі: яка модель підходить для вашого стартапу?
4. Як оцінити доцільність ідеї: перевірка на ринку, аналітика попиту.

Практичне завдання (45 хв)

Студенти працюють у групах, щоб сформулювати бізнес–ідею для стартапу.

Кожна група повинна визначити:

1. Проблема, яку вирішує їхній продукт або послуга.
2. Цільову аудиторію та потреби цього сегменту.
3. Основні переваги продукту.
4. Обговорення бізнес–ідей кожної групи.

Перерва (15 хв)

Модуль 2: Розробка бізнес–плану та стратегічне планування (90 хв)

Теоретична частина (30 хв)

1. Структура бізнес–плану: маркетингова стратегія, фінансові прогнози, оцінка ризиків.
2. Як правильно скласти фінансові прогнози для стартапу: бюджетування та фінансування.
3. Стратегії залучення інвестицій: власні кошти, ангельські інвестори, венчурні капіталісти.

Практичне завдання (45 хв)

1. Кожна група працює над створенням бізнес–плану для їхнього стартапу, зокрема:
2. Опис продукту/послуги та стратегія просування.
3. Фінансові прогнози на перші три місяці: витрати, доходи, точка беззбитковості.
4. Підготовка короткої презентації для інвесторів (3–5 хвилин).

Обговорення (15 хв)

1. Презентація бізнес–планів групами.
2. Зворотний зв'язок від тренера і учасників щодо кожної презентації.

Модуль 3: Презентація та продаж бізнес–ідеї (60 хв)

Теоретична частина (20 хв)

1. Як ефективно презентувати свою ідею: методи та техніки пітчінгу.
2. Важливість чіткої та зрозумілої презентації для залучення інвесторів.
3. Психологія продажу: як переконати, мотивувати, створити довіру.

Практичне завдання (30 хв)

1. Кожна група підготовлює 3–хвилинний пітчінг для представлення їхньої бізнес–ідеї.
2. Виступ кожної групи з пітчінгом перед іншими учасниками тренінгу, що виступають як потенційні інвестори.

Обговорення (10 хв)

1. Зворотний зв'язок по кожній презентації: що вдалося, а що можна покращити.
2. Рекомендації щодо вдосконалення презентацій та пітчів для залучення інвесторів.

Заключна частина та підсумки (15 хв)

Підсумки тренінгу: ключові уміння та навички.

1. Рекомендації щодо подальшого розвитку підприємницьких навичок та ресурсів для створення стартапу.
2. Запитання та відповіді.

Методи навчання:

1. Групова робота: студенти працюють у командах, що стимулює креативність і розвиток колективних навичок.
2. Кейс–метод: вивчення реальних або вигаданих прикладів для розв'язання проблем.

3. Пітчінг: практика презентації бізнес-ідей для розвитку навичок переконання та виступів.

*Ресурси для тренінгу:*

1. Презентації та матеріали по бізнес-плануванню, пітчінгу та стратегічному плануванню.
2. Шаблони для створення бізнес-плану та фінансових прогнозів.
3. Доступ до онлайн-ресурсів для стартапів (платформи для залучення інвестицій, бізнес-інкубатори тощо).

*Оцінка результатів:*

1. Оцінка кожної групи за результатами виконаних завдань: чіткість формулювань, реалістичність бізнес-плану, креативність у розробці стратегії.
2. Виступи з пітчінгами оцінюються за ясністю, впевненістю та переконливістю.

Цей бізнес-тренінг допоможе студентам розвинути важливі навички для створення стартапу, від генерації ідеї до складання бізнес-плану та ефективної презентації своєї ідеї інвесторам.

## **Тренінг**

### **«Розвиток підприємницького мислення в освіті: створення та управління освітнім проєктом»**

*Мета тренінгу:*

1. Навчити майбутніх вчителів основам підприємництва, необхідним для запуску та управління освітніми проєктами.
2. Ознайомити з основами створення бізнес-плану для освітніх ініціатив.
3. Розвинути навички управління ресурсами та залучення інвестицій для освітніх проєктів.
4. Сприяти розвитку підприємницького мислення серед вчителів, щоб вони могли ініціювати нові ідеї в освіті.

*Цільова аудиторія:* майбутні вчителі, студенти педагогічних спеціальностей.

Тривалість тренінгу: 4 години

*Програма тренінгу*

Часова структура:

Вступ (15 хв)

1. Ознайомлення з тренером та учасниками.
2. Огляд мети тренінгу та ключових тем.
3. Обговорення важливості підприємницького мислення для вчителів.

Модуль 1: Основи підприємництва в освіті (45 хв)

Теоретична частина (20 хв)

1. Що таке підприємництво в освіті?
2. Як ідеї в освіті можуть перетворюватися на успішні проєкти: від ініціатив до реальних освітніх підприємств.
3. Приклади успішних освітніх проєктів: від онлайн-курсів до створення освітніх центрів.

4. Як педагоги можуть використовувати свої навички для створення додаткових освітніх послуг.

Практичне завдання (20 хв)

1. Визначте одну освітню проблему або потребу, яку ви могли б вирішити через новий освітній проєкт.
2. Обговоріть ідеї в малих групах: як можна вирішити цю проблему, які ресурси для цього потрібні.

Обговорення (5 хв)

Коротке обговорення ідей, поділимося на основні категорії освітніх проблем і рішень.

Модуль 2: Розробка освітнього проєкту (90 хв)

Теоретична частина (30 хв)

1. Як створити бізнес-план для освітнього проєкту?
2. Структура бізнес-плану для освітніх ініціатив: цілі проєкту, цільова аудиторія, бюджет, маркетингова стратегія, етапи реалізації.
3. Оцінка ризиків та можливостей фінансування проєкту: власні кошти, гранти, партнерства.

Практичне завдання (50 хв)

1. Кожна група працює над створенням бізнес-плану для конкретного освітнього проєкту:
2. Створіть проєкт, який вирішує конкретну проблему в освіті (наприклад, додаткові курси, дистанційне навчання, освітні заходи для дітей з особливими потребами).
3. Розробіть бізнес-план, включаючи опис продукту/послуги, маркетингову стратегію, потенційних партнерів і джерела фінансування.

Обговорення (10 хв)

Презентація результатів робочих груп: кожна група презентує свою ідею та бізнес-план.

Модуль 3: Стратегії залучення інвестицій для освітніх проєктів (45 хв)

Теоретична частина (20 хв)

1. Як залучити фінансування для освітнього проєкту?
2. Джерела інвестицій: державні гранти, міжнародні програми, краудфандинг, партнерства з бізнесом.
3. Як підготувати презентацію проєкту для інвесторів: ефективні методи пітчінгу.

Практичне завдання (20 хв)

1. Кожна група готує коротку презентацію (пітч) для залучення фінансування для свого освітнього проєкту.
2. Презентація проєкту перед іншими учасниками тренінгу, які виступають як потенційні інвестори.

Обговорення (5 хв)

Зворотний зв'язок по кожній презентації: що вдалося і що можна покращити.

Заклучна частина (15 хв)

1. Підсумки тренінгу: ключові навички та стратегії для розвитку освітніх проєктів.

2. Рекомендації щодо подальшого розвитку підприємницьких навичок у педагогічній діяльності.
3. Запитання та відповіді.

*Методи навчання:*

1. Групова робота: розвиток командних навичок, обговорення ідей та спільна робота над проектами.
2. Кейс–метод: аналіз реальних прикладів та ситуацій для пошуку рішень.
3. Пітчінг: практика коротких презентацій, що розвиває навички переконання та роботи з інвесторами.

*Ресурси для тренінгу:*

1. Презентації та матеріали по створенню освітнього бізнес–плану.
2. Шаблони для складання бізнес–плану освітнього проєкту.
3. Онлайн–платформи для отримання грантів та фінансування в освіті.

*Оцінка результатів:*

1. Оцінка бізнес–планів та пітчів за такими критеріями, як чіткість ідеї, реалістичність фінансових прогнозів, інноваційність та ефективність стратегії.
2. Виступи оцінюються на основі їхньої здатності переконати у важливості та життєздатності проєкту.

Цей тренінг дозволить майбутнім вчителям не лише розвинути підприємницькі навички, а й навчитись, як застосовувати ці навички для розвитку освітніх ініціатив, що допоможе їм стати активними учасниками в розвитку освітньої сфери.

## Тренінг

### «Розвиток підприємницького мислення та навичок для реалізації освітніх проєктів»

*Мета тренінгу:*

1. Ознайомити майбутніх вчителів з основами підприємницької діяльності в контексті освіти.
2. Розвинути навички створення та управління освітніми проєктами.
3. Навчити ефективно залучати ресурси та фінансування для реалізації освітніх ініціатив.
4. Розвинути вміння працювати з командою, взаємодіяти з партнерами та залучати інвесторів.

*Цільова аудиторія:* студенти педагогічних спеціальностей, майбутні вчителі.

Тривалість тренінгу: 4 години

*Програма тренінгу*

1. Вступ (15 хв)

1. Знайомство учасників: короткий інтерактивний етап для встановлення контакту між учасниками.
2. Огляд мети тренінгу: обговорення цілей тренінгу, які навички і знання учасники отримають після його завершення.

3. Запитання для саморефлексії: що таке підприємництво в освіті? Як підприємницький підхід може допомогти у реалізації освітніх ідей?

## 2. Модуль 1: Основи підприємництва в освіті (45 хв)

Теоретична частина (20 хв):

1. Визначення підприємництва в освіті. Як може виглядати освітній стартап?
2. Різновиди освітніх проєктів: від онлайн–курсів до створення приватних навчальних центрів.
3. Основні принципи підприємництва для вчителів: інновації, стійкість, адаптивність, створення додаткових освітніх послуг.

Групова робота (20 хв):

1. Підгрупи працюють над ідеєю освітнього проєкту: яким чином вчителі можуть впроваджувати підприємницькі стратегії в освітній процес?
2. Обговорення результатів у групах та презентація ідей.

Обговорення (5 хв):

Коротке обговорення: чому важливо розвивати підприємницькі навички для сучасного вчителя?

## 3. Модуль 2: Створення та управління освітнім проєктом (90 хв)

Теоретична частина (30 хв):

1. Як створити освітній проєкт? Основи бізнес–планування для вчителів.
2. Структура бізнес–плану: аналіз потреб цільової аудиторії, опис продукту/послуги, фінансування, маркетингова стратегія, план реалізації.
3. Як ефективно управляти проєктом: організація команди, управління ресурсами, виконання термінів.

Практичне завдання (45 хв):

У групах учасники працюють над створенням концептуального бізнес–плану для освітнього проєкту. Наприклад:

1. Приватний освітній центр для дітей з особливими освітніми потребами.
2. Онлайн–курси для підвищення кваліфікації вчителів.
3. Організація освітнього заходу для популяризації STEM–дисциплін.
4. Кожна група визначає цілі проєкту, цільову аудиторію, бюджет, джерела фінансування, етапи реалізації.

Презентація результатів (15 хв):

Кожна група представляє свій бізнес–план та отримує зворотний зв'язок від інших учасників і тренера.

## 4. Модуль 3: Залучення фінансування та партнерів для проєкту (45 хв)

Теоретична частина (20 хв):

1. Як залучати фінансування для освітніх проєктів?
2. Джерела фінансування: гранти, краудфандинг, спонсорство, приватні інвестиції.
3. Пошук партнерів для співпраці: як створити вигідні партнерства з бізнесом, державними установами, організаціями.

Практичне завдання (20 хв):

1. Розробка пітччу для залучення інвесторів: кожна група готує коротку презентацію свого проєкту з акцентом на те, чому їх ідея варта фінансування.
2. Кожна група презентує свою ідею перед аудиторією (роль інвесторів виконують інші учасники тренінгу).

Обговорення (5 хв):

Аналіз пітччів: які моменти були найважливішими для потенційних інвесторів?

5. Заключна частина (15 хв)

1. Підсумки тренінгу: що важливо знати при реалізації освітніх проєктів?
2. Як можна далі розвивати підприємницькі навички в освітній сфері?
3. Запитання та відповіді.

*Методи навчання:*

1. Групова робота: розвиток навичок командної роботи, генерація ідей та спільне прийняття рішень.
2. Практичні завдання: робота над реальними ситуаціями для розв'язання проблем.
3. Пітччинг: створення коротких презентацій для розвитку навичок переконання та пошуку інвесторів.
4. Обговорення кейсів: аналіз реальних проєктів та прикладів успішних освітніх стартапів.

*Оцінка результатів:*

1. Оцінка бізнес-планів за такими критеріями: чіткість ідеї, реалістичність фінансових прогнозів, інноваційність.
2. Оцінка пітччів на основі їх переконливості та ефективності.

Цей бізнес-тренінг допоможе майбутнім вчителям набути навичок управління проєктами, залучення фінансування та створення інноваційних освітніх ініціатив, що дозволить їм бути більш підприємливими в своїй професійній діяльності.

## Тренінг

**«Розвиток підприємницьких навичок для реалізації освітніх ініціатив»**

*Мета тренінгу:*

1. Ознайомити майбутніх вчителів з підприємницькими навичками, які допоможуть їм впроваджувати інновації в освітньому процесі.
2. Розвинути навички планування, реалізації та моніторингу освітніх проєктів.
3. Ознайомити з можливостями фінансування та партнерських відносин для підтримки освітніх ініціатив.
4. Розвинути вміння оцінювати ефективність освітніх проєктів і адаптувати їх під потреби студентів.

*Цільова аудиторія:* майбутні вчителі, студенти педагогічних факультетів.

Тривалість: 4 години (з можливістю розбиття на два блоки по 2 години).

*Програма тренінгу*

1. Вступ (15 хв)

1. Знайомство учасників: коротке представлення учасників і тренера.
2. Огляд мети тренінгу: пояснення, чому важливо для вчителів володіти підприємницькими навичками.
3. Запитання для рефлексії: «Як ви розумієте роль підприємництва в освіті?», «Чи є у вас ідеї, які ви хочете реалізувати в освітньому процесі?».

## 2. Модуль 1: Підприємницький підхід в освіті (45 хв)

### Теоретична частина (20 хв):

1. Що таке підприємництво в освіті? Як воно може змінити підхід до викладання та навчання?
2. Різновиди освітніх ініціатив: приватні школи, онлайн–курси, освітні стартапи.
3. Як вчителі можуть впроваджувати підприємницькі стратегії в освітній процес.
4. Практичні приклади: успішні освітні проекти та стартапи в Україні та за кордоном.

### Інтерактивна частина (25 хв):

1. Розподіл учасників на групи.
2. Завдання: створення короткої концепції освітнього стартапу для покращення навчального процесу у школі.
3. Презентація ідей групами та обговорення: яка ідея найкраще реалізується в освітньому контексті?

## 3. Модуль 2: Створення освітніх проектів (90 хв)

### Теоретична частина (30 хв):

1. Основи створення освітнього проекту.
2. Ключові етапи: ідея, планування, фінансування, реалізація, моніторинг результатів.
3. Як правильно написати бізнес–план для освітнього проекту.
4. Важливість командної роботи, залучення студентів, батьків та партнерів у реалізацію проекту.

### Практична частина (45 хв):

1. Підгрупи працюють над розробкою бізнес–плану для одного з варіантів освітніх ініціатив, наприклад:
2. Офлайн або онлайн курс для підвищення кваліфікації вчителів.
3. Приватний освітній центр для розвитку творчих навичок студентів.
4. Мобільний додаток для інтерактивного навчання.
5. Визначення ключових цілей проекту, цільової аудиторії, бюджету, джерел фінансування.
6. Розподіл ролей у проекті (керівник, фінансист, маркетолог тощо).

### Презентація бізнес–планів (15 хв):

Кожна група представляє свій проект, отримує зворотний зв'язок від інших учасників та тренера.

## 4. Модуль 3: Фінансування та партнерські відносини (45 хв)

### Теоретична частина (20 хв):

1. Як залучити фінансування для освітніх ініціатив?

2. Джерела фінансування: гранти, краудфандинг, партнерські угоди, державні програми підтримки освітніх проєктів.
3. Як знайти партнерів для співпраці: бізнес, місцева громада, інші навчальні заклади.

Практична частина (20 хв):

1. У групах учасники розробляють план залучення фінансування та партнерів для свого проєкту.
2. Презентація планів залучення інвесторів та партнерів.

Обговорення (5 хв):

Аналіз стратегій залучення фінансування та партнерств: що було ефективним, а що потребує коригування?

5. Заключна частина (15 хв)

1. Підсумки тренінгу: обговорення, що нове дізналися учасники.
2. Рефлексія: як застосувати набуті знання в реальному житті?
3. Поради щодо подальшого розвитку підприємницьких навичок у освіті.
4. Вручення сертифікатів учасникам.

*Методи навчання:*

1. Групова робота: розвиток навичок командної роботи, обміну ідеями та прийняття рішень.
2. Інтерактивні вправи: стимулюють креативність і допомагають застосувати теоретичні знання на практиці.
3. Презентації бізнес-планів: вчать представити свою ідею на публіці та отримати зворотний зв'язок.
4. Обговорення та рефлексія: стимулюють критичне мислення та саморозвиток.

*Оцінка результатів:*

1. Оцінка бізнес-планів за критеріями інноваційності, реалізованості та фінансової стійкості.
2. Оцінка стратегій залучення фінансування за ефективністю та конкретністю.

Цей тренінг дозволить майбутнім вчителям отримати цінні підприємницькі навички для реалізації освітніх проєктів, що допоможе їм бути більш креативними та проактивними у своїй професії.

## **"Тренінг**

### **«Розвиток підприємницьких навичок у педагогічній діяльності»**

*Мета тренінгу:*

1. Ознайомити майбутніх вчителів з основними принципами підприємництва та тим, як ці принципи можна застосувати у професійній діяльності.
2. Розвинути навички планування і реалізації проєктів в освітньому процесі.
3. Показати, як використання підприємницьких навичок може допомогти у пошуку нових підходів до навчання та розвитку студентів.

4. Навчити студентів керувати своїми ресурсами і часом, а також розвивати ефективні комунікаційні стратегії в освітньому середовищі.

*Цільова аудиторія:* майбутні вчителі, студенти педагогічних факультетів.

Тривалість: 3 години.

*Програма тренінгу*

1. Вступ (15 хв)

1. Знайомство з учасниками: коротке представлення тренера і учасників.
2. Огляд мети тренінгу: чому важливо для вчителів мати підприємницькі навички і як вони можуть бути корисні в педагогічній діяльності.
3. Мотиваційне питання: «Як ви уявляєте своє майбутнє як вчитель? Які підприємницькі навички можуть вам знадобитися?»

2. Модуль 1: Основи підприємництва в освіті (45 хв)

Теоретична частина (20 хв):

1. Що таке підприємництво і як воно пов'язане з педагогікою?
2. Роль інновацій в освіті та підприємницький підхід до навчального процесу.
3. Приклади застосування підприємницьких підходів в освітніх ініціативах: стартапи, онлайн–курси, освітні проекти.
4. Як вчитель може бути підприємцем: управління проектами, пошук фінансування, взаємодія з партнерами.

Інтерактивна частина (25 хв):

1. Учасники діляться власними ідеями щодо того, як можна впроваджувати підприємницькі підходи у клас.
  2. Створення бізнес–ідеї для освітнього проекту: наприклад, створення онлайн–курсу для студентів або організація клубу за інтересами.
  3. Презентація ідей групами, обговорення їх доцільності та реалістичності.
3. Модуль 2: Створення та управління освітнім проектом (60 хв)

Теоретична частина (30 хв):

1. Як спланувати освітній проект?
2. Основні етапи: ідея, планування, реалізація, фінансування, оцінка результатів.
3. Ресурси, необхідні для реалізації проекту: людські, фінансові, матеріальні.
4. Важливість комунікації та маркетингу в реалізації проектів. Як залучити студентів, батьків і партнерів?

Практична частина (30 хв):

У групах учасники розробляють освітній проект для свого майбутнього класу. Наприклад:

1. Проект створення групи підтримки для студентів з труднощами у навчанні.
2. Проект організації шкільного фестивалю або конкурсу.
3. Учасники визначають цілі, ресурси, методи оцінки ефективності проекту, а також складність фінансування та організації.
4. Презентація проектів та отримання зворотного зв'язку від інших учасників.

#### 4. Модуль 3: Як залучити ресурси для освітніх ініціатив (45 хв)

Теоретична частина (20 хв):

1. Як знайти фінансування для освітнього проєкту?
2. Джерела фінансування: державні та приватні гранти, краудфандинг, партнерські угоди, спонсорство.
3. Як вести переговори з потенційними партнерами (батьки, бізнес, місцеві органи влади)?

Інтерактивна частина (25 хв):

1. Учасники розробляють стратегію залучення фінансування для свого освітнього проєкту.
2. Розробка плану переговорів із потенційними партнерами (наприклад, благодійними фондами, місцевими підприємствами).
3. Презентація стратегій та обговорення.

5. Заключна частина (15 хв)

1. Підсумки тренінгу: обговорення, що нового дізналися учасники, як вони будуть використовувати отримані знання.
2. Рефлексія: "Які підприємницькі навички важливі для вашої педагогічної діяльності?"
3. Поради щодо розвитку підприємницьких навичок у професійній діяльності вчителя.
4. Вручення сертифікатів учасникам тренінгу.

*Методи навчання:*

1. Групова робота: розвитку навичок співпраці, обміну ідеями та прийняття рішень.
2. Інтерактивні вправи: практичні завдання для перевірки розуміння теоретичних аспектів.
3. Презентації: розвиток навичок презентувати свою ідею і отримувати зворотний зв'язок.
4. Робота над реальними проєктами: створення та планування реальних освітніх ініціатив.

*Оцінка результатів:*

1. Оцінка бізнес-ідей за інноваційністю, доцільністю та реалістичністю.
2. Оцінка стратегій залучення фінансування та партнерств на основі їх ефективності.

Цей тренінг дозволить майбутнім вчителям здобути необхідні підприємницькі навички для успішної реалізації освітніх проєктів, допоможе впроваджувати інноваційні підходи в навчання і вдосконалювати їх професійну діяльність.

### Тренінг

#### «Підприємницькі навички для ефективної педагогічної діяльності»

*Мета тренінгу:*

1. Розвинути в майбутніх вчителів основні підприємницькі навички, які можна застосувати в освітньому процесі.

2. Ознайомити з інструментами для управління проектами в навчанні та створенням освітніх ініціатив.
3. Показати, як підприємницький підхід допомагає в розвитку творчого підходу до навчання та організації класу.

*Цільова аудиторія:* майбутні вчителі (студенти педагогічних факультетів, учителі, педагоги позашкільних закладів).

Тривалість: 4 години (можна розбити на два заняття).

*Програма тренінгу*

#### 1. Вступ (15 хв)

1. Знайомство з учасниками: кожен учасник коротко розповідає про себе.
2. Огляд мети тренінгу: чому важливо для вчителів мати підприємницькі навички, і як це впливає на розвиток студентів.
3. Короткий огляд: як підприємництво може бути корисним у педагогічній діяльності (врахування інновацій, пошук нових можливостей для класу, залучення ресурсів).

#### 2. Модуль 1: Основи підприємницького мислення (45 хв)

Теоретична частина (20 хв):

1. Підприємницьке мислення: визначення та основні принципи.
2. Як підприємницькі навички можуть допомогти вчителю бути лідером в освітньому середовищі.
3. Ідея та інновація в освіті: що таке освітній стартап та як це може змінити підхід до навчання.
4. Приклади успішних освітніх ініціатив, заснованих на підприємницькому підході.

Інтерактивна частина (25 хв):

1. Кейс–стаді: Обговорення прикладу успішного освітнього стартапу (наприклад, запуск онлайн–курсу чи екологічної ініціативи в школі).
2. У групах учасники розробляють ідеї для освітніх проєктів: нові методи навчання, взаємодія з батьками, нестандартні підходи до організації класу.

#### 3. Модуль 2: Управління проєктами в освіті (60 хв)

Теоретична частина (25 хв):

1. Основи управління проєктами: планування, організація, реалізація, оцінка результатів.
2. Як організувати освітній проєкт: що потрібно для старту (ресурси, команда, бюджет, час).
3. Роль вчителя як менеджера проєкту: як керувати проєктом класу, залучати студентів і батьків.
4. Як створити ефективний план і стратегічно підходити до навчальних ініціатив.

Практична частина (35 хв):

1. У групах учасники створюють план для власного освітнього проєкту (приклади: екологічний проєкт, культурний фестиваль, інтерактивний курс для студентів).

2. Учасники визначають етапи реалізації проєкту, ресурси, що потрібні, та стратегічні цілі.

3. Презентація ідей та обговорення з іншими групами.

4. Модуль 3: Залучення ресурсів для освітніх ініціатив (45 хв)

Теоретична частина (20 хв):

1. Які ресурси необхідні для запуску освітнього проєкту?

2. Джерела фінансування та підтримки: гранти, партнерства з місцевими бізнесами, спонсорство, краудфандинг.

3. Як вести переговори з потенційними партнерами та спонсорами: на що звернути увагу, як підготувати презентацію для фінансування.

4. Роль комунікацій: як створити позитивний імідж проєкту для залучення ресурсів.

Практична частина (25 хв):

1. У групах учасники розробляють стратегію залучення ресурсів для свого проєкту.

2. Учасники обирають одну з можливих стратегій: пошук фінансування через державні гранти, партнерство з бізнесом чи краудфандинг.

3. Обговорення різних підходів і вибір найефективнішого способу для свого проєкту.

5. Модуль 4: Презентація та реалізація ідеї (45 хв)

Теоретична частина (15 хв):

1. Як ефективно презентувати освітній проєкт: структура презентації, акценти на інноваційність і цінність для студентів.

2. Як налаштувати проєкт на успіх, що робити після презентації: зворотний зв'язок, коригування плану, стратегії реалізації.

Практична частина (30 хв):

1. Учасники презентують свої освітні проєкти перед іншими учасниками.

2. Важливо: кожен проєкт має містити план дій, ресурси, етапи та методи залучення студентів, батьків і партнерів.

3. Після кожної презентації проводиться обговорення, надається зворотний зв'язок.

6. Заключна частина (15 хв)

1. Підсумки тренінгу: учасники діляться отриманими знаннями, як вони застосують ці навички у своїй майбутній роботі.

2. Обговорення, що було найкориснішим та як отримані знання можна використовувати в повсякденній педагогічній діяльності.

3. Вручення сертифікатів та рекомендацій для подальшого розвитку підприємницьких навичок у педагогічній практиці.

*Методи навчання:*

1. Групова робота: розвиток навичок співпраці, пошуку рішень та стратегічного мислення.

2. Кейс–стаді: аналіз реальних прикладів освітніх ініціатив та їх адаптація для конкретних умов.

3. Презентація: розвиток навичок презентації ідеї та отримання конструктивного зворотного зв'язку.

4. Практичні завдання: розробка реальних проєктів та стратегій для подальшої реалізації.

*Оцінка результатів:*

1. Оцінка ефективності створених проєктів (орієнтація на інноваційність, реалістичність, залучення ресурсів).
2. Зворотний зв'язок від учасників та тренера щодо того, як вони використовуватимуть отримані знання.
3. Цей тренінг допоможе майбутнім вчителям не тільки здобути корисні підприємницькі навички, але й навчитися застосовувати їх у педагогічній практиці, розвивати інноваційні підходи до навчання та ефективно працювати з різними ресурсами для реалізації проєктів у школах.

### Тренінг

**«Розвиток підприємницьких навичок для педагогічної діяльності»**

*Мета тренінгу:*

1. Поглибити знання студентів про бізнес–підходи, які можна застосувати у педагогічній діяльності.
2. Розвинути підприємницькі навички, необхідні для організації освітніх проєктів та ефективного управління класом.
3. Створити у студентів розуміння, як застосувати бізнес–стратегії для поліпшення якості освіти.

*Цільова аудиторія:* майбутні вчителі (студенти педагогічних факультетів).

Тривалість: 4 години (можна розділити на два заняття).

*Програма тренінгу*

1. Вступ (10 хв)

1. Знайомство з учасниками: коротка презентація учасників, обговорення їх очікувань від тренінгу.
2. Огляд мети тренінгу: чому важливо для вчителів розвивати підприємницькі навички, як вони можуть допомогти в управлінні класом і організації проєктів.

2. Модуль 1: Основи підприємницького мислення для вчителів (50 хв)

Теоретична частина (20 хв):

1. Підприємницьке мислення: основні принципи та як вони впливають на ефективність педагогічної діяльності.
2. Розвиток підприємницького підходу в освіті: інноваційність, ініціативність, ефективне використання ресурсів.
3. Приклади підприємницьких підходів у школах: освітні стартапи, соціальні проєкти, партнерства з бізнесом.
4. Як бачити можливості для розвитку в педагогічній діяльності та адаптувати їх до класу.

Практична частина (30 хв):

1. Кейс–стаді: участь у груповій дискусії на тему «Як вчитель може бути підприємцем у школі?»

2. Робота в малих групах: кожна група обирає ситуацію, де потрібно застосувати підприємницький підхід, і розробляє стратегію для її вирішення. (Наприклад, як залучити додаткові ресурси для проєкту, як оптимізувати навчальний процес, як організувати позакласну діяльність).

3. Модуль 2: Управління освітніми проєктами (60 хв)

Теоретична частина (25 хв):

1. Основи управління проєктами: як планувати, організовувати та реалізовувати проєкти в класі.
2. Роль вчителя як менеджера проєкту: управління часом, ресурсами та командами студентів.
3. Як створювати інноваційні навчальні проєкти: від ідеї до реалізації.
4. Оцінка результатів проєктів та коригування стратегій.

Практична частина (35 хв):

1. У групах студенти розробляють освітній проєкт, використовуючи бізнес-підхід: визначають мету проєкту, ресурси, етапи реалізації, можливі труднощі та рішення.
2. Презентація проєктів перед іншими групами, обговорення та зворотний зв'язок від тренера та інших учасників.

4. Модуль 3: Фінансування та залучення ресурсів для освітніх ініціатив (40 хв)

Теоретична частина (15 хв):

1. Як вчитель може залучати фінансові ресурси для освітніх проєктів: державні гранти, спонсорство, краудфандинг.
2. Як знаходити партнерів та спонсорів: як презентувати освітній проєкт та залучити необхідні ресурси для реалізації.
3. Як оптимізувати бюджет освітніх ініціатив та знайти альтернативні джерела фінансування.

Практична частина (25 хв):

1. Розробка стратегії фінансування для власного проєкту: учасники вибирають одну з можливих стратегій (гранти, партнерства, краудфандинг) та створюють план залучення ресурсів.
2. Обговорення результатів з іншими групами та отримання зворотного зв'язку.

5. Модуль 4: Презентація та комунікація бізнес-ідей (45 хв)

Теоретична частина (15 хв):

1. Як ефективно презентувати свою ідею: основи успішної презентації бізнес-проєктів.
2. Структура презентації: як чітко і зрозуміло донести свою ідею до студентів, батьків та партнерів.
3. Роль комунікації в успішній реалізації проєкту.

Практична частина (30 хв):

1. Учасники презентують свої проєкти перед іншими групами, використовуючи знання з презентаційних навичок.
2. Обговорення презентацій, зворотний зв'язок, коригування стратегії.

## 6. Заключна частина (15 хв)

1. Підсумки тренінгу: що нового учасники дізналися та як планують застосувати ці навички в майбутній педагогічній діяльності.
2. Вручення сертифікатів учасникам тренінгу.
3. Обговорення можливостей для подальшого розвитку підприємницьких навичок та їх використання в освіті.

### *Методи навчання:*

1. Групова робота: розвиток навичок командної роботи та пошуку рішень.
2. Кейс–стаді: аналіз реальних ситуацій для застосування підприємницького підходу в освітньому процесі.
3. Презентація та обговорення: розвиток навичок комунікації, презентації та отримання зворотного зв'язку.
4. Практичні завдання: розробка реальних освітніх проєктів з використанням бізнес–інструментів.

### *Оцінка результатів:*

1. Оцінка проєктів за критеріями: інноваційність, реалістичність, стратегічний підхід, можливості залучення ресурсів.
2. Зворотний зв'язок від учасників і тренера щодо застосування отриманих знань у професійній діяльності.

Цей тренінг дозволить майбутнім вчителям розвивати ключові підприємницькі навички, які можуть бути корисними не лише для організації власних освітніх ініціатив, але й для покращення якості навчального процесу, розвитку інновацій та активної взаємодії з батьками і громадою.

## Тренінг

### «Підприємницький підхід до організації навчального процесу та освітніх проєктів»

#### *Мета тренінгу:*

1. Розвинути підприємницькі навички, які допоможуть майбутнім вчителям організовувати ефективні навчальні процеси.
2. Ознайомити учасників з основами проєктного управління та бізнес–стратегіями в контексті освітніх ініціатив.
3. Показати, як підприємницький підхід може сприяти розвитку студентів та покращенню якості освіти.

*Цільова аудиторія:* майбутні вчителі (студенти педагогічних факультетів).

Тривалість: 4 години (можна розподілити на два заняття).

#### *Програма тренінгу*

##### 1. Вступ (10 хв)

1. Знайомство з учасниками: коротке представлення учасників та їх очікувань від тренінгу.
2. Огляд мети тренінгу: чому підприємницький підхід важливий для вчителів, як він може бути застосований в класі та в управлінні проєктами.

##### 2. Модуль 1: Основи підприємницького підходу для вчителів (50 хв)

###### Теоретична частина (20 хв):

1. Що таке підприємницький підхід? Як це застосовувати в педагогічній діяльності?
2. Основні принципи підприємницького мислення: інноваційність, ініціативність, адаптивність, стратегічне планування.
3. Приклади успішних підприємницьких проєктів у сфері освіти (освітні стартапи, освітні курси, партнерства з бізнесом).

Практична частина (30 хв):

1. Групова робота: учасники обговорюють, як можна застосувати підприємницькі принципи у власному педагогічному процесі. Як знайти ідеї для освітніх проєктів, що сприятимуть розвитку студентів?
2. Кейс–стаді: розв'язання практичної ситуації: створення освітнього стартапу для студентів, який включатиме в себе новітні підходи до навчання. (Наприклад, як організувати курс або тренінг для студентів на базі школи).

3. Модуль 2: Управління освітніми проєктами (60 хв)

Теоретична частина (25 хв):

1. Управління проєктами: як спланувати та реалізувати освітній проєкт у класі.
2. Як визначити цілі та завдання освітнього проєкту? Як організувати етапи реалізації?
3. Інструменти для моніторингу і оцінки ефективності проєктів.
4. Як мотивувати студентів до участі в проєктах і досягнення результатів.

Практична частина (35 хв):

1. Групова робота: розробка проєкту: кожна група створює освітній проєкт для своєї школи. Вони визначають основні етапи реалізації, мету, ресурси та можливі труднощі.
2. Презентація проєктів: групи презентують свої ідеї та отримують зворотний зв'язок від інших учасників і тренера.

4. Модуль 3: Фінансування освітніх ініціатив (40 хв)

Теоретична частина (15 хв):

1. Як залучати ресурси для освітніх проєктів: використання грантів, спонсорство, краудфандинг.
2. Способи партнерства з місцевим бізнесом, громадськими організаціями та іншими установами.
3. Як ефективно презентувати проєкт і залучати ресурси.

Практична частина (25 хв):

1. Групова діяльність: створення плану залучення фінансування для проєкту, розробка стратегії пошуку партнерів і спонсорів.
2. Обговорення ідеї: як знайти можливості для фінансування проєктів у школах та громадах.

5. Модуль 4: Комунікація та презентація бізнес–ідей (45 хв)

Теоретична частина (15 хв):

1. Як ефективно презентувати ідеї та проєкти: основи публічного виступу.
2. Як сформулювати ідею так, щоб вона була цікава для студентів, батьків та партнерів.

3. Роль вчителя в ефективній комунікації: стратегії та інструменти.

Практична частина (30 хв):

1. Практична презентація: кожен учасник презентує свій проєкт перед групою, використовуючи основи публічних виступів.
2. Після кожної презентації дається зворотний зв'язок: що було ефективно, а що можна покращити.

6. Заключна частина (15 хв)

1. Підсумки тренінгу: обговорення, чому підприємницький підхід важливий для сучасного вчителя.
2. Вручення сертифікатів про участь.
3. Обговорення наступних кроків для застосування отриманих навичок у реальному освітньому процесі.

*Методи навчання:*

1. Групова робота для розв'язання реальних освітніх ситуацій та проєктів.
2. Кейс–стаді для вивчення конкретних ситуацій та стратегій успішного підприємництва в освіті.
3. Робота над реальними проєктами для розвитку практичних навичок планування та управління проєктами.
4. Презентації та публічні виступи для розвитку навичок комунікації та ефективного донесення ідеї.

*Оцінка результатів:*

1. Зворотний зв'язок від учасників і тренера по результатах роботи в групах та презентаціях проєктів.
2. Оцінка проєктів за критеріями інноваційності, реалістичності та стратегічного підходу.

Цей тренінг надасть майбутнім вчителям важливі підприємницькі інструменти, що дозволять їм бути більш креативними, ефективними у навчальному процесі та знайти нові можливості для розвитку освітніх ініціатив.

## Тренінг

### «Основи створення та розвитку малого бізнесу»

*Мета тренінгу:*

1. Ознайомити учасників з основами створення та розвитку малого бізнесу.
2. Розвинути у учасників навички ефективного планування та управління бізнесом.
3. Ознайомити з основами маркетингу, фінансування та управління ресурсами для малого бізнесу.

*Цільова аудиторія:* початківці у бізнесі, підприємці, які планують створити малий бізнес, студенти.

Тривалість: 4 години.

*Програма тренінгу*

1. Вступ (15 хв)

1. Знайомство: учасники представляються, зазначаючи свою мотивацію до участі в тренінгу.

2. Огляд мети та програми тренінгу: що учасники дізнаються та чому це важливо для успішного старту бізнесу.
3. Запитання для обговорення: Чому важливо мати чітке розуміння основ бізнесу на початку?

## 2. Модуль 1: Створення бізнес-ідеї та аналіз ринку (45 хв)

### Теоретична частина (20 хв):

1. Як знайти бізнес-ідею: аналіз потреб ринку, особисті інтереси та здібності.
2. Визначення цільової аудиторії та її потреб.
3. Методи аналізу ринку: SWOT-аналіз, конкуренція, тренди.
4. Важливість дослідження ринку перед початком бізнесу.

### Практична частина (25 хв):

1. Групова робота: учасники обирають одну бізнес-ідею та розробляють попередній аналіз ринку за допомогою SWOT-аналізу.
  2. Презентація результатів групи та зворотний зв'язок від тренера.
- ## 3. Модуль 2: Планування та запуск бізнесу (1 год 15 хв)

### Теоретична частина (30 хв):

1. Створення бізнес-плану: основні розділи (опис бізнесу, стратегія, маркетинг, фінанси, аналіз ризиків).
2. Як визначити стартовий капітал і знайти джерела фінансування: кредити, інвестори, краудфандинг.
3. Організаційно-правові форми підприємств: ФОП, ТОВ, інші.

### Практична частина (45 хв):

1. Робота в групах: учасники обирають бізнес-ідею і складають бізнес-план (коротко) для її реалізації, включаючи стратегію маркетингу та план фінансування.
  2. Презентація бізнес-плану іншій групі та отримання зворотного зв'язку.
- ## 4. Модуль 3: Маркетинг і просування бізнесу (45 хв)

### Теоретична частина (20 хв):

1. Основи маркетингової стратегії: як створити бренд, побудувати репутацію та залучити клієнтів.
2. Онлайн-маркетинг: SMM, SEO, реклама через соціальні мережі та інші канали.
3. Методи залучення клієнтів і збереження їх лояльності.

### Практична частина (25 хв):

1. Групова робота: створення маркетингової стратегії для обраного бізнесу, визначення каналів просування і плану запуску.
  2. Презентація та обговорення ідей.
- ## 5. Модуль 4: Фінансове управління та ризики (45 хв)

### Теоретична частина (20 хв):

1. Основи фінансового управління: бюджети, витрати, прибутки.
2. Як аналізувати фінансові результати: бухгалтерія для малого бізнесу.
3. Оцінка та управління ризиками: страхівка, юридичні питання, інші непередбачувані ситуації.

### Практична частина (25 хв):

1. Індивідуальна робота: учасники обчислюють стартові витрати та можливий прибуток для свого бізнесу, визначають ризики.
2. Обговорення результатів.
6. Заключна частина (15 хв)
  1. Підсумки тренінгу: обговорення основних засад успішного бізнесу, розгляд помилок, яких слід уникати.
  2. Відповіді на запитання: можливість поставити питання тренеру.
  3. Фідбек від учасників: що було корисно, що можна покращити, які поради отримано для реалізації власних ідей.

*Методи навчання:*

1. Інтерактивне навчання: застосування групових завдань, кейсів, рольових ігор.
2. Робота в групах: для практичних завдань і створення бізнес–планів, маркетингових стратегій.
3. Презентації та обговорення: для презентації ідей та отримання зворотного зв'язку.

*Оцінка результатів:*

1. Зворотний зв'язок: учасники заповнюють анкети для оцінки тренінгу.
2. Реалізація ідей: кожен учасник повинен поділитися результатами розроблених бізнес–планів або стратегій через два тижні після тренінгу (можливо в онлайн–форматі).

Цей тренінг забезпечує учасників необхідними знаннями та інструментами для успішного старту в бізнесі, розвиваючи їхні навички з планування, фінансування, маркетингу та управління.

## **Тренінг «Стратегії успішного старту бізнесу»**

*Мета тренінгу:*

1. Ознайомити учасників із ключовими етапами створення бізнесу.
2. Допомогти розвинути навички планування та прийняття стратегічних рішень для малого та середнього бізнесу.
3. Надати інструменти для ефективного управління фінансами та маркетингом на стартовому етапі.

*Цільова аудиторія:* початківці у бізнесі, студенти, молоді підприємці, хто планує започаткувати свій бізнес.

Тривалість: 5 годин.

*Програма тренінгу:*

1. Вступна частина: Знайомство та постановка цілей (30 хв)
  1. Привітання та знайомство з учасниками: коротка презентація тренера та учасників.
  2. Визначення цілей тренінгу: чого учасники хочуть досягти, як можуть застосувати отримані знання в практиці.
  3. Мозковий штурм: якими основними проблемами стикаються нові підприємці?
  4. Завдання: кожен учасник озвучує свої питання щодо запуску бізнесу.

## 2. Модуль 1: Створення бізнес-ідеї та аналіз ринку (1 година)

### Теоретична частина (30 хв):

1. Як знайти перспективну бізнес-ідею?
2. Ідентифікація та оцінка потреб ринку.
3. Аналіз конкурентів: важливість знання конкурентного середовища.
4. Вибір цільової аудиторії та її потреби.

### Практична частина (30 хв):

1. Групова робота: кожна група отримує задачу розробити бізнес-ідею, визначити потенційну цільову аудиторію та провести SWOT-аналіз.
2. Презентація результатів: обговорення бізнес-ідей та отриманих результатів аналізу.

## 3. Модуль 2: Бізнес-планування та фінансове управління (1 година 30 хв)

### Теоретична частина (40 хв):

1. Як створити бізнес-план: основні розділи та їх важливість.
2. Оцінка початкових витрат та джерела фінансування (особисті кошти, кредити, інвестори).
3. Як управляти фінансами на початковому етапі: бюджет, витрати, прибуток, податки.
4. Методи фінансового прогнозування для малого бізнесу.

### Практична частина (50 хв):

1. Групова робота: створення частини бізнес-плану (наприклад, фінансова частина та план доходів/витрат).
2. Кожна група презентує свій бізнес-план, отримує зворотний зв'язок від тренера та інших учасників.

## 4. Модуль 3: Маркетингова стратегія для малого бізнесу (1 година)

### Теоретична частина (30 хв):

1. Основи маркетингу для малого бізнесу: брендинг, реклама, стратегія просування.
2. Вибір маркетингових каналів для малого бізнесу: традиційні та онлайн-методи (SEO, SMM).
3. Створення ефективної рекламної кампанії: бюджет, креативність, цільова аудиторія.

### Практична частина (30 хв):

1. Індивідуальна робота: учасники створюють стратегію просування для свого бізнесу, включаючи онлайн-канали.
2. Обговорення стратегій у малих групах, презентація та зворотний зв'язок.

## 5. Модуль 4: Підготовка до запуску та управління ризиками (1 година)

### Теоретична частина (30 хв):

1. Як підготуватися до запуску бізнесу: юридичні аспекти, необхідні документи, обрання юридичної форми.
2. Ризики для малого бізнесу: фінансові, юридичні, ринкові, операційні.
3. Як мінімізувати ризики: страхування, контрактні угоди, план дій на випадок непередбачених обставин.

### Практична частина (30 хв):

1. Групова робота: учасники визначають основні ризики для свого бізнесу та складають план їх мінімізації.
2. Презентація результатів групової роботи.
6. Заключна частина: Підсумки та обговорення (30 хв)
  1. Обговорення підсумків: ключові моменти тренінгу, що залишаються важливими для запуску бізнесу.
  2. Відповіді на запитання: учасники ставлять запитання тренеру, отримують рекомендації по покращенню своїх бізнес-ідей.
  3. Роздача сертифікатів участі та підсумкове слово.

*Методи навчання:*

1. Інтерактивні презентації: використання презентацій, відеоматеріалів та прикладів успішних стартапів.
2. Робота в групах та парах: для створення бізнес-планів, розробки маркетингових стратегій і визначення ризиків.
3. Рольові ігри та кейс-стаді: для глибшого розуміння бізнес-процесів через практичні ситуації.

*Оцінка результатів:*

1. Анкета фідбеку: учасники оцінюють тренінг, що було корисно, а що потребує покращення.
2. План дій на найближчі 3 місяці: кожен учасник готує план дій щодо свого бізнесу, використовуючи отримані знання.

Цей тренінг дозволить учасникам не тільки ознайомитися з основами бізнесу, але й отримати практичні навички, які допоможуть їм створити та реалізувати власну бізнес-ідею.

## **Тренінг**

### **«Від ідеї до успішного бізнесу: практичний підхід до створення стартапу»**

*Мета тренінгу:*

1. Надати учасникам практичні знання і навички для запуску і розвитку власного бізнесу.
2. Ознайомити з основами бізнес-планування, маркетингу, фінансів і управління ризиками.
3. Розвинути навички стратегічного мислення та прийняття рішень.

*Цільова аудиторія:* початківці, стартапери, студенти, молоді підприємці.

Тривалість: 6 годин (з перервами).

*Програма тренінгу:*

1. Вступ: Знайомство і постановка цілей (30 хв)
  1. Привітання учасників: коротке введення від тренера.
  2. Знайомство учасників: кожен учасник називає своє ім'я, професію та те, чому вирішив відвідати тренінг.
  3. Постановка цілей: тренер визначає, які цілі учасники хочуть досягти під час тренінгу.
2. Модуль 1: Генерація ідеї та аналіз ринку (1 година)  
Теорія (30 хв):

1. Як генерувати ідеї для бізнесу: методи мозкового штурму та творчого мислення.
2. Оцінка ринку: дослідження попиту і потреб споживачів.
3. Аналіз конкурентів: хто є вашими конкурентами і як знайти свою нішу.

Практика (30 хв):

1. Завдання: Учасники в групах розробляють бізнес-ідею, що вирішує певну проблему. Після цього проводять аналіз конкурентів і ринку.
2. Обговорення: кожна група презентує свою ідею, інші учасники дають зворотний зв'язок.

3. Модуль 2: Розробка бізнес-плану (1 година)

Теорія (40 хв):

1. Основи бізнес-плану: що повинно бути включено в план для стартапу.
2. Як правильно оцінити фінансові потреби бізнесу: початкові витрати, джерела фінансування, рентабельність.
3. Стратегії запуску та розвитку бізнесу: короткострокові і довгострокові цілі.

Практика (20 хв):

Завдання: Кожна група складає основні розділи бізнес-плану (мета, фінансова частина, маркетингова стратегія).

Обговорення: групи презентують свої бізнес-плани, тренер дає поради щодо удосконалення.

4. Модуль 3: Фінансова грамотність для бізнесу (1 година)

Теорія (40 хв):

1. Бюджетування для стартапів: як розподіляти кошти на запуск і розвиток бізнесу.
2. Оцінка та управління ризиками: як уникати фінансових помилок і що робити, якщо план не виконується.
3. Основи бухгалтерії для малого бізнесу: як вести облік, коли наймати бухгалтера.

Практика (20 хв):

Завдання: Учасники розраховують початкові витрати для свого стартапу, складають бюджет на перші 3–6 місяців.

Обговорення: групи порівнюють свої бюджети, отримують рекомендації від тренера.

5. Модуль 4: Стратегії маркетингу для малого бізнесу (1 година)

Теорія (30 хв):

1. Як розробити маркетингову стратегію для бізнесу: створення бренду, позиціонування продукту на ринку.
2. Канали просування: соціальні мережі, онлайн-реклама, PR, партнерства.
3. Секрети успішного маркетингу для малих підприємств: бюджетні стратегії.

Практика (30 хв):

Завдання: Учасники розробляють маркетингову стратегію для свого стартапу, вибираючи ефективні канали просування.

Обговорення: кожна група презентує свою стратегію, отримує зворотний зв'язок.

#### 6. Модуль 5: Ризики та проблеми стартапів (1 година)

Теорія (30 хв):

1. Ризики для стартапу: фінансові, ринкові, операційні.
2. Як планувати дії у разі непередбачених ситуацій: стратегії мінімізації ризиків.
3. Інструменти для зменшення бізнес–ризиків: страхування, резервні фонди, юридичні угоди.

Практика (30 хв):

Завдання: У групах учасники визначають основні ризики для свого стартапу і розробляють план дій у разі їх виникнення.

Обговорення: кожна група презентує план, тренер надає поради.

#### 7. Заключна частина: Підсумки та обговорення (30 хв)

1. Підсумкове обговорення: ключові уроки тренінгу, найголовніші інсайти.
2. Планування подальших кроків: учасники складають план дій на найближчі 3 місяці для реалізації свого бізнес–плану.
3. Фідбек від учасників: обговорення корисності тренінгу та отриманих знань.

*Методи навчання:*

1. Інтерактивні лекції: для пояснення теоретичних аспектів.
2. Практичні завдання: для глибокого розуміння бізнес–процесів.
3. Групова робота: для розвитку командної взаємодії та обміну ідеями.
4. Кейс–стаді: реальні приклади бізнесу для вивчення та аналізу.

*Оцінка результатів:*

1. Анкета зворотного зв'язку: учасники оцінюють тренінг та надають рекомендації для поліпшення.
2. Індивідуальні бізнес–плани: учасники отримують корисні поради для вдосконалення своїх планів на основі зворотного зв'язку.

Цей тренінг дозволить учасникам не тільки отримати теоретичні знання, а й практично застосувати їх для запуску та розвитку свого бізнесу, подолати основні труднощі і ризики на шляху до успіху.

## Тренінг

### «Створення та розвиток бізнесу в сфері надання освітніх послуг»

*Мета тренінгу:*

1. Ознайомити учасників з основами створення та розвитку бізнесу в галузі освіти.
2. Навчити ефективно планувати та організовувати освітні послуги, використовувати маркетингові стратегії для залучення студентів.
3. Розвинути навички управління фінансами, визначення цільової аудиторії та створення конкурентних переваг.

*Цільова аудиторія:*

1. Початківці, хто хоче створити освітній бізнес (курси, онлайн–школи, тренінгові компанії тощо).
2. Освітняни, які бажають розширити свої послуги або створити нові освітні продукти.
3. Підприємці, які планують інвестувати в освітні проєкти.

Тривалість: 6 годин (з перервами).

*Програма тренінгу:*

1. Вступ: Знайомство та постановка цілей (30 хв)

1. Привітання учасників: ознайомлення з тренером та програмою.
2. Знайомство учасників: коротке введення від кожного учасника – їхній досвід у сфері освіти або бізнесу, очікування від тренінгу.
3. Постановка цілей: що учасники хочуть досягти після тренінгу.

2. Модуль 1: Аналіз ринку та визначення освітніх послуг (1 година)

Теорія (30 хв):

1. Оцінка попиту на освітні послуги: як визначити потреби та можливості на ринку.
2. Види освітніх послуг: традиційні курси, онлайн–освіта, менторство, тренінгові програми.
3. Як знайти свою нішу на ринку освітніх послуг.

Практика (30 хв):

Завдання: У групах учасники визначають, які освітні послуги вони можуть запропонувати, враховуючи попит на ринку.

Обговорення: групи презентують свої ідеї та отримують зворотний зв'язок.

3. Модуль 2: Створення бізнес–плану для освітнього бізнесу (1 година)

Теорія (40 хв):

1. Основи бізнес–планування: як правильно скласти бізнес–план для освітнього проєкту.
2. Ресурси для старту: фінанси, людські ресурси, матеріально–технічна база.
3. Оцінка витрат і прибутків, ціноутворення на освітні послуги.

Практика (20 хв):

Завдання: Учасники складають бізнес–план для освітнього проєкту (кроки до запуску, основні витрати та очікувані доходи).

Обговорення: групи презентують свої бізнес–плани, отримують корисні поради від тренера.

4. Модуль 3: Маркетинг освітніх послуг (1 година)

Теорія (30 хв):

1. Як правильно позиціонувати освітні послуги на ринку: створення бренду та вибір цільової аудиторії.
2. Стратегії залучення студентів: реклама, просування через соціальні мережі, партнерства.
3. Цифровий маркетинг у освіті: SEO, контекстна реклама, email–маркетинг.

Практика (30 хв):

Завдання: Учасники розробляють маркетингову стратегію для свого освітнього бізнесу, визначають найбільш ефективні канали просування.

Обговорення: кожна група презентує свою стратегію, отримує відгуки.

5. Модуль 4: Оцінка фінансів і управління ризиками в освітньому бізнесі (1 година)

Теорія (40 хв):

1. Як фінансувати освітній бізнес: джерела фінансування, інвестиції, кредити.
2. Оцінка ризиків в освітньому бізнесі: економічні, юридичні та операційні ризики.
3. Стратегії управління ризиками: мінімізація втрат, резерви та страховки.

Практика (20 хв):

Завдання: У групах учасники аналізують фінансові ризики для своїх освітніх проєктів і складають план їх мінімізації.

Обговорення: презентація та обговорення планів.

6. Модуль 5: Підвищення якості освітніх послуг (1 година)

Теорія (30 хв):

1. Стандарти якості в освіті: критерії успішного освітнього проєкту.
2. Як зберігати конкурентоспроможність: постійне вдосконалення програм, використання новітніх технологій в навчанні.
3. Психологічні аспекти надання послуг: комунікація з учнями, створення комфортної атмосфери для навчання.

Практика (30 хв):

Завдання: Учасники розробляють план підвищення якості освітніх послуг у своєму проєкті.

Обговорення: презентація ідей, зворотний зв'язок від груп.

7. Заключна частина: Підсумки та наступні кроки (30 хв)

1. Підсумки: що найважливіше було засвоєно під час тренінгу.
2. Завдання на майбутнє: кожен учасник формулює свої наступні кроки для реалізації бізнесу в сфері освіти.
3. Фідбек від учасників: обговорення тренінгу, що було корисно, що можна покращити.

*Методи навчання:*

1. Інтерактивні лекції для пояснення теоретичних аспектів.
2. Групова робота для розробки ідей, аналізу та створення бізнес-планів.
3. Кейс-стаді для практичного вирішення реальних задач.
4. Зворотний зв'язок від тренера та колег.

*Оцінка результатів:*

1. Анкета зворотного зв'язку для оцінки тренінгу та надання рекомендацій для поліпшення.
2. Індивідуальні бізнес-плани для освітніх проєктів – учасники отримують поради щодо реалізації.

Цей тренінг допоможе учасникам не лише зрозуміти, як створити та розвивати освітній бізнес, а й отримати практичні інструменти для управління та просування своїх освітніх послуг на конкурентному ринку.

## КРУГЛІ СТОЛИ

Круглий стіл з економіки – це форма організації обговорення, під час якої група учасників збирається для дискусії з певної економічної теми. Основною метою такого формату є обмін ідеями, досвідом і пропозиціями для вирішення проблеми або аналізу певного економічного питання. Учасники круглого столу мають рівні права висловлювати свою думку, що забезпечує багатосторонність поглядів.

*Основні особливості круглого столу:*

1. Демократичність: всі учасники мають рівні можливості для висловлювання своїх ідей і думок.
2. Тематика: обговорюється одна або кілька заздалегідь визначених тем, які стосуються економіки (наприклад, розвиток підприємництва, вплив податкової політики, глобалізація тощо).
3. Взаємодія: основний акцент робиться на активну комунікацію між учасниками, а не на пасивне слухання.
4. Практичне спрямування: дискусія спрямована на пошук конкретних рішень або вироблення рекомендацій.

*Цілі проведення круглого столу з економіки:*

1. Обмін досвідом між учасниками з різних сфер економіки.
2. Розгляд актуальних економічних питань (наприклад, інфляція, розвиток ринку праці, експортно-імпортна політика).
3. Формування нових ідей для вирішення існуючих економічних проблем.
4. Розвиток критичного мислення та аналітичних навичок у студентів або фахівців.
5. Поглиблення знань про економічні процеси, тенденції та прогнози.

*Переваги круглого столу з економіки:*

1. Різноманітність думок: обговорення з представниками різних сфер допомагає поглибити розуміння проблеми.
2. Колективне вирішення проблем: спільне генерування ідей сприяє пошуку оптимальних рішень.
3. Підвищення мотивації: активна участь залучає студентів чи фахівців до дискусії.
4. Навчання через практику: учасники отримують навички ведення дискусій, аналізу інформації та аргументації.

Круглий стіл з економіки – це ефективний спосіб інтеграції теоретичних знань та практичних навичок, що сприяє вирішенню актуальних економічних проблем і підвищує рівень економічної грамотності серед учасників.

### Круглий стіл

#### **«Економіка майбутнього: визначення нових тенденцій та можливостей для розвитку»**

*Мета заходу:*

1. Ознайомити студентів з актуальними економічними тенденціями та можливостями для розвитку.

2. Сприяти розвитку аналітичних навичок через обговорення економічних проблем та можливих рішень.
3. Поглибити знання студентів про вплив нових технологій на економіку та ринок праці.

*Цільова аудиторія:* студенти економічних, бізнесових та інших спеціальностей, що цікавляться сучасними економічними процесами та впливом нових технологій на економіку.

Тривалість: 2 години.

*Структура круглого столу:*

1. Вступна частина (10 хв)

1. Привітання учасників: організатор заходу знайомить аудиторію з метою і темою круглого столу.
2. Представлення спікерів: коротка інформація про спікерів, які будуть брати участь у обговоренні.
3. Пояснення формату круглого столу: учасникам пропонується активно брати участь у дискусії, ставити питання та висловлювати свої думки.

2. Тема 1: Економічні виклики та нові можливості в епоху технологічних змін (30 хв)

Вступ спікера: Ключові економічні зміни, пов'язані з розвитком нових технологій, таких як автоматизація, штучний інтелект, криптовалюти, блокчейн.

Обговорення:

1. Як нові технології змінюють ринки праці?
2. Вплив цифровізації на традиційні бізнес-моделі.
3. Можливості для стартапів та малих підприємств у технологічному секторі.

3. Тема 2: Виклики сталого розвитку та екологічної економіки (30 хв)

Вступ спікера: Тренди сталого розвитку в глобальній економіці.

Обговорення:

1. Як економіка переходить до більш екологічних та енергоефективних моделей?
2. Стратегії для розвитку зеленої економіки.
3. Роль молоді у створенні сталих бізнес-підходів та екологічно чистих технологій.

4. Тема 3: Економіка майбутнього: можливості для кар'єри та розвитку професій (30 хв)

Вступ спікера: Огляд нових професій, що з'являються в умовах глобальних економічних змін.

Обговорення:

1. Які професії будуть актуальними через 10–20 років?
2. Як готувати себе до змін на ринку праці?
3. Роль цифрових та економічних навичок у розвитку кар'єри студентів.
5. Кругле обговорення: «Як ми можемо бути готовими до змін у економіці?»

(30 хв)

Учасники поділяються своїми думками та ідеями щодо підготовки до змін в економіці.

Відповіді на питання:

1. Як молодь може впливати на економічні зміни?
2. Які ключові навички необхідно розвивати для успішної кар'єри в умовах економічних змін?
3. Обговорення можливих рішень для країн і підприємств у боротьбі з економічними викликами.
6. Заключна частина (10 хв)

Підсумки: коротке резюме обговорених тем і висновків.

Питання та відповіді: підведення результатів круглого столу, можливість поставити питання спікерам.

Завершення: організатор дякує за участь, роздача матеріалів (якщо передбачено), інформування про наступні події.

*Формат заходу:*

Модератор: ведучий, який здійснює управління дискусією та підтримує порядок.

Спікери: економісти, підприємці, фахівці з технологій, що володіють досвідом у відповідних сферах.

Учасники: студенти активно включаються у дискусію та обговорення, мають можливість ставити запитання.

*Методи навчання:*

Дискусії: обговорення актуальних проблем та можливостей у сфері економіки.

Аналіз кейсів: приклади реальних компаній або країн, які адаптуються до нових економічних умов.

Інтерактивність: кожен учасник має можливість висловити свою думку та пропозиції.

*Оцінка результатів:*

Анкета зворотного зв'язку: оцінка корисності та ефективності заходу, пропозиції для покращення.

Індивідуальні завдання: учасникам можуть бути запропоновані домашні завдання на тему змін в економіці.

Цей круглий стіл стане чудовою платформою для обміну ідеями, розвитку критичного мислення та поглиблення знань у сфері економіки серед студентів.

## **Круглий стіл**

### **«Економічні виклики та можливості для молоді в сучасному світі»**

*Мета:*

1. Стимулювати дискусію серед студентів про економічні проблеми та можливості для молоді.
2. Розвинути навички критичного мислення та аргументації.
3. Ознайомити студентів з актуальними економічними тенденціями та їх впливом на різні соціальні групи.

*Формат:*

Час: 90 хвилин

Місце: аудиторія з можливістю для обговорення в круговому форматі.

Учасники: Студенти різних факультетів (економісти, юристи, інженери тощо).

Модератор: викладач або зовнішній експерт у сфері економіки.

*План:*

Вступне слово модератора (10 хв.):

1. Коротке введення в тему.
2. Пояснення мети круглого столу.
3. Правила дискусії: ввічливість, конструктивність, участь усіх.

Тематичні блоки обговорення:

Економіка та майбутнє молоді: можливості та труднощі (25 хв.)

1. Як економічні тренди, такі як автоматизація, цифровізація, зміни в міжнародній торгівлі, впливають на кар'єрні перспективи молоді?
2. Питання зайнятості та стартапів.

Економічна роль освіти в розвитку молоді (20 хв.)

1. Як освіта готує студентів до реальних економічних викликів?
2. Важливість фінансової грамотності для молоді.

Глобалізація та її вплив на економічну ситуацію в Україні (20 хв.)

1. Як глобальні економічні зміни (кризи, зміна енергетичних постачань, економічні санкції) впливають на молодь?
2. Можливості для молоді в умовах глобалізації та розвиток внутрішнього ринку.

Підсумкова дискусія (15 хв.):

1. Студенти обговорюють висловлені думки, задають запитання та діляться своїми ідеями.
2. Підведення підсумків та окреслення можливих шляхів розвитку для молоді в економічному контексті.

*Ресурси:*

1. Презентація з актуальними даними про економічну ситуацію в Україні та світі.
2. Питання для обговорення на картках, які роздаються учасникам.
3. Література для самостійного ознайомлення (статті, дослідження, звіти).

*Очікувані результати:*

1. Студенти зможуть краще розуміти економічні виклики, з якими вони стикаються.
2. Поглиблять знання про економічні механізми та роль молоді в економічному розвитку.
3. Покращать навички публічного виступу, аналізу та обговорення економічних тем.

Цей круглий стіл може стати важливим етапом у формуванні економічної свідомості у студентів та їх здатності адаптуватися до змінюваного економічного середовища.

## Круглий стіл «Економіка освіти: виклики та перспективи для педагогічної професії»

### *Мета:*

1. Ознайомити майбутніх педагогів з економічними аспектами освіти.
2. Обговорити фінансові та управлінські проблеми в освітніх закладах.
3. Поглибити розуміння важливості економічних стратегій для розвитку педагогічної діяльності.

### *Формат:*

Час: 90 хвилин

Місце: аудиторія, що забезпечує можливість групових обговорень.

Учасники: Студенти педагогічних факультетів, викладачі, можливо, запрошені фахівці в галузі економіки та управління освітою.

Модератор: викладач з економіки освіти або досвідчений педагог.

### *План:*

Вступне слово модератора (10 хв.):

1. Коротке введення в тему економіки освіти.
2. Визначення ключових понять: економіка освіти, фінансування освітніх установ, управлінські стратегії в освіті.
3. Оголошення правил обговорення та структурованих блоків.

Тематичні блоки обговорення:

Фінансування освіти: шляхи та проблеми (25 хв.)

1. Як фінансування освіти впливає на якість навчання?
2. Проблеми недостатнього фінансування та шляхи їх вирішення.
3. Роль державних і приватних інвестицій у розвитку освіти.

Економічні аспекти управління школами та вищими навчальними закладами (20 хв.)

1. Як ефективно управляти бюджетами навчальних закладів?
2. Вплив економічних змін на організацію освітнього процесу.
3. Роль адміністрації у формуванні стратегії розвитку та планування ресурсів.

Інновації в освіті: економічний підхід (20 хв.)

1. Вартість впровадження новітніх технологій в навчальний процес.
2. Роль інновацій у підвищенні ефективності освіти.
3. Порівняння економічних витрат і вигод від використання нових освітніх інструментів.

Підсумкова дискусія (15 хв.):

1. Студенти обговорюють підняті питання, висловлюють власні думки та ідеї.
2. Визначення ключових висновків для майбутньої професії педагога: як економічне мислення допомагає у професійній діяльності.

### *Ресурси:*

1. Презентація з актуальними даними про фінансування та управління освітніми установами.
2. Статті та дослідження, що висвітлюють економічні аспекти в освіті.

3. Картки із запитаннями для студентів для стимулювання обговорення.

*Очікувані результати:*

1. Студенти зможуть краще розуміти економічні аспекти в освітньому процесі.
2. Покращать навички розв'язання управлінських та фінансових проблем в освіті.
3. Ознайомляться з інструментами економічного управління, які можуть бути корисними у професійній діяльності педагога.
4. Поглиблять знання з інтеграції економічного аналізу в педагогічну практику.

Цей круглий стіл може допомогти майбутнім педагогам усвідомити важливість економічного підходу в їхній професії і забезпечити ефективне використання ресурсів у навчальному процесі.

### **Круглий стіл**

#### **«Маркетинг в умовах швидких змін: інновації, стратегії та нові виклики»**

*Мета:*

1. Ознайомити студентів з сучасними тенденціями та інноваціями в маркетинговій галузі.
2. Обговорити вплив технологій, соціальних мереж та змінюваних споживацьких вподобань на маркетингові стратегії.
3. Розвинути навички аналізу маркетингових стратегій та застосування інноваційних підходів у реальних умовах.

*Формат:*

Час: 90 хвилин

Місце: аудиторія з можливістю для групових обговорень та інтерактивних сесій.

Учасники: студенти маркетингових факультетів, викладачі, запрошені експерти в галузі маркетингу.

Модератор: викладач з маркетингу або досвідчений маркетолог.

*План:*

Вступне слово модератора (10 хв.):

1. Коротке введення в сучасний стан маркетингу та його роль у бізнесі.
2. Огляд мети круглого столу і структурованих блоків обговорення.
3. Правила для конструктивного обговорення та активної участі студентів.

Тематичні блоки обговорення:

Технології та інновації в маркетингу: тенденції майбутнього (25 хв.)

1. Як сучасні технології (штучний інтелект, Big Data, автоматизація) змінюють маркетинг?
2. Роль соціальних мереж у формуванні брендів і взаємодії з цільовою аудиторією.
3. Інноваційні маркетингові інструменти: мобільні додатки, VR/AR технології, чат-боти.

Маркетинг та зміна поведінки споживачів: тренди та адаптація (20 хв.)

1. Як змінилися вподобання споживачів у постпандемічний період?
2. Важливість персоналізації та індивідуального підходу до кожного споживача.
3. Етика маркетингу: як компанії повинні адаптувати свої стратегії до соціальних та екологічних вимог.

Стратегії маркетингових кампаній: від планування до реалізації (20 хв.)

1. Як створити ефективну маркетингову стратегію для стартапу або великої компанії?
2. Аналіз успішних маркетингових кампаній: кейс–стаді.
3. Методи вимірювання ефективності маркетингових зусиль (KPI, ROI, аналіз споживчої поведінки).

Підсумкова дискусія (15 хв.):

1. Студенти обговорюють отриману інформацію, діляться власними думками та ідеями.
2. Модератор задає ключові питання, щоб підсумувати головні моменти та зробити висновки.
3. Визначення основних напрямків для розвитку студентів у маркетинговій сфері.

*Ресурси:*

1. Презентація з актуальними даними про сучасні тренди в маркетингу.
2. Інтерактивні матеріали (відео, статті, інфографіка), що ілюструють нові підходи та стратегії.
3. Картки із запитаннями для стимулювання обговорення (як для індивідуальних, так і для групових обговорень).

*Очікувані результати:*

1. Студенти отримають актуальні знання про інновації та нові стратегії в маркетингу.
2. Покращать свої навички критичного мислення та вміння аналізувати маркетингові кампанії.
3. Ознайомляться з сучасними методами вимірювання ефективності маркетингових заходів.
4. Розвиватимуть навички командної роботи та обговорення маркетингових кейсів.

Цей круглий стіл стане чудовою платформою для студентів, щоб глибше зануритися в сучасні тенденції маркетингу, розвинути свої навички в реальних умовах і зрозуміти важливість адаптації до швидко змінюваного ринку.

### **Круглий стіл**

#### **«Сучасний бізнес: інновації, стратегії та адаптація до змін»**

*Мета:*

1. Ознайомити студентів з новітніми тенденціями в бізнес–середовищі.
2. Обговорити ключові аспекти управління бізнесом у часи швидких змін та глобальних викликів.
3. Розвинути навички стратегічного мислення, адаптації до змін та управління інноваціями.

*Формат:*

Час: 90 хвилин

Місце: аудиторія з можливістю для інтерактивних дискусій.

Учасники: студенти бізнес-спеціальностей, викладачі, запрошені підприємці або бізнес-експерти.

Модератор: викладач або успішний підприємець.

*План:*

Вступне слово модератора (10 хв.):

1. Коротке введення в тему круглого столу.
2. Ознайомлення з метою обговорення та принципами конструктивної дискусії.
3. Огляд ключових питань: інновації, стратегії та адаптація до змін у бізнесі.

Тематичні блоки обговорення:

Інновації в бізнесі: як впровадження нових технологій змінює ринок (25 хв.)

1. Роль технологій (AI, автоматизація, блокчейн) в трансформації бізнес-процесів.
2. Як стартапи та великі корпорації використовують інновації для досягнення конкурентних переваг.
3. Виклики та можливості для молодих підприємців у впровадженні нових технологій.

Бізнес-стратегії в умовах нестабільності: як адаптувати бізнес до змін (20 хв.)

1. Стратегії бізнесу в умовах економічної нестабільності та криз.
2. Як підприємства можуть гнучко реагувати на зміни в ринку та споживацьких вподобаннях.
3. Ключові стратегії для забезпечення стійкості бізнесу.

Управління командами та лідерство в сучасному бізнесі (20 хв.)

1. Як створити успішну команду та мотивувати її до досягнення бізнес-цілей.
2. Лідерство в бізнесі: стиль управління, емоційний інтелект, комунікація.
3. Управління конфліктами та розвиток корпоративної культури.

Підсумкова дискусія (15 хв.):

1. Студенти обговорюють підняті питання, висловлюють власні думки, ідеї та виклики.
2. Модератор задає питання для підсумків: як кожен учасник бачить можливості для розвитку свого бізнесу або кар'єри в бізнес-середовищі.
3. Підведення підсумків та висвітлення важливих аспектів для студентів.

*Ресурси:*

1. Презентація, що містить статистичні дані, інфографіку та приклади успішних інновацій у бізнесі.
2. Відео або кейс-стаді, що демонструють приклади успішних бізнес-стратегій.
3. Картки з питаннями для стимулювання обговорення та групової роботи.

*Очікувані результати:*

1. Студенти отримають розуміння того, як інновації впливають на розвиток бізнесу та створення конкурентних переваг.
2. Вдосконалять свої навички стратегічного мислення та адаптації до змін в умовах нестабільного бізнес–середовища.
3. Ознайомляться з різними стилями лідерства та методами управління командами.
4. Розвиватимуть навички вирішення проблем, пов'язаних з управлінням бізнесом в умовах криз та швидких змін.

Цей круглий стіл надасть студентам практичні знання про сучасні бізнес–тенденції, допоможе розвинути аналітичні навички та підготує їх до реальних викликів, з якими вони можуть зіткнутися в майбутньому при старті власного бізнесу або в роботі в корпоративному середовищі.

### **Круглий стіл**

#### **«Сучасний бізнес: інновації, стратегії та адаптація до змін»**

##### *Мета:*

1. Ознайомити студентів з новітніми тенденціями в бізнес–середовищі.
2. Обговорити ключові аспекти управління бізнесом у часи швидких змін та глобальних викликів.
3. Розвинути навички стратегічного мислення, адаптації до змін та управління інноваціями.

##### *Формат:*

Час: 90 хвилин

Місце: аудиторія з можливістю для інтерактивних дискусій.

Учасники: студенти, викладачі, запрошені підприємці або бізнес–експерти.

Модератор: викладач або успішний підприємець.

##### *План:*

Вступне слово модератора (10 хв.):

1. Коротке введення в тему круглого столу.
2. Ознайомлення з метою обговорення та принципами конструктивної дискусії.
3. Огляд ключових питань: інновації, стратегії та адаптація до змін у бізнесі.

Тематичні блоки обговорення:

Інновації в бізнесі: як впровадження нових технологій змінює ринок (25 хв.)

1. Роль технологій (AI, автоматизація, блокчейн) в трансформації бізнес–процесів.
2. Як стартапи та великі корпорації використовують інновації для досягнення конкурентних переваг.
3. Виклики та можливості для молодих підприємців у впровадженні нових технологій.

Бізнес–стратегії в умовах нестабільності: як адаптувати бізнес до змін (20 хв.)

1. Стратегії бізнесу в умовах економічної нестабільності та криз.

2. Як підприємства можуть гнучко реагувати на зміни в ринку та споживацьких вподобаннях.
3. Ключові стратегії для забезпечення стійкості бізнесу.

Управління командами та лідерство в сучасному бізнесі (20 хв.)

1. Як створити успішну команду та мотивувати її до досягнення бізнес-цілей.
2. Лідерство в бізнесі: стиль управління, емоційний інтелект, комунікація.
3. Управління конфліктами та розвиток корпоративної культури.

Підсумкова дискусія (15 хв.):

1. Студенти обговорюють підняті питання, висловлюють власні думки, ідеї та виклики.
2. Модератор задає питання для підсумків: як кожен учасник бачить можливості для розвитку свого бізнесу або кар'єри в бізнес-середовищі.
3. Підведення підсумків та висвітлення важливих аспектів для студентів.

*Ресурси:*

1. Презентація, що містить статистичні дані, інфографіку та приклади успішних інновацій у бізнесі.
2. Відео або кейс-стаді, що демонструють приклади успішних бізнес-стратегій.
3. Картки з питаннями для стимулювання обговорення та групової роботи.

*Очікувані результати:*

1. Студенти отримують розуміння того, як інновації впливають на розвиток бізнесу та створення конкурентних переваг.
2. Вдосконалять свої навички стратегічного мислення та адаптації до змін в умовах нестабільного бізнес-середовища.
3. Ознайомляться з різними стилями лідерства та методами управління командами.
4. Розвиватимуть навички вирішення проблем, пов'язаних з управлінням бізнесом в умовах криз та швидких змін.

Цей круглий стіл надасть студентам практичні знання про сучасні бізнес-тенденції, допоможе розвинути аналітичні навички та підготує їх до реальних викликів, з якими вони можуть зіткнутися в майбутньому при старті власного бізнесу або в роботі в корпоративному середовищі.

### **Круглий стіл**

**«Підприємництво в сучасних умовах: можливості, стратегії та ризики»**

*Мета:*

1. Огляд основних аспектів підприємницької діяльності та важливих чинників, що впливають на успіх підприємців.
2. Обговорення актуальних можливостей та викликів у сфері підприємництва.
3. Розвиток практичних навичок і стратегій для створення та управління підприємством.

*Формат:*

Час: 90 хвилин

Місце: аудиторія з можливістю для інтерактивних обговорень та групових робіт.

Учасники: студенти, підприємці, викладачі, бізнес–експерти.

Модератор: викладач з підприємницької діяльності або досвідчений підприємець.

*План:*

Вступне слово модератора (10 хв.):

1. Ознайомлення з темою круглого столу та метою обговорення.
2. Огляд важливості підприємницької діяльності в умовах швидких змін та глобальних викликів.
3. Оголошення правил проведення круглого столу.

Тематичні блоки обговорення:

Ідея та старт бізнесу: від ідеї до реалізації (25 хв.)

1. Як знайти перспективну ідею для бізнесу?
2. Етапи створення бізнесу: від аналізу ринку до реалізації продукту/послуги.
3. Пошук інвесторів і джерел фінансування для стартапів.
4. Особливості стартапів у сучасних умовах: від технологій до соціальних ініціатив.

Стратегії розвитку бізнесу: масштабування та адаптація (25 хв.)

1. Як розвивати бізнес після успішного старту?
2. Плани масштабування: що потрібно знати?
3. Стратегії маркетингу та продажу для бізнесу на різних етапах розвитку.
4. Адаптація до змін у ринку та потребах споживачів.

Управління ризиками в підприємстві (20 хв.)

1. Визначення та оцінка ризиків у підприємстві.
2. Методи мінімізації бізнес–ризиків.
3. Як правильно управляти фінансовими та операційними ризиками.
4. Психологія підприємця: як подолати страх і невизначеність.

Підсумкова дискусія (10 хв.):

1. Студенти задають питання модератору та обговорюють отриману інформацію.
2. Обговорення найважливіших аспектів підприємницької діяльності, які допоможуть студентам розвивати власні бізнес–ідеї.
3. Модератор робить підсумки круглого столу, наголошує на ключових моментах та можливостях для підприємців.

*Ресурси:*

1. Презентація з основними принципами підприємницької діяльності, сучасними трендами та прикладами успішних бізнесів.
2. Інтерактивні справи (аналіз бізнес–кейсів, групові обговорення стратегії розвитку).
3. Картки для обговорення бізнес–ідеї в групах, оцінка ризиків та можливостей.

*Очікувані результати:*

1. Студенти отримають знання та практичні навички щодо створення та управління підприємством.
2. Покращать здатність оцінювати бізнес–ризики та розробляти стратегії для їх мінімізації.
3. Ознайомляться з підходами до адаптації бізнесу до змінюваних умов ринку та технологій.
4. Розвиватимуть навички критичного мислення та прийняття рішень в умовах невизначеності.

Цей круглий стіл дозволить студентам глибше зрозуміти складнощі та можливості підприємницької діяльності, навчити їх розробляти стратегії для успішного старту та розвитку бізнесу, а також підготувати їх до реальних викликів, з якими вони можуть зіткнутися на шляху до власного підприємництва.

### Круглий стіл

#### «Еволюція рекламних стратегій: вплив цифрових технологій та новітніх трендів»

*Мета:*

1. Розглянути ключові тенденції та інновації в сфері реклами.
2. Оцінити вплив цифрових технологій на рекламні стратегії.
3. Обговорити роль реклами у формуванні бренду та взаємодії з цільовою аудиторією.

*Формат:*

Час: 90 хвилин

Місце: аудиторія з можливістю для інтерактивних дискусій.

Учасники: студенти, фахівці з реклами, викладачі, бізнес–експерти.

Модератор: викладач з маркетингу або досвідчений рекламист.

*План:*

Вступне слово модератора (10 хв.):

1. Ознайомлення з метою круглого столу та ключовими питаннями.
2. Огляд значення реклами в сучасній економіці та її впливу на поведінку споживачів.
3. Представлення плану дискусії та правил обговорення.

Тематичні блоки обговорення:

Традиційна реклама vs. цифрова реклама: еволюція та трансформація (25 хв.)

1. Зміни в підходах до реклами: від телевізійних роликів до мобільних додатків.
2. Роль цифрових технологій у формуванні нових рекламних форматів.
3. Складнощі та можливості для бізнесів при переході від традиційних до цифрових медіа.
4. Приклади успішних переходів компаній до цифрових платформ (соціальні мережі, контекстна реклама, відеореклама).

Цільова аудиторія та персоналізація реклами (25 хв.)

1. Як правильно визначити цільову аудиторію та налаштувати рекламну стратегію.
2. Використання даних для створення персоналізованих рекламних кампаній.
3. Роль великих даних (Big Data) у рекламі.
4. Як реклама сприяє формуванню бренду та довіри серед споживачів.

Новітні тренди в рекламі: відеореклама, інфлюенсери, віртуальна реальність (20 хв.)

1. Вплив інфлюенсерів на рекламні стратегії та змінення поведінки споживачів.
2. Як віртуальна та доповнена реальність змінюють досвід споживачів і рекламні кампанії.
3. Тренди в рекламі, що базуються на новітніх технологіях (штучний інтелект, чат-боти).
4. Аналіз нових підходів до відеореклами та інтерактивних кампаній.

Підсумкова дискусія (15 хв.):

1. Студенти задають питання і обговорюють отримані знання.
2. Модератор підсумовує основні тези, виокремлюючи ключові стратегії реклами для майбутнього.
3. Дискусія на тему: які рекламні стратегії будуть найбільш ефективними в наступні 5 років.

*Ресурси:*

1. Презентація з ключовими статистичними даними про стан рекламної індустрії.
2. Відео приклади інноваційних рекламних кампаній.
3. Статистичні матеріали та кейс-стаді успішних рекламних кампаній.

*Очікувані результати:*

1. Студенти отримають розуміння сучасних тенденцій у сфері реклами та реклами в умовах цифрової трансформації.
2. Ознайомляться з процесом створення персоналізованих рекламних кампаній на основі аналізу цільової аудиторії та великих даних.
3. Розвиватимуть навички критичного мислення щодо новітніх технологій у рекламі та їх впливу на рекламні стратегії.
4. Отримають практичні знання для створення ефективних рекламних кампаній в різних медіа-форматах.

Цей круглий стіл дозволить студентам краще зрозуміти, як реклама змінюється з розвитком технологій, а також розвивати практичні навички, необхідні для успішного запуску рекламних кампаній в умовах сучасного ринку.

### **Круглий стіл**

#### **«Стартапи в Україні: виклики, можливості та інструменти для розвитку бізнесу»**

*Мета:*

1. Розглянути основні проблеми, з якими стикаються стартапи на етапі запуску та розвитку.

2. Обговорити доступні інструменти фінансування та підтримки стартапів в Україні.
3. Ознайомити учасників з досвідом успішних підприємців та експертів.
4. Проаналізувати економічні фактори, що впливають на успіх стартапів в умовах глобалізації.

*Формат:*

Тривалість: 2–3 години

Модератор: викладач, експерт з підприємництва або представник організації, що підтримує стартапи.

*Часові блоки:*

1. Вступ (10–15 хвилин) – представлення теми та учасників.
2. Презентація кейсів успішних стартапів (20 хвилин).
3. Панельна дискусія (60 хвилин) – обговорення різних аспектів запуску та розвитку стартапів.
4. Запитання та відповіді від учасників (20 хвилин).
5. Заключне слово, підсумки та рекомендації (10 хвилин).

*План виступів:*

Вступне слово:

1. Вітання учасників, представлення спікерів.
2. Огляд стану стартап–середовища в Україні та глобальних тенденцій.

Кейс 1 – Успішний стартап:

Розповідь засновників успішних стартапів про початкові етапи, труднощі та перемоги.

Кейс 2 – Інвестиції в стартапи:

Представник венчурного капіталу або інвестор пояснить, що вони шукають у стартапах, а також розгляне основні інструменти фінансування.

*Панельна дискусія:*

Обговорення таких тем:

1. Як визначити правильну бізнес–ідею для стартапу?
2. Які фактори успіху стартапу в Україні?
3. Як впливає економічна ситуація на розвиток нових бізнесів?
4. Роль інновацій та технологій у стартапах.
5. Як долати фінансові та юридичні бар'єри при запуску?

Завершення:

Підсумки обговорення та рекомендації для молодих підприємців.

*Спікери:*

1. Експерти з підприємництва: фахівці з бізнес–консалтингу, представники венчурних компаній.
2. Інвестори: особи, що фінансують стартапи.
3. Успішні стартапери: засновники стартапів, що досягли успіху.
4. Представники державних і приватних організацій: які підтримують підприємництво та стартапи.

*Логістика:*

1. Місце проведення: університет, конференц–зал або онлайн платформа.

2. Рекламні матеріали: запрошення учасників, анонси в соціальних мережах, прес–релізи.

*Очікувані результати:*

1. Поглиблене розуміння того, як можна успішно реалізувати стартап в Україні.
2. Створення мережі контактів між підприємцями, інвесторами та експертами.
3. Отримання порад щодо фінансування та розвитку бізнесу.

Таке економічне обговорення допоможе залучити різні категорії учасників, обмінятися досвідом і знайти нові можливості для бізнесу.

### **Круглий стіл**

#### **«Стартапи в Україні: виклики, можливості та інструменти для розвитку бізнесу»**

*Мета:*

1. Розглянути основні проблеми, з якими стикаються стартапи на етапі запуску та розвитку.
2. Обговорити доступні інструменти фінансування та підтримки стартапів в Україні.
3. Ознайомити учасників з досвідом успішних підприємців та експертів.
4. Проаналізувати економічні фактори, що впливають на успіх стартапів в умовах глобалізації.

*Формат:*

Тривалість: 2–3 години

Модератор: викладач, експерт з підприємництва або представник організації, що підтримує стартапи.

*Часові блоки:*

1. Вступ (10–15 хвилин) – представлення теми та учасників.
2. Презентація кейсів успішних стартапів (20 хвилин).
3. Панельна дискусія (60 хвилин) – обговорення різних аспектів запуску та розвитку стартапів.
4. Запитання та відповіді від учасників (20 хвилин).
5. Заключне слово, підсумки та рекомендації (10 хвилин).

*План виступів:*

Вступне слово:

1. Вітання учасників, представлення спікерів.
2. Огляд стану стартап–середовища в Україні та глобальних тенденцій.

Кейс 1 – Успішний стартап:

Розповідь засновників успішних стартапів про початкові етапи, труднощі та перемоги.

Кейс 2 – Інвестиції в стартапи:

Представник венчурного капіталу або інвестор пояснить, що вони шукають у стартапах, а також розгляне основні інструменти фінансування.

*Панельна дискусія:*

Обговорення таких тем:

1. Як визначити правильну бізнес–ідею для стартапу?
2. Які фактори успіху стартапу в Україні?
3. Як впливає економічна ситуація на розвиток нових бізнесів?
4. Роль інновацій та технологій у стартапах.
5. Як долати фінансові та юридичні бар'єри при запуску?

*Завершення:*

Підсумки обговорення та рекомендації для молодих підприємців.

*Спікери:*

1. Експерти з підприємництва: фахівці з бізнес–консалтингу, представники венчурних компаній.
2. Інвестори: особи, що фінансують стартапи.
3. Успішні стартапери: засновники стартапів, що досягли успіху.
4. Представники державних і приватних організацій: які підтримують підприємництво та стартапи.

*Логістика:*

1. Місце проведення: університет, конференц–зал або онлайн платформа.
2. Рекламні матеріали: запрошення учасників, анонси в соціальних мережах, прес–релізи.

*Очікувані результати:*

1. Поглиблене розуміння того, як можна успішно реалізувати стартап в Україні.
2. Створення мережі контактів між підприємцями, інвесторами та експертами.
3. Отримання порад щодо фінансування та розвитку бізнесу.

Таке економічне обговорення допоможе залучити різні категорії учасників, обмінятися досвідом і знайти нові можливості для бізнесу.

### **Круглий стіл**

#### **«Бізнес в Україні: виклики, можливості та перспективи розвитку в умовах сучасної економіки»**

*Мета:*

1. Оцінити стан бізнес–середовища в Україні.
2. Проаналізувати проблеми, з якими стикаються підприємці та підприємства.
3. Обговорити можливості для розвитку бізнесу в умовах глобальних змін і нестабільності.
4. Надати рекомендації щодо стратегій для покращення економічної ситуації в Україні.

*Формат:*

Тривалість: 2–3 години.

Модератор: викладач, економіст, бізнес–консультант або представник державної установи.

*Часові блоки:*

1. Вступ (10 хвилин) – огляд теми та представлення спікерів.
2. Презентація стану бізнес–середовища в Україні (15 хвилин).

3. Панельна дискусія (60 хвилин).
4. Запитання та відповіді (15–20 хвилин).
5. Заключне слово, підсумки, рекомендації (10 хвилин).

*План виступів:*

Вступне слово:

1. Вітання учасників та представлення ключових спікерів.
2. Огляд поточного стану бізнесу в Україні: основні статистичні дані, тенденції, проблеми.

Презентація 1 – «Економічна ситуація в Україні та її вплив на бізнес»:

Представник урядової установи чи економіст з аналітичною доповіддю про поточну економічну ситуацію в країні, макроекономічні тенденції, регулювання бізнесу.

Презентація 2 – «Проблеми підприємництва та можливості для розвитку бізнесу»:

Представник бізнес-асоціації або консультант, що розповість про актуальні проблеми підприємців, такі як податкове навантаження, бюрократія, доступ до фінансування, інфраструктурні бар'єри.

*Панельна дискусія:*

Обговорення ключових питань:

1. Як подолати бар'єри для розвитку малого та середнього бізнесу?
2. Які фактори можуть сприяти відновленню та зростанню підприємств в Україні?
3. Роль інновацій, технологій та стартапів у розвитку національної економіки.
4. Як залучити інвестиції в Україну та полегшити доступ до фінансування для підприємців?
5. Розвиток експорту та міжнародної конкуренції: шляхи виходу на міжнародні ринки.
6. Як держава може підтримати бізнес у післявоєнний період?

Запитання та відповіді:

Можливість для аудиторії поставити питання експертам та отримати практичні поради.

Заключне слово:

Підсумки обговорення та рекомендації для учасників бізнес-середовища щодо розвитку підприємництва в Україні.

*Спікери:*

1. Економісти: для обговорення макроекономічних тенденцій, проблем економіки та політики.
2. Бізнес-лідери та підприємці: для представлення реальних кейсів і досвіду ведення бізнесу в Україні.
3. Представники державних установ: які працюють над реформами та підтримкою бізнесу (наприклад, Міністерство економіки України, Державна фіскальна служба).
4. Консультанти та інвестори: для обговорення фінансування, інвестиційних можливостей, розвитку інфраструктури.

5. Представники міжнародних організацій та посольств: для обговорення міжнародного досвіду та підтримки інвестицій.

*Логістика:*

Місце проведення: університет, бізнес–центр, державна установа або онлайн платформа.

Рекламні матеріали: анонс в медіа та соціальних мережах, створення веб–сайту для реєстрації учасників.

Запрошення учасників: підприємці, представники бізнес–асоціацій, державних установ, інвестори, академічні та наукові установи.

*Очікувані результати:*

1. Поглиблене розуміння ключових проблем бізнесу в Україні.
2. Створення платформи для обміну досвідом між підприємцями, інвесторами та державними установами.
3. Визначення шляхів розвитку бізнесу в Україні в умовах сучасної економічної ситуації.
4. Надання рекомендацій для покращення бізнес–клімату та інвестиційної привабливості країни.

*Можливі теми для майбутніх заходів:*

1. Технологічні інновації та їх вплив на розвиток бізнесу в Україні.
2. Роль освіти та інтелектуальної власності у розвитку підприємництва.
3. Інвестиції в інфраструктуру: ключові проекти для підтримки бізнесу в Україні.

Цей захід має на меті створити ефективний майданчик для обміну думками та розробки рекомендацій, які допоможуть покращити стан бізнес–середовища в Україні та підтримати підприємців у розвитку їхніх компаній.

### **Круглий стіл**

#### **«Бізнес в умовах війни: як адаптуватися, виживати та розвиватися у кризовій економічній ситуації»**

*Мета:*

1. Оцінити поточний стан бізнес–середовища в Україні під час війни.
2. Проаналізувати виклики та проблеми, з якими стикаються підприємці у воєнний час.
3. Обговорити стратегії виживання та адаптації бізнесу в умовах війни.
4. Розглянути можливості для відновлення економічної діяльності після закінчення бойових дій.
5. Надати рекомендації щодо підтримки бізнесу з боку держави та міжнародних організацій.

*Формат:*

Тривалість: 2–3 години.

Модератор: викладач, економіст, представник бізнес–асоціації чи урядової установи.

*Часові блоки:*

1. Вступ (10–15 хвилин) – знайомство з учасниками, представлення теми.
2. Презентація стану бізнесу в умовах війни (15–20 хвилин).

3. Панельна дискусія (60–70 хвилин).
4. Запитання та відповіді (15–20 хвилин).
5. Заключне слово, підсумки, рекомендації (10–15 хвилин).

*План виступів:*

Вступне слово:

1. Привітання учасників, представлення ключових спікерів.
2. Огляд поточного стану бізнес–середовища в Україні під час війни: падіння економіки, проблеми ланцюгів постачання, міграція робочої сили, фінансові труднощі.

Презентація 1 – «Виклики бізнесу в умовах війни»:

Представник урядової організації або економіст, який проаналізує основні економічні проблеми, з якими стикаються підприємці в умовах військового конфлікту: порушення логістики, падіння попиту, нестабільність валютного курсу.

Презентація 2 – «Стратегії адаптації та виживання бізнесу»:

Бізнесмен або консультант розповість про успішні стратегії адаптації бізнесу до війни, зокрема: диверсифікація бізнесу, пошук нових ринків збуту, інноваційні рішення для виробничих процесів, використання цифрових технологій.

*Панельна дискусія:*

Обговорення наступних ключових питань:

1. Як відновити бізнес–процеси після зупинки виробництва?
2. Які галузі постраждали найбільше, а які показали стійкість і навіть зростання в умовах війни?
3. Як залучити інвестиції в умовах нестабільності та ризиків?
4. Як адаптувати стратегію маркетингу та продажів в умовах війни?
5. Роль міжнародної допомоги та підтримки бізнесу: від держави, міжнародних організацій, донорських фондів.
6. Як мінімізувати ризики для бізнесу в умовах бойових дій та санкцій?

Запитання та відповіді:

Учасники мають можливість поставити питання експертам, отримати практичні поради та поділитися власним досвідом.

Заключне слово:

1. Підсумки обговорення, рекомендації для підприємців щодо адаптації бізнесу в умовах війни.
2. Заклик до підтримки та взаємодії між підприємцями, державними органами та міжнародними партнерами для відновлення бізнес–середовища.

*Спікери:*

1. Економісти та аналітики: для оцінки економічної ситуації та проблем бізнесу в умовах війни.
2. Бізнесмени та підприємці: які ведуть бізнес під час війни і можуть поділитися досвідом.
3. Представники державних органів: для роз'яснення програм підтримки бізнесу під час війни, доступу до державних грантів та пільг.

4. Консультанти з питань кризового управління та реструктуризації: для аналізу стратегій виживання та адаптації.
5. Представники міжнародних організацій та фондів: для обговорення інвестиційних можливостей та фінансової підтримки для українських підприємців.

*Логістика:*

Місце проведення: конференц-зал, бізнес-центр, онлайн платформа (Zoom, Microsoft Teams тощо).

Рекламні матеріали: анонс заходу в медіа, соціальних мережах, поштові розсилки.

Запрошення учасників: підприємці, представники бізнес-асоціацій, державні органи, фінансові установи, міжнародні організації.

*Очікувані результати:*

1. Визначення найбільших викликів для бізнесу в Україні під час війни.
2. Розробка практичних стратегій для підприємців, які допоможуть зберегти та відновити бізнес.
3. Залучення уваги до проблем підтримки бізнесу з боку держави та міжнародних партнерів.
4. Поглиблене розуміння того, як адаптувати бізнес до воєнних умов і максимізувати шанси на відновлення після закінчення бойових дій.

*Можливі теми для майбутніх заходів:*

1. Психологічні аспекти ведення бізнесу під час війни.
2. Підтримка та відновлення постраждалих підприємств.
3. Інновації та стартапи в умовах криз: можливості та обмеження.

Цей круглий стіл допоможе підприємцям обмінятися досвідом, знайти нові рішення для виживання та адаптації в умовах війни, а також приверне увагу до необхідності підтримки бізнесу для відновлення економіки країни після конфлікту.

### **Круглий стіл**

#### **«Проблеми організації бізнесу: виклики, стратегії та можливості для розвитку»**

*Мета:*

1. Проаналізувати основні проблеми, з якими стикаються підприємці при організації бізнесу.
2. Обговорити стратегії, що дозволяють ефективно вирішувати проблеми бізнесу на різних етапах його розвитку.
3. Визначити можливості для оптимізації бізнес-процесів та зростання підприємств.
4. Надати практичні поради для молодих підприємців та власників малого бізнесу.

*Формат:*

Тривалість: 2–3 години.

Модератор: викладач, експерт в сфері бізнес-організації, консалтинг або представник бізнес-асоціації.

*Часові блоки:*

1. Вступ (10–15 хвилин) – знайомство з учасниками та представлення теми.
2. Презентація основних проблем організації бізнесу (15–20 хвилин).
3. Панельна дискусія (60–70 хвилин).
4. Запитання та відповіді (15–20 хвилин).
5. Заключне слово, підсумки, рекомендації (10–15 хвилин).

*План виступів:*

## Вступне слово:

1. Привітання учасників, представлення спікерів.
2. Короткий огляд основних проблем організації бізнесу: труднощі на етапі старту бізнесу, питання фінансування, стратегії розвитку та управлінські проблеми.

Презентація 1 – «Основні проблеми організації бізнесу: як подолати труднощі на етапі запуску та розвитку»:

Представник бізнес-асоціації або консультант з управління бізнесом розглядає типові проблеми, з якими стикаються підприємці: відсутність досвіду, недооцінка ринкових ризиків, проблеми з фінансуванням та залученням інвестицій, неправильна організація роботи персоналу.

Презентація 2 – «Стратегії вирішення проблем та оптимізація бізнес-процесів»:

Бізнесмен або консалтингова компанія ділиться успішними стратегіями для подолання складнощів: впровадження інновацій, вдосконалення управлінських практик, автоматизація процесів, розвиток маркетингових стратегій та створення ефективної команди.

*Панельна дискусія:*

## Обговорення наступних ключових питань:

1. Як подолати проблеми на етапі запуску бізнесу?
2. Що потрібно для правильного формування стратегії розвитку компанії на перших етапах?
3. Які основні проблеми організації бізнесу в умовах нестабільної економіки та як їх вирішити?
4. Як підвищити ефективність операційних процесів у малому та середньому бізнесі?
5. Які сучасні технології та інструменти допомагають оптимізувати бізнес-процеси?
6. Як організувати роботу команди для досягнення максимальних результатів?

## Запитання та відповіді:

Учасники задають питання експертам, отримують практичні поради, діляться досвідом.

## Заключне слово:

1. Підсумки дискусії, обговорення практичних порад для вирішення проблем організації бізнесу.

2. Оголошення рекомендацій щодо оптимізації бізнес–процесів, використання інноваційних підходів і можливості для розвитку.

*Спікери:*

1. Економісти та бізнес–консультанти: для оцінки загальних проблем бізнес–організації.
2. Представники бізнес–асоціацій: для обговорення ринкових тенденцій та підтримки бізнесу.
3. Бізнесмени: для поділу досвідом щодо специфіки організації бізнесу в різних галузях.
4. Маркетологи та менеджери: для обговорення проблем організації внутрішніх процесів та ефективного управління персоналом.
5. Юристи: для консультацій щодо юридичних аспектів організації та ведення бізнесу.

*Логістика:*

1. Місце проведення: конференц–зал, бізнес–центр, онлайн платформа (Zoom, Microsoft Teams).
2. Рекламні матеріали: анонс заходу на сайтах бізнес–асоціацій, соціальних мережах, електронних розсилках.
3. Запрошення учасників: підприємці, власники бізнесу, менеджери, представники державних структур та фінансових установ.

*Очікувані результати:*

1. Визначення основних проблем, які виникають при організації бізнесу.
2. Розробка практичних рекомендацій щодо подолання проблем на різних етапах бізнес–розвитку.
3. Огляд новітніх стратегій та інструментів для оптимізації бізнес–процесів.
4. Створення платформи для обміну досвідом серед підприємців та експертів.

*Можливі теми для майбутніх заходів:*

1. Впровадження інновацій та автоматизація в малому та середньому бізнесі.
2. Стратегії розвитку бізнесу в умовах економічної нестабільності.
3. Як залучити інвестиції для розвитку бізнесу: від ідеї до масштабування.

Цей круглий стіл допоможе підприємцям і організаціям зрозуміти основні проблеми, які можуть виникати при організації бізнесу, і знайти шляхи для їх вирішення за допомогою інновацій, стратегій розвитку та ефективного управління.

## МАЙСТЕР–КЛАСИ

Майстер-клас з економіки – це форма навчального заходу, під час якого досвідчений фахівець (майстер) демонструє та навчає учасників практичним навичкам, методикам чи інструментам, які використовуються в економічній сфері. Такий формат спрямований на передачу досвіду, поглиблення знань і розвиток компетенцій у конкретному аспекті економіки.

*Основні характеристики майстер-класу з економіки:*

1. Практична спрямованість: учасники отримують не лише теоретичну інформацію, але й можливість застосувати її на практиці.
2. Фокус на конкретній темі: майстер-клас зосереджується на вузькій темі, наприклад, складанні бізнес-плану, аналізі ринку чи використанні економічного програмного забезпечення.
3. Демонстрація досвіду: майстер ділиться власними успішними кейсами, практичними порадами та інструментами.
4. Інтерактивність: учасники активно взаємодіють із майстром, виконують завдання, задають питання та обговорюють матеріал.

*Мета майстер-класу з економіки:*

1. Розвиток професійних навичок: учасники вчаться вирішувати реальні економічні завдання.
2. Поглиблення знань: отримання нової інформації та підходів до економічних проблем.
3. Обмін досвідом: учасники дізнаються про сучасні тенденції та практики в економічній сфері.
4. Мотивація до саморозвитку: майстер-клас надихає на вивчення нових методів та їх впровадження в діяльність.

*Переваги майстер-класів з економіки:*

1. Практичність: учасники отримують знання, які одразу можуть використовувати у своїй роботі чи навчанні.
2. Доступність досвіду експерта: можливість отримати знання з перших рук від фахівця.
3. Індивідуальний підхід: учасники можуть задати питання, пов'язані з їхніми інтересами чи проблемами.
4. Мотивація: майстер-клас стимулює учасників до подальшого саморозвитку.
5. Нетворкінг: учасники знайомляться з іншими людьми, які мають спільні інтереси.

Майстер-клас з економіки – це ефективний інструмент для передачі практичного досвіду, розвитку економічного мислення та вдосконалення професійних навичок. Завдяки інтерактивному формату він допомагає учасникам швидко засвоїти матеріал і адаптувати його до своїх потреб.

## **Майстер–класи** **«Основи організації бізнесу та фінансового управління для** **початківців»**

### *Мета:*

1. Ознайомити учасників з основами бізнес–організації та фінансового управління.
2. Надати практичні навички з розробки бізнес–плану та ефективного управління фінансами в малому та середньому бізнесі.
3. Розглянути стратегії для підвищення прибутковості та зменшення фінансових ризиків.

### *Формат:*

Тривалість: 3–4 години.

Модератор: досвідчений бізнес–консультант або фінансовий експерт.

### *Часові блоки:*

1. Вступне слово та знайомство з учасниками (10–15 хвилин).
2. Теоретична частина: Основи бізнесу та фінансового управління (30–40 хвилин).
3. Практична частина: Розробка бізнес–плану та управління фінансами (90 хвилин).
4. Обговорення кейсів, практичні завдання (30–40 хвилин).
5. Підсумки, рекомендації та запитання (15–20 хвилин).

### *Програма майстер–класу:*

#### 1. Вступна частина (10–15 хвилин):

1. Привітання учасників та коротке ознайомлення з програмою.
2. Короткий огляд економічних проблем, з якими стикаються молоді підприємці та малий бізнес в Україні.

#### 2. Теоретична частина (30–40 хвилин):

##### Основи бізнес–організації:

1. Як започаткувати бізнес: вибір ідеї, цільова аудиторія, дослідження ринку.
2. Створення бізнес–плану: ключові етапи та елементи (цілі, місія, SWOT–аналіз).
3. Моделі організації бізнесу: індивідуальне підприємництво, ТОВ, акціонерні товариства.

##### Фінансове управління:

1. Основи бухгалтерії для бізнесменів: доходи, витрати, прибуток.
2. Як ефективно використовувати ресурси та знижувати фінансові ризики.
3. Основи фінансового планування: баланс доходів та витрат, прогнозування.

#### 3. Практична частина (90 хвилин):

##### *Розробка бізнес–плану:*

1. Учасники поділяються на групи для розробки бізнес–плану для умовного стартапу. Кожна група повинна визначити: ідею бізнесу,

конкурентні переваги, цільову аудиторію, стратегії маркетингу, фінансові прогнози.

2. Презентація кожної групи та обговорення результатів. Ключові моменти, на які слід звернути увагу при складанні бізнес-плану: реалістичність прогнозів, оцінка фінансових ризиків, джерела фінансування.

#### *Практика фінансового управління:*

1. Учасники працюють з кейсами: аналізують фінансовий стан бізнесу, розраховують бюджет на місяць, визначають оптимальні стратегії для скорочення витрат та підвищення прибутковості.
2. Рішення практичних завдань на основі реальних ситуацій, що дозволяє учасникам закріпити знання та застосувати їх на практиці.
4. Обговорення кейсів та практичні завдання (30–40 хвилин):

Кейс 1: «Як правильно оцінити ринкову ситуацію і прогнозувати попит на новий продукт?»

1. Підходи до аналізу ринку, визначення попиту та пропозиції.
2. Рішення для виходу на ринок та залучення перших клієнтів.

Кейс 2: «Як керувати витратами та бюджетом малого бізнесу?»

1. Розрахунок оптимального бюджету, контроль за витратами.
2. Пошук шляхів скорочення витрат без втрати якості послуг/продукту.
5. Підсумки та рекомендації (15–20 хвилин):
1. Підсумок основних моментів майстер-класу, висновки за результатами роботи груп.
2. Рекомендації для молодих підприємців: як уникати основних помилок при організації бізнесу, важливість аналізу фінансових показників і коригування стратегії на основі отриманих даних.
3. Відповіді на запитання учасників, подальші ресурси для самостійного навчання.

#### *Спікери:*

1. Фінансовий консультант: для надання теоретичних основ фінансового управління та практичних порад.
2. Представник бізнес-асоціації або підприємства: для обміну досвідом створення та розвитку бізнесу.
3. Підприємець-практик: для поділу реальними кейсами та розбору проблем, з якими стикаються підприємці в Україні.

#### *Логістика:*

1. Місце проведення: конференц-зал, коворкінг, або онлайн платформа (Zoom, Google Meet).
2. Запрошення учасників: підприємці, стартапери, студенти економічних спеціальностей, представники малого та середнього бізнесу.
3. Рекламні матеріали: анонс на сайтах бізнес-асоціацій, в соціальних мережах, через електронні розсилки.

#### *Очікувані результати:*

1. Здобуття практичних навичок у розробці бізнес-планів та ефективному фінансовому управлінні.

2. Збільшення рівня впевненості учасників у веденні бізнесу, завдяки конкретним стратегіям і кейсам.
3. Поглиблене розуміння принципів організації бізнесу та фінансового планування в умовах реальної економічної ситуації.

Цей майстер–клас надасть учасникам необхідні знання та інструменти для успішного старту та управління бізнесом, підвищуючи їх впевненість у власних силах і допомагаючи розв'язувати типові проблеми підприємців.

### **Майстер–класи**

#### **«Економіка освітніх послуг: управління, фінансування та розвиток освітніх установ»**

##### *Мета:*

1. Ознайомити учасників з економічними аспектами надання освітніх послуг.
2. Розкрити фінансові та організаційні моделі у сфері освіти.
3. Надати практичні рекомендації щодо ефективного управління, маркетингу та розвитку освітніх установ.

##### *Формат:*

Тривалість: 3–4 години.

Модератор: економіст або бізнес–консультант у сфері освіти.

##### *Часові блоки:*

1. Вступне слово та знайомство з учасниками (10–15 хвилин).
2. Теоретична частина: Основи економіки освітніх послуг (40 хвилин).
3. Практична частина: Розробка стратегії розвитку освітніх послуг (90 хвилин).
4. Обговорення кейсів, практичні завдання (30–40 хвилин).
5. Підсумки, рекомендації та запитання (15–20 хвилин).

##### *Програма майстер–класу:*

1. Вступна частина (10–15 хвилин):
  1. Привітання учасників і коротке ознайомлення з темою майстер–класу.
  2. Ознайомлення з поточною ситуацією на ринку освітніх послуг, в тому числі проблеми та можливості для малого та середнього бізнесу у сфері освіти.
2. Теоретична частина (40 хвилин):

##### *Економіка освітніх послуг:*

1. Що таке освітні послуги та їх класифікація.
2. Види освітніх послуг: дошкільна, середня, вища освіта, додаткові освітні послуги.
3. Як побудовані бізнес–моделі в освітньому секторі: безкоштовне і платне навчання, онлайн та офлайн освіта, корпоративне навчання.
4. Фінансові аспекти організації освітніх послуг:
5. Джерела фінансування освітніх установ: державне фінансування, приватні інвестиції, гранти.
6. Розрахунок вартості освітніх послуг, фінансова модель для навчальних закладів.

7. Як оптимізувати витрати та забезпечити стабільність доходів в умовах конкуренції.

Управління освітніми послугами:

1. Стратегії управління освітніми закладами: стратегічне планування, кадрове забезпечення, моніторинг якості.
2. Маркетинг освітніх послуг: сегментація ринку, позиціонування, брендинг та просування навчальних програм.

3. Практична частина (90 хвилин):

Розробка стратегії розвитку освітніх послуг:

1. Учасники поділяються на групи та отримують завдання розробити стратегію для умовного навчального закладу (школа, університет, курси, тренінговий центр).
2. Визначення цільової аудиторії, аналіз ринку, визначення сильних і слабких сторін конкуренції.
3. Створення плану залучення студентів через ефективні канали комунікації та маркетингу.

Фінансова стратегія:

1. Розробка фінансового плану для освітньої установи. Обчислення вартості освітніх послуг, обґрунтування прибутковості.
2. Визначення найбільш вигідних джерел фінансування та розрахунок прибутковості за різними сценаріями розвитку.

Управлінські рішення:

1. Визначення необхідних кадрів для забезпечення ефективного функціонування навчального закладу.
2. Стратегії залучення та утримання кваліфікованих викладачів і тренерів.

4. Обговорення кейсів та практичні завдання (30–40 хвилин):

Кейс 1: «Як розробити стратегію залучення студентів на платні освітні програми в умовах жорсткої конкуренції?»

1. Рішення для сегментації цільової аудиторії та пошуку ефективних каналів просування.
2. Порівняння онлайн і офлайн освітніх послуг з точки зору витрат і прибутковості.

Кейс 2: «Як оптимізувати витрати в освітній установі без втрати якості?»

1. Пошук можливостей для зниження витрат на матеріально-технічне забезпечення та адміністративні послуги.
2. Стратегії автоматизації навчальних процесів для зменшення витрат.

5. Підсумки та рекомендації (15–20 хвилин):

1. Підсумок основних моментів майстер-класу, висновки з практичних завдань.
2. Рекомендації для учасників щодо застосування отриманих знань у їхньому бізнесі чи діяльності.
3. Відповіді на запитання учасників, подальші ресурси для самостійного навчання та розвитку.

*Спікери:*

1. Економіст або фінансовий консультант: для надання теоретичних основ економіки освітніх послуг і фінансового планування.
2. Представник освітньої установи (університет, школа, тренінговий центр): для поділу практичним досвідом управління освітньою установою.
3. Маркетолог: для обговорення маркетингових стратегій просування освітніх послуг на ринку.

*Логістика:*

1. Місце проведення: конференц-зал, коворкінг, або онлайн платформа (Zoom, Google Meet).
2. Запрошення учасників: представники освітніх закладів, адміністратори, підприємці, студенти, освітні консультанти.
3. Рекламні матеріали: анонс на сайтах освітніх асоціацій, в соціальних мережах, через електронні розсилки.

*Очікувані результати:*

1. Здобуття практичних навичок у фінансовому та управлінському плануванні освітніх послуг.
2. Розуміння ключових аспектів розвитку та просування освітніх установ у конкурентному середовищі.
3. Поліпшення стратегічного мислення учасників щодо покращення ефективності та рентабельності освітніх послуг.

Цей майстер-клас надасть учасникам необхідні інструменти для оптимізації бізнес-процесів в освітніх установах та підвищення їх конкурентоспроможності на ринку.

**Майстер-класи****«Маркетинг для бізнесу: стратегії, інструменти та практичні підходи»***Мета:*

1. Ознайомити учасників з основами маркетингу та його практичним застосуванням у бізнесі.
2. Навчити учасників розробляти маркетингові стратегії та планувати ефективні маркетингові кампанії.
3. Поглибити розуміння інструментів цифрового маркетингу та методів взаємодії з клієнтами.

**Формат:**

Тривалість: 3–4 години.

Модератор: Маркетолог або бізнес-консультант.

*Часові блоки:*

1. Вступна частина та знайомство з учасниками (10 хвилин).
2. Теоретична частина: Основи маркетингу та стратегії (40 хвилин).
3. Практична частина: Розробка маркетингової стратегії (90 хвилин).
4. Обговорення кейсів та практичні завдання (30–40 хвилин).
5. Підсумки, рекомендації та запитання (15–20 хвилин).

*Програма майстер-класу:*

### 1. Вступна частина (10 хвилин):

1. Привітання учасників, коротке ознайомлення з темою.
2. Визначення важливості маркетингу для успішного ведення бізнесу.

### 2. Теоретична частина (40 хвилин):

#### Основи маркетингу:

1. Визначення маркетингу та його роль у бізнесі.
2. Основні принципи маркетингу: продукт, ціна, місце, просування (4P).
3. Моделі маркетингових стратегій: сегментація ринку, позиціонування, конкурентна перевага.

#### Маркетингові стратегії:

1. Різні види маркетингових стратегій: стратегія диференціації, лідерства за витратами, фокусування.
2. Порівняння стратегії B2B та B2C маркетингу.
3. Розробка стратегії бренду: як побудувати сильний бренд і чому це важливо для бізнесу.

#### Інструменти цифрового маркетингу:

1. SEO (оптимізація для пошукових систем) та контекстна реклама.
2. Соціальні мережі як інструмент маркетингу: Facebook, Instagram, TikTok, LinkedIn.
3. E-mail маркетинг, контент-маркетинг, відео-маркетинг.
4. Аналітика та вимірювання ефективності маркетингових кампаній: Google Analytics, ROI, LTV (Lifetime Value).

### 3. Практична частина (90 хвилин):

#### Розробка маркетингової стратегії:

1. Учасники поділяються на групи та отримують завдання розробити маркетингову стратегію для умовного бізнесу (новий продукт, старт-ап, онлайн-магазин).
2. Визначення цільової аудиторії, аналіз конкурентів, вибір каналів просування.
3. Розробка плану маркетингових активностей: від реклами до просування через соціальні мережі.

#### Інструменти цифрового маркетингу:

1. Створення простого плану цифрового маркетингу: які платформи використовувати, як ефективно працювати з контентом.
2. Як оптимізувати сайт для пошукових систем та підвищити видимість у Google.
3. Розробка короткострокових та довгострокових рекламних кампаній.

#### Побудова бренду:

1. Як створити сильний бренд: розробка логотипу, слогану, візуального стилю.
2. Позиціонування бренду на ринку: як виділити бізнес серед конкурентів.
3. Стратегії побудови лояльності клієнтів через брендинг.
4. Обговорення кейсів та практичні завдання (30–40 хвилин):

#### Кейс 1: «Як просунути новий продукт на ринок?»

Стратегії запуску нового продукту на ринку.

1. Вибір каналів для просування та аналіз ринку.
  2. Як врахувати потреби клієнтів і позиціонувати продукт.
- Кейс 2: «Маркетингові стратегії для стартапу».
1. Як вибудувати маркетингову стратегію для стартапу з обмеженим бюджетом.
  2. Залучення перших клієнтів та стратегії взаємодії з ними.
- Кейс 3: «Просування через соціальні мережі».
1. Як вибрати правильну соціальну мережу для вашого бізнесу.
  2. Розробка контент-плану та ефективних рекламних кампаній у Facebook та Instagram.
5. Підсумки та рекомендації (15–20 хвилин):
1. Підсумок основних ідей майстер-класу та висновки з практичних завдань.
  2. Рекомендації щодо застосування отриманих знань у маркетингових кампаніях.
  3. Поради з подальшого вдосконалення маркетингових стратегій і використання нових інструментів для бізнесу.
  4. Відповіді на запитання учасників.

*Спікери:*

1. Маркетолог із досвідом у розробці стратегій для різних бізнесів: для надання теоретичних основ і практичних кейсів.
2. Цифровий маркетолог або SMM-спеціаліст: для обговорення цифрових інструментів і просування через інтернет.
3. Бізнес-консультант: для аналізу бізнес-ситуацій і стратегічних рішень.

*Логістика:*

1. Місце проведення: конференц-зал або онлайн-платформа (Zoom, Google Meet).
2. Запрошення учасників: підприємці, маркетологи, стартапери, студенти бізнес-спеціальностей, малий і середній бізнес.
3. Рекламні матеріали: анонси на сайтах бізнес-асоціацій, через електронні розсилки, соціальні мережі.

*Очікувані результати:*

1. Здобуття учасниками практичних навичок у розробці маркетингових стратегій та планів.
2. Розуміння основних інструментів маркетингу, зокрема цифрового маркетингу.
3. Вміння створювати маркетингові кампанії, орієнтуючись на цільову аудиторію та використовуючи відповідні канали комунікації.
4. Здобуття інструментів для аналізу ефективності маркетингових кампаній та оптимізації бізнес-процесів.

Цей майстер-клас надасть учасникам конкретні інструменти для розвитку маркетингових стратегій, допоможе зрозуміти принципи роботи з клієнтами і покращити ефективність бізнесу.

## Майстер–класи «Реклама стратегії та інструменти для бізнесу»

### *Мета:*

1. Ознайомити учасників з основами реклами та її роллю в бізнесі.
2. Навчити учасників створювати рекламні кампанії для різних платформ і каналів.
3. Поглибити розуміння інструментів реклами, таких як цифрова реклама, реклама в соціальних мережах, контекстна реклама та медіаплатформи.

### *Формат:*

Тривалість: 3–4 години.

Модератор: рекламний консультант або маркетолог.

### *Часові блоки:*

1. Вступ та знайомство з учасниками (10 хвилин).
2. Теоретична частина: Основи реклами та рекламні стратегії (40 хвилин).
3. Практична частина: Розробка рекламної кампанії (90 хвилин).
4. Обговорення кейсів та практичні завдання (30–40 хвилин).
5. Підсумки, рекомендації та запитання (15–20 хвилин).

### *Програма майстер–класу:*

#### 1. Вступна частина (10 хвилин):

1. Привітання учасників та знайомство з темою майстер–класу.
2. Визначення ролі реклами в бізнесі та її важливості для зростання та розвитку компанії.
3. Огляд цілей майстер–класу: навчити учасників основам реклами, допомогти створювати рекламні кампанії та використовувати сучасні рекламні інструменти.

#### 2. Теоретична частина (40 хвилин):

##### Основи реклами:

1. Що таке реклама та яка її роль у бізнесі?
2. Рекламна стратегія: як розробити стратегію, яка відповідає цілям бізнесу.
3. Типи реклами: зовнішня реклама, контекстна реклама, реклама у соціальних мережах, телевізійна реклама, радіореклама, реклама на веб-сайтах та мобільних додатках.
4. Рекламні канали та вибір каналів залежно від цільової аудиторії.

##### Основні компоненти рекламної кампанії:

1. Цільова аудиторія: як правильно визначити та сегментувати свою аудиторію.
2. Рекламний меседж: як створити привабливий меседж, що відповідає потребам вашої цільової аудиторії.
3. Вибір формату реклами: банери, текстові оголошення, відео, каруселі, сторіз.
4. Платформи для реклами: Google Ads, Facebook Ads, Instagram, LinkedIn, YouTube, рекламні мережі.

##### Медіапланування:

1. Як планувати рекламну кампанію: розробка бюджету, вибір каналів і графік публікацій.
  2. Як оцінити ефективність реклами: метрики (CTR, ROI, CPM, CPL) та аналітика результатів кампанії.
3. Практична частина (90 хвилин):
- Розробка рекламної кампанії:
1. Учасники поділяються на групи та отримують завдання створити рекламну кампанію для умовного бізнесу (новий продукт, онлайн-магазин, стартап).
  2. Створення рекламного меседжу, вибір цільової аудиторії та каналів реклами.
  3. Розрахунок бюджету кампанії та визначення рекламних інструментів для досягнення найбільшої ефективності.
  4. Створення плану кампанії з вказанням строків запуску та моніторингу ефективності.
- Інструменти для реклами:
1. Використання Google Ads та Facebook Ads для створення рекламних оголошень.
  2. Налаштування таргетингу та вибір параметрів кампанії.
  3. Розробка графіки для рекламних матеріалів: банери, креативи для соціальних мереж.
  4. Створення рекламних повідомлень, які привертають увагу.
- Оцінка ефективності кампанії:
1. Як правильно збирати та аналізувати дані про ефективність реклами.
  2. Інтерпретація метрик та вдосконалення кампанії за результатами.
4. Обговорення кейсів та практичні завдання (30–40 хвилин):
- Кейс 1: «Як ефективно рекламувати новий продукт?»
1. Стратегії запуску нового продукту: канали комунікації та рекламні меседжі.
  2. Рекламні кампанії для продуктів у різних сферах: споживчі товари, послуги, B2B-рішення.
- Кейс 2: «Реклама для малого бізнесу: бюджетні варіанти».
1. Як розробити бюджетну рекламну кампанію для малого бізнесу.
  2. Використання соціальних мереж і SEO для економії коштів на рекламу.
- Кейс 3: «Реклама через соціальні мережі».
1. Як вибрати правильні платформи для реклами (Facebook, Instagram, TikTok, LinkedIn).
  2. Розробка контенту та таргетинг для максимального охоплення.
5. Підсумки та рекомендації (15–20 хвилин):
1. Підсумок основних ідей майстер-класу.
  2. Рекомендації для успішних рекламних кампаній.
  3. Як покращити результат реклами за допомогою моніторингу і коригування кампаній.
  4. Відповіді на запитання учасників, обговорення отриманих результатів.

*Спікери:*

1. Рекламний консультант: для пояснення основ реклами та практичних інструментів.
2. Цифровий маркетолог: для розгляду контекстної та соціальної реклами, а також онлайн-інструментів.
3. Підприємець або стартапер: для обговорення реальних кейсів у рекламі.

*Логістика:*

1. Місце проведення: конференц-зал або онлайн-платформа (Zoom, Google Meet).
2. Запрошення учасників: малий і середній бізнес, підприємці, маркетологи, стартапери, студенти бізнес-спеціальностей.
3. Рекламні матеріали: анонси через соціальні мережі, вебсайти бізнес-асоціацій, електронні розсилки.

*Очікувані результати:*

1. Здобуття учасниками практичних навичок розробки та запуску рекламних кампаній.
2. Розуміння, як правильно оцінювати та коригувати рекламні кампанії для досягнення максимальних результатів.
3. Розвиток навичок створення креативних рекламних матеріалів, орієнтованих на цільову аудиторію.
4. Покращення розуміння інструментів для рекламування та моніторингу кампаній у цифровому просторі.

Цей майстер-клас допоможе учасникам дізнатися, як ефективно використовувати рекламу для розвитку їхнього бізнесу, розвивати бренд та залучати нових клієнтів.

*Розробка проєктів: від ідеї до реалізації**Мета:*

1. Ознайомити учасників з етапами розробки проєктів у бізнес-сфері.
2. Навчити створювати детальний план проєкту, з урахуванням економічних аспектів та фінансових розрахунків.
3. Розвинути навички аналізу ризиків і можливих труднощів при реалізації проєкту.
4. Надати учасникам інструменти для успішної реалізації своїх проєктів.

*Формат:*

Тривалість: 3–4 години.

Модератор: Економіст-консультант або проєктний менеджер.

*Часові блоки:*

1. Вступна частина (10 хвилин).
2. Теоретична частина: Основи розробки проєктів (40 хвилин).
3. Практична частина: Розробка бізнес-проєкту (90 хвилин).
4. Обговорення кейсів та практичні завдання (30–40 хвилин).
5. Підсумки, рекомендації та запитання (15–20 хвилин).

*Програма майстер-класу:*

1. Вступна частина (10 хвилин):

1. Привітання учасників, знайомство з темою майстер–класу.
2. Огляд мети майстер–класу: як створювати і реалізовувати бізнес–проекти, з чого починати та на що звертати увагу під час планування.
3. Визначення ключових аспектів: ідея, планування, фінансування, ризику, реалізація.

2. Теоретична частина (40 хвилин):

1. Що таке проєкт і чому важливо його правильно розробляти?
2. Визначення проєкту в контексті бізнесу.
3. Основні види проєктів (стартапи, інвестиційні проєкти, соціальні проєкти, технологічні інновації).
4. Ключові елементи проєкту: мета, завдання, результати, обсяг робіт, ресурси, бюджет.

*Етапи розробки бізнес–проєкту:*

1. Ідея та концепція проєкту:
2. Визначення проблеми та потреби.
3. Опис ідеї та її унікальність.
4. Стратегічне бачення та цілі проєкту.
5. Дослідження ринку та конкурентів:
6. Аналіз ринку та цільової аудиторії.
7. Оцінка конкурентів, їхніх сильних і слабких сторін.
8. Розробка плану проєкту:
9. Мета проєкту та етапи реалізації.
10. Ресурси, необхідні для реалізації.
11. Визначення результатів, що мають бути досягнуті на кожному етапі.
12. Фінансування проєкту:
13. Оцінка вартості проєкту та джерела фінансування.
14. Бюджетування, визначення витрат та доходів.
15. Стратегії залучення інвестицій (гранти, кредити, приватні інвестори).
16. Ризику та план управління ними:
17. Аналіз можливих ризиків проєкту.
18. Як знизити ризику і забезпечити стабільну реалізацію.
19. Виконання та контроль:
20. Оперативне управління проєктом.
21. Моніторинг виконання та коригування плану.
22. Розробка фінансового плану проєкту:

Як складати бізнес–план з урахуванням економічних показників.

Розрахунок вартості проєкту, оцінка прибутковості та рентабельності.

Повернення інвестицій (ROI) та терміни окупності.

3. Практична частина (90 хвилин):

Розробка бізнес–проєкту:

Учасники поділяються на групи та отримують завдання створити бізнес–проєкт для певної ідеї (наприклад, відкриття кафе, запуск онлайн–платформи, соціальний проєкт).

Робота над кожним етапом:

1. Визначення ідеї та цілей проєкту.
2. Дослідження ринку та конкурентів.
3. Створення етапів проєкту та визначення ресурсів.
4. Оцінка фінансування та ризиків.
5. Складання фінансового плану та бюджету.

Інструменти для розробки проєкту:

1. Використання простих таблиць та інструментів для планування (наприклад, Excel для фінансових розрахунків, Trello для управління завданнями).
  2. Створення презентацій для представлення проєкту потенційним інвесторам або партнерам.
  3. Оцінка ризиків і розробка плану їх мінімізації.
4. Обговорення кейсів та практичні завдання (30–40 хвилин):

Кейс 1: «Як створити бізнес–проєкт для нового стартапу?»

1. Аналіз реальних стартапів: як створити бізнес–план для малого бізнесу.
2. Пошук інвестицій та залучення потенційних партнерів.

Кейс 2: "Як зменшити ризики при реалізації проєкту?"

1. Як правильно оцінити і уникнути ризиків.
2. Розробка стратегій управління ризиками для стартапу.

Кейс 3: "Бізнес–проєкт у сфері послуг."

Як реалізувати проєкт у сфері послуг, враховуючи специфіку ринку та цільову аудиторію.

5. Підсумки та рекомендації (15–20 хвилин):

1. Підсумок основних ідей майстер–класу.
2. Рекомендації для успішної реалізації бізнес–проєктів.
3. Важливість правильного управління проєктом і коригування плану на основі отриманих результатів.
4. Відповіді на запитання учасників, обговорення отриманих результатів.

*Спікери:*

1. Економіст або бізнес–консультант: для пояснення основ розробки проєктів та фінансових аспектів.
2. Проєктний менеджер: для аналізу етапів управління проєктами та оцінки ризиків.
3. Інвестор або підприємець: для обговорення практичного досвіду в реалізації проєктів і залучення інвестицій.

*Логістика:*

1. Місце проведення: конференц–зал або онлайн–платформа (Zoom, Google Meet).
2. Запрошення учасників: підприємці, стартапери, студенти бізнес–спеціальностей, професіонали в галузі управління проєктами.
3. Рекламні матеріали: анонси через соціальні мережі, вебсайти бізнес–асоціацій, електронні розсилки.

*Очікувані результати:*

1. Здобуття учасниками навичок створення бізнес–проєктів.
2. Вміння планувати, фінансувати та оцінювати ризики проєктів.

3. Оволодіння інструментами для управління проєктами та їх ефективної реалізації.
4. Поглиблення знань про створення фінансових планів і бюджетування проєктів.

Цей майстер–клас допоможе учасникам здобути практичні знання для розробки та успішної реалізації своїх бізнес–проєктів, а також надасть інструменти для ефективного управління проєктами в реальному бізнес–середовищі.

## СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Бібік Н. М. Компетентнісний підхід у сучасній освіті: світовий досвід та українські перспективи. Київ : КОНВІ, 2020. 256 с.
2. Гура О. В. Інтерактивні технології навчання: теорія, практика, досвід. Київ: Шкільний світ, 2021. 192 с.
3. Гутаревич Ю. П. Економічна грамотність у школі: інтерактивні моделі навчання. Київ : Освіта, 2018. 190 с.
4. Долішній М. І., Сорока С. І. Інтерактивна економіка: приклади кейсів та ситуаційних завдань. Київ : Знання, 2021. 260 с.
5. Жук Ю. О. Сучасні підходи до інтерактивного навчання в педагогіці. Харків : Освіта України, 2022. 220 с.
6. Завадський Й. С. Економіка для вчителів: ситуаційні вправи та тренінги. Львів : Літопис, 2020. 230 с.
7. Кларін М. В. Інтерактивні методи навчання в освітньому просторі. Київ : Академвидав, 2019. 240 с.
8. Коваль Т. Г., Сіденко В. Р. Економічна освіта: інтерактивний підхід до викладання. Львів : ЛНУ ім. І. Франка, 2021. 280 с.
9. Комарницький П. В. Технології розвитку критичного мислення у викладанні економіки. Івано-Франківськ: Лілея-НВ, 2022. 230 с.
10. Кузьміна Н. В. Організація інтерактивних круглих столів: посібник для викладача. Київ : Вища школа, 2019. 200 с.
11. Малюта А. М. Ігрові методи в освітньому процесі: практика та рекомендації. Київ : Рідна школа, 2020. 210 с.
12. Морзе Н. В., Варченко-Троценко Л. О. Сучасні технології навчання: теоретичні основи та практичне впровадження. Черкаси : Вертикаль, 2020. 210 с.
13. Пилипчук О. С. Майстер-класи як інтерактивна форма навчання майбутніх вчителів. Тернопіль : Педагогічна думка, 2018. 180 с.
14. Прокопенко І. Ф. Майстер-класи у педагогіці: теорія та практика. Харків : Ранок, 2021. 20 с.
15. Рогозинський О. О. Інтерактивні методи викладання економіки: інструментарій для вчителя. Харків : Основа, 2019. 210 с.
16. Ткаченко Л. П. Семінари і тренінги у сучасній освіті: інтерактивний підхід. Одеса : ОНУ ім. Мечникова, 2020. 240 с.
17. Фіцула М. М. Педагогіка: навчальний посібник. Київ : Академія, 2022. 320 с.
18. Хоменко І. А. Проектне навчання як метод інтеграції технологій та економіки. Вінниця : Тезис, 2021. 220 с.
19. Шведова Н. О., Гриценко Т. С. Кейсові технології у вивченні економічних дисциплін. Чернівці : Рута, 2022. 250 с.
20. Ярошенко О. Г. Практикум із проведення інтерактивних майстер-класів. – Запоріжжя : Поліграф, 2021. 210 с.

Електронне видання

Інтерактивна економіка (ігри, ситуаційні завдання, кейси, інтерактивні вправи,  
тренінги, круглі столи, майстер–класи)

навчальний посібник

для здобувачів освіти першого освітньо-наукового рівня вищої освіти

Підп. до розповсюдження 04.10.2023.

Формат 60x84/8. Умов. друк. арк. 20,11. Зам. No 5304

Видавництво Глухівського національного педагогічного  
університету імені Олександра Довженка.

41400, м. Глухів, Сумська обл., вул. Києво-Московська, 24,

тел/факс (05444) 2-33-06.

Свідоцтво суб'єкта видавничої справи ДК No678 від 19.11.2001.