

Лекція 1. Про програму «Компанія»

Курс підприємництва «Компанія» – це практикоорієнтована програма з підприємництва, що навчає учнів створювати і керувати міні-компанією протягом навчального року. Основна ідея – «навчання через практику»: учасники проходять увесь цикл підприємницької діяльності – від задуму й перевірки ідеї до виробництва, продажів, обліку, звітування та підсумкової презентації результатів. Такий формат дозволяє побачити реальні наслідки власних рішень і відчутти відповідальність за роль у спільній справі.

Міжнародний контекст програми формує у здобувачів освіти амбіцію і реалістичні орієнтири. Щороку найкращі команди презентують результати на національному рівні, а переможці можуть бути допущені до участі у європейському конкурсі *GEN-E*, де змагаються з ровесниками з різних країн, демонструючи не лише продукт, а й логіку бізнес-моделі, соціальний вплив, інноваційність і командну взаємодію. Зразки проєктів-переможців минулих років – від мобільних застосунків до екологічних продуктів та приладів допомоги – показують, що успіх забезпечується поєднанням реальної потреби ринку, чіткої ціннісної пропозиції, дисципліни виконання і якісної комунікації зі стейкхолдерами. Ці приклади доцільно використати як орієнтири під час вибору власної бізнес-ідеї та планування мінімально життєздатного продукту.

Очікувані результати навчання в курсі «Компанія» охоплюють кілька вимірів. У змістовому – розуміння базових понять підприємництва (ціннісна пропозиція, сегменти клієнтів, канали збуту, собівартість, точка беззбитковості, бюджетування, звітність). У процесуальному – вміння працювати в команді, домовлятися, виступати публічно, налагоджувати партнерства, продавати, презентувати, збирати зворотний зв'язок і покращувати продукт. В аналітичному – здатність формулювати гіпотези і перевіряти їх шляхом простих досліджень та тестування на реальних користувачах. У ціннісному – відповідальність, підприємливість, етика, чесність в обліку та комунікації з клієнтами і інвесторами.

Структура навчальної дисципліни передбачає послідовні етапи: ознайомлення з програмою, формування команди та правил взаємодії; генерацію й оцінку ідей; вибір продукту/послуги; розробку бізнес-плану і стартову капіталізацію через акції; офіційне запускання міні-компанії; виробництво і продаж; маркетинг та фінанси; підбиття підсумків і підготовку до конкурсу. На кожному етапі учні отримують чіткі завдання: від складання короткого профілю споживача до розрахунку ціни і точки беззбитковості, від розподілу ролей до підготовки пітчу для журі.

Від самого початку важливо усвідомити: програма вимагає ініціативи та дисципліни. Мотивація «стати підприємцем» перетворюється на конкретні дії – зібрати факти про ринок, порахувати витрати, поговорити з потенційними клієнтами, створити простий прототип, спланувати закупівлі, визначити стандарти якості, домовитися про графіки та підзвітність. Студенти вчаться відрізняти «хочу» від «потрібно» і перетворювати ідеї на перевірені рішення.

Для старту курсу доречно коротко познайомитися з історіями успішних міні-компаній, звернути увагу на те, що їх об'єднує: зосередженість на проблемі користувача, локально доступні ресурси, простота реалізації першого продукту, командна узгодженість та системність у виконанні. Це допоможе побачити реалістичний шлях від задуму до результату і зняти упередження на кшталт «учні не можуть створити дієвий продукт» – практика доводить протилежне.

Домашня підготовка після першого заняття може включати рефлексію щодо власних мотивів («чому я хочу/не хочу бути підприємцем»), пошук одного реального підприємця в оточенні і коротке інтерв'ю про його шлях, помилки і поради. Такі міні-інтерв'ю стануть базою для наступних обговорень про ризик, стійкість, клієнтський сервіс і відповідальність у бізнесі.

Лекція 2. Формування команди міні-компанії

Команда – ключовий фактор успіху міні-компанії. На цьому етапі мета – зібрати студентську групу, усвідомити сильні сторони кожного, визначити ролі, домовитися про правила співпраці та процедури прийняття рішень. Старт доцільно розпочати з індивідуальної самооцінки навичок, інтересів, досвіду і цінностей, аби сформувати прозору картину того, хто які завдання може виконувати найкраще. Така рефлексія зменшує конфлікти, допомагає доречно розподіляти навантаження і підтримує мотивацію.

Після індивідуальної діагностики учасники діляться результатами в малих групах, виділяють перетини і взаємодоповнювані компетентності, проговорюють очікування щодо темпу, якості й стилю комунікації. Надалі варто організувати **короткі вправи** на комунікацію та слухання. Наприклад, вправа з контрастним досвідом «найгірший слухач» і «надто активний слухач» допоможе відчувати, як поведінка співрозмовника впливає на психологічну безпеку й ефективність роботи. Рефлексія за підсумками вправи виводить на конкретні правила: **не перебивати, уточнювати, підсумовувати, домовлятися про «час говоріння» і «час слухання».**

Щоби запобігти типовим непорозумінням, команда укладає Угоду про співпрацю – простий документ, у якому зафіксовано цілі, ролі, стандарти якості, канали і тональність комунікації, регламент зборів (періодичність, тривалість, порядок денний), процедуру прийняття рішень (консенсус, проста більшість, право вето за обмеженим переліком питань), механізм розв’язання конфліктів і наслідки невиконання домовленостей. Окремо варто передбачити правила жартів, фід-беку, публічності внутрішньої інформації та відзначення додаткових зусиль. На етапі підписання доцільно призначити відповідальних за скликання зборів, ведення протоколів зборів, контроль виконання і наступну архівацію матеріалів.

Ролі в міні-компанії мають віддзеркалювати ключові бізнес-функції. На початку достатньо базового набору: керівник (або керівниця) компанії як координатор процесів і «обличчя» у зовнішній комунікації; фінансовий менеджер, відповідальний за бюджет, облік, касу, звітність; операційний менеджер для виробництва, якості, логістики; маркетолог для роботи з клієнтами та контентом; секретар зборів для порядку денного і протоколів; відповідальний за взаємодію з ментором та партнерами. Ролі можуть поєднуватися залежно від розміру команди, але зона відповідальності кожного має бути зрозумілою і вимірюваною.

Принципи ефективної співпраці будуються **на прозорості та регулярності**. Прозорість означає короткі щотижневі оновлення кожного члена команди за формулою «що зроблено – що блокує – що зроблю далі», публічні списки завдань і дедлайни, чіткі критерії «готово». Регулярність – це фіксований графік зустрічей, сталі канали комунікації, швидке обговорення проблем. Для складних питань доцільно вводити правило «24 години на пропозицію рішення» з подальшим голосуванням, якщо консенсусу не досягнуто.

Психологічна безпека в команді так само важлива, як і технічні компетенції. Варто домовитися, що помилки розбираються «на процесі, а не на особистостях», заохочується вміння визнавати власні прорахунки й швидко коригувати маршрут, фідбек дається у формулі «спостереження – вплив – побажання». Для боротьби з груповим мисленням корисно призначати стратегічні обговорення, особливо під час вибору ідеї або ціни.

Справедливий розподіл часток і винагород пов’язаний з внеском кожного у часі, грошах, компетенціях і результатах. На старті можна домовитися про рівні частки, а згодом – перегляд за формулою «внесок × відповідальність × ризик». Важливо закласти «гальмівні механізми»: якщо хтось системно не виконує обов’язків, передбачити попередження, тимчасове обмеження прав

голосу або викуп частки командою за заздалегідь визначеною формулою. Такі положення варто відобразити в Угоді або Статуті міні-компанії.

Ефективні зібрання мають стандартизований перебіг: короткий підсумок попередніх рішень; стан ключових показників (замовлення, витрати, залишки, готівка, дебітори); блок ризиків і перешкод; перелік рішень із відповідальними й термінами. Кожна зустріч завершується фіксацією протоколу і коротким оглядом «що змінюємо в процесах». Чітко визначені ролі на зборах – модератор, протоколіст, «власник питання» – підвищують продуктивність.

На етапі формування команди корисно застосувати прості інструменти діагностики. **SWOT-аналіз** команди допоможе чесно оцінити сильні та слабкі сторони, можливості і загрози. Матриця компетентностей зі списком ключових задач дозволить побачити «дірки», які потрібно закрити навчанням або підтримкою ментора. Картки відповідальності (хто ініціює, хто погоджує, хто виконує, хто інформується) зменшують дублювання і запобігають «нічийним» задачам.

Нарешті, необхідно заздалегідь узгодити стандарти якості і клієнтського сервісу. Це включає мінімальні вимоги до продукту чи послуги, процедуру контролю якості перед продажем, правила спілкування з клієнтами та обробки скарг, а також єдині механізми для презентацій та онлайн-комунікацій. Визначення цих стандартів на старті заощадить час і нерви в період активних продажів і підготовки до конкурсу.

Практичні завдання для закріплення матеріалу другого блоку можуть містити індивідуальну анкету самооцінки з шкалою 1–5 щодо залученості, продуктивності, пунктуальності, стресостійкості, гнучкості, комунікабельності і креативності; парні вправи на слухання з подальшою рефлексією; колективне напрацювання й підписання Угоди про співпрацю з визначенням правил, процедур і відповідальних осіб. Ці вправи закладають основу дисципліни, довіри і відповідальності, без яких міні-компанія не зможе ані створити продукт, ані успішно виступити на конкурсі.