

Лекція 20–21. Закриття та звітування міні-компанії.

Презентація на конкурс «Компанія року 2026»

Завершальний етап роботи міні-компанії є підсумком усього навчального року. Це час, коли команда оцінює власні досягнення, підбиває фінансові результати, готує звітність і ділиться своїм досвідом на конкурсі «Компанія року».

Після кількох місяців активної діяльності міні-компанія поступово переходить до завершення роботи. Першим кроком є ухвалення дати ліквідації компанії, яку затверджують на піврічному засіданні правління. Приблизно за два-три тижні до цієї дати команда має розпочати процедуру закриття. Це включає: перевірку залишків сировини, розпродаж продукції, завершення замовлень, повернення обладнання, погашення боргів і виплату заробітної плати учасникам. Наприклад, якщо у міні-компанії залишились 30 невикористаних блокнотів, їх можна реалізувати зі знижкою або використати для соціальної акції – подарувати дітям, що потребують підтримки.

Другим етапом є підготовка кінцевих звітів і звітності. Кожен відділ готує свої дані: фінансовий – бухгалтерський баланс і звіт про прибутки, виробничий – дані про обсяги продукції, маркетинговий – статистику продажів і аналіз попиту. На спеціальному засіданні правління відбувається обговорення звіту, затвердження показників і розподіл прибутку між акціонерами.

Після затвердження звітів команда організовує річні загальні збори акціонерів. На зборах представники міні-компанії виступають із короткою презентацією, демонструють підсумки фінансової діяльності, розповідають про труднощі та досягнення, дякують усім, хто сприяв розвитку проєкту. У цей момент формується розуміння того, що підприємництво – це не лише прибуток, а й партнерство, командна робота і взаємоповага.

Наступним кроком є підготовка офіційного звіту компанії для Junior Achievement Ukraine, який подається до участі в конкурсі. Цей документ має не лише фінансове, але й аналітичне значення – він показує, чого команда навчилася протягом року. Звіт поєднує елементи ділового документа і творчої рефлексії. Він містить опис бізнес-моделі, цілей, структури команди, характеристику продукту, фінансові показники, плани на майбутнє і висновки. Обсяг звіту не повинен перевищувати 10 сторінок, а його мова має бути лаконічною, чіткою і переконливою. Це не набір сухих цифр, а історія про шлях команди – від ідеї до успішного завершення проєкту.

У структурі звіту обов'язково мають бути такі частини: коротке резюме з ключовими даними (місія, продукт, фінансові результати), опис команди та розподілу ролей, характеристика продуктів, аналіз ринку і маркетингових стратегій, фінансовий аналіз і плани на майбутнє. Наприклад, якщо компанія виготовляла ароматичні свічки, у звіті можна вказати, як змінювалася рецептура, як вдалося зменшити собівартість, які методи просування були найуспішнішими і який прибуток отримано. У кінці додається короткий висновок про уроки, які команда засвоїла протягом року.

Особливу увагу слід приділити аналітичній частині звіту, де команда має продемонструвати вміння оцінювати фінансову стабільність і прибутковість. Тут подається короткий аналіз доходів і витрат, валової та чистої маржі, пояснення причин фінансового успіху або труднощів. Наприклад, якщо компанія отримала менше прибутку, ніж планувалося, у звіті варто вказати, що це пов'язано зі зростанням вартості сировини або затримками постачання, а також описати, як команда реагувала на ці виклики.

Коли всі документи готові, компанія переходить до найяскравішої частини – участі у конкурсі «Компанія року». На регіональному етапі команди представляють свої проекти перед журі – викладачами, менторами та підприємцями. Мета презентації – не просто розповісти про продукт, а показати шлях команди, її розвиток, командну роботу, підприємницьке мислення та здатність долати труднощі. Це момент, коли студенти можуть проявити себе як справжні молоді бізнес-лідери.

Структура презентації зазвичай включає: вступ, формулювання проблеми, яку вирішує продукт, опис продукту або послуги, визначення цільової аудиторії, основні досягнення, фінансові результати і плани на майбутнє. Виступ має бути коротким – до трьох хвилин, але яскравим, енергійним і послідовним. Команда повинна продемонструвати не лише професійність, а й командну єдність, уміння спілкуватися з аудиторією, підтримувати одне одного і реагувати на запитання журі.

Під час підготовки до конкурсу команда має врахувати критерії оцінювання: інноваційність ідеї, конкурентоспроможність, фінансові результати, якість управління та командної роботи, стиль і якість презентації. Члени журі оцінюють не лише прибуток, а й соціальний вплив бізнесу, здатність мислити стратегічно, навчальні результати, які здобула команда. Успішна презентація – це та, що викликає довіру, показує щирість і професійність. Наприклад, міні-компанія «EcoPrint», яка виготовляла багаторазові блокноти, на своїй презентації не просто показала товар, а

продемонструвала, як її продукт сприяє зменшенню використання паперу та допомагає екології.

Фінальним кроком є ліквідація компанії: закриття банківського рахунку, остаточні розрахунки, архівування документів, а також розсилання подяк менторам, консультантам, партнерам. Це не лише формальність – це акт завершення циклу, символ відповідальності та вдячності. Як у справжньому бізнесі, де репутація цінується не менше за прибуток, важливо залишити по собі гарне враження.