

## РОЗДІЛ 1. Підприємливість і підприємництво

### Урок 6. Бізнес-ідея: між можливостями і конкурентами

**Пояснюємо** учням, що таке бізнес-ідея, навіщо вона потрібна. Бізнес-ідея має бути чіткою, зрозумілою та корисною певній групі людей. Бізнес-ідея має відповідати на 3 запитання: що я пропоную? кому? яку проблему це вирішує?

**Навчаємо** аналізувати конкурентне середовище та знаходити незаповнені ніші. Звертаємо увагу, що вільна ніша — це не вигадання нового, а задоволення конкретної потреби вузького кола людей. **Обговорюємо**, чому не потрібно намагатися бути для всіх, як визначити унікальність своєї ідеї.

**Розповідаємо**, що конкуренція — це не битва бізнесів, а можливість вдосконалювати продукт. Конкуренти можуть стати цінним джерелом підказок — що треба робити краще і чому. Важливо не копіювати, а створювати унікальне. Повага до інших брендів, авторських прав і клієнтів — основа сталого бізнесу.

**Формуємо** уявлення про пошук розв'язування проблем, які можна вирішити завдяки виробництву певного продукту.

Протягом теми підлітки все детальніше розуміють, що таке бізнес-ідея, чому вона важлива, як її формулювати. Добріка завдань підручника та теоретичний матеріал допомагають учням всебічно дослідити як варто і як не варто формулювати бізнес-ідею. Навчитися чітко і лаконічно формулювати бізнес-ідею допоможе матеріал "[Pitch-фрази](https://svitdovkola.org/pfg9/6/media8)" (див. е-додаток — <https://svitdovkola.org/pfg9/6/media8>).

Останнє завдання теми дає старт довготривалого проекту. Учні групами чи індивідуально працюють над власною бізнес-ідеєю. Щотижня їхні знання уточнюються і підлітки удосконалюють свою бізнес-ідею. Презентації можна проводити протягом навчального року, а в кінці навчання у 9 класі варто на презентування проекту виділити більше часу. До того ж робота над проектом є гарним підсумком навчання протягом 8-9 класів.

**Основні поняття та змістові акценти:** бізнес-ідея, ціннісна пропозиція, конкуренція, конкурентноспроможність, баланс ціни і якості, вільна ніша,

нішевий продукт, MVP (мінімально життєздатний продукт), унікальність, pitch-фраза.

**Форми роботи** на уроках можуть бути такими:

- завдання "Проблема — рішення" — у парах учні формулюють 3 проблеми для цільової аудиторії і по одній бізнес-ідеї на кожну;
- аналіз конкурентів — вибір локального ринку; складання таблиці конкурентів за ціною, асортиментом, сервісом, сильними і слабкими сторонами;
- завдання "Пошук ніші" (техніка "зоря-аналітика") — зібрати 6 джерел (опитування, соцмережі, огляди) і відзначити незадоволені потреби.
- завдання "Знайди вільну нішу поруч" (школа, місто, онлайн);
- формулювання бізнес-ідеї в 1–2 реченнях;
- перевірка ідеї — показати 3 людям і побачити реакцію;
- створення "MVP за 1 день" — сформулювати бізнес-ідею, дослідити, хто вже щось подібне робить (через Google, соцмережі, локальні приклади), створити простий прототип або сторінку-пропозицію; збір 10 відгуків. **Орієнтовні критерії оцінювання:** чіткість бізнес-ідеї і ціннісної пропозиції — 0–3 бали, якість аналізу конкурентів і виявлення ніші — 0–3 бали, реалістичність MVP і наявність зворотного зв'язку — 0–3 бали, участь у роботі в команді і аргументація вибору — 0–3 бали.