

РОЗДІЛ 1. Підприємливість і підприємництво

Урок 7. Карта бізнес-форматів: від подвір'я до глобальної мережі

Пояснюємо відмінності між глобальним, локальним і онлайн бізнесом, їх особливості й обмеження. **Досліджуємо**, як і чому обирається формат бізнесу (залежно від продукту, аудиторії, ресурсів, цілей тощо). Глобальний бізнес — це не лише про розширення та прибуток, а й про культурну чутливість і відповідальність перед людьми з різних країн, необхідність адаптації продукції. Варто використовувати локальні приклади зі свого регіону, заохочувати порівняння різних прикладів роботи підприємств.

Ознайомлюємо з причинами, наслідками та механізмами релокації бізнесу. **Обговорюємо**, що релокація бізнесу може відбуватися і у мирний час, наводимо можливі причини релокації (безпека, економічна доцільність, логістика, доступ до нових ринків і ресурсів, наявність кваліфікованих працівників у новому регіоні, доступ до інноваційних кластерів, технопарків, акселераторів). Наводимо український приклад: після 2022 року релокація стала не лише економічним, а й гуманітарним рішенням. Держава запровадила програми підтримки для переміщення підприємств у західні області. Це дало змогу зберегти робочі місця, виробництво і експортний потенціал.

Наголошуємо на необхідності дотримання місцевого та міжнародного законодавства (реєстрація, ліцензії, податки, стандарти безпеки продукції тощо). Бізнес має етично ставитися до клієнтів і співробітників, особливо під час змін — прозора комунікація, компенсації, підтримка. Під час релокації важливо дбати про власну команду, клієнтів і громаду.

Особливості різних форматів бізнесу варто розглядати на конкретних прикладах знайомих учням компаній. Для цього у підручнику та е-додатку наведено достатньо прикладів, але для того, щоб матеріал став ще ближчим до учнів варто пошукати приклади місцевих компаній, дослідити історію розгортання бізнесу, побачити як він росте, стає міцнішим і масштабується.

Основні поняття та змістові акценти: глобальний бізнес, локальний бізнес, онлайн бізнес, релокація бізнесу, причини та ризики релокації.

Форми роботи на уроках можуть бути такими:

- створення таблиці порівняння форматів бізнесу за критеріями: витрати, охоплення, ризику, швидкість запуску;
- завдання "Один продукт — три формати" — групи беруть опис роботи бізнесу, розробляють план запуску в трьох форматах — локальному, онлайн, глобальному; оцінюють ризики і ресурси;
- практикум "Онлайн-старт" — створення лендінгу або сторінки в соцмережі для локального бізнесу з планом доставок і оплат;
- дискусія "Чи варто виходити на глобальний ринок?" — аргументи "за" і "проти" для малого бізнесу, обговорення культурних, мовних, логістичних бар'єрів;
- проведення релокації — учні отримують сценарій (наприклад, виробництво одягу хоче переїхати в інший регіон); складають у групах план релокації — планують етапи релокації, адаптацію до нової аудиторії, комунікацію з клієнтами тощо. **Орієнтовні критерії оцінювання:** якість аналізу формату бізнесу та обґрунтування вибору — 0–4 бали, повнота плану релокації або онлайн-стратегії (юридичні, логістичні, маркетингові кроки) — 0–4 балів, врахування ризиків і способів їх мінімізації — 0–2 бали, командна робота і презентація — 0–2 бали;
- створення коміксу "Релокація: місія можлива";
- рольова гра "Переговори з партнером" — учні домовляються про експорт продукції або локальну співпрацю; наводять аргументи й відпрацьовують умови;
- моніторинг ринку — знайти приклад українського бізнесу, що вийшов на міжнародний ринок або релокувався, і підготувати короткий звіт.