

УПРАВЛІННЯ ОСВІТИ І НАУКИ
ЧЕРКАСЬКОЇ ОБЛАСНОЇ ДЕРЖАВНОЇ АДМІНІСТРАЦІЇ

КОМУНАЛЬНИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД
«ЧЕРКАСЬКИЙ ОБЛАСНИЙ ІНСТИТУТ ПІСЛЯДИПЛОМНОЇ ОСВІТИ
ПЕДАГОГІЧНИХ ПРАЦІВНИКІВ ЧЕРКАСЬКОЇ ОБЛАСНОЇ РАДИ»

**НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНЕ
ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РЕАЛІЗАЦІЇ КУРСУ
«ПІДПРИЄМНИЦТВО І ФІНАНСОВА ГРАМОТНІСТЬ»
В 9-Х КЛАСАХ НУШ**

Науково-методичний посібник

УДК 373.5.02:334.7:336

Н 15

Рекомендовано до друку вченою радою КНЗ «Черкаський обласний інститут післядипломної освіти педагогічних працівників Черкаської обласної ради». Протокол № 2 від 3 червня 2026 року

АВТОР-УКЛАДАЧ:

Сотула О.В., завідувач кафедри психологічної та економічної освіти, методист економіки комунального навчального закладу «Черкаський обласний інститут післядипломної освіти педагогічних працівників Черкаської обласної ради», кандидат економічних наук, доцент

РЕЦЕНЗЕНТИ:

Андрющенко Т.К., доктор педагогічних наук, професор, завідувач кафедри дошкільної освіти та професійного розвитку педагогів комунального навчального закладу «Черкаський обласний інститут післядипломної освіти педагогічних працівників Черкаської обласної ради»;

Руденко О. А., учитель курсу «Підприємництво і фінансова грамотність» Черкаської гімназії №9 ім. О.М.Луценка Черкаської міської ради Черкаської області, кандидат економічних наук, доцент

ЕКСПЕРТ:

Денисенко В. О., кандидат економічних наук, доцент кафедри економіки та міжнародних економічних відносин ННІ економіки і права ЧНУ імені Богдана Хмельницького

Н 15 Навчально-методичне забезпечення реалізації курсу «Підприємництво і фінансова грамотність» в 9-х класах НУШ [наук.-метод. посіб.] / авт. – уклад. О. В. Сотула. Черкаси: КНЗ «ЧОПОПП ЧОР», 2026. 56 с.

Навчально-методичний посібник містить теоретичні та методичні підходи до формування знань, умінь та навичок у сфері підприємництва і фінансової грамотності, а також – перелік освітніх технологій, що рекомендуються для використання під час навчання фінансової грамотності учнів 9-х класів НУШ.

Для педагогічних працівників закладів загальної середньої освіти, які реалізують програми фінансової грамотності, викладачів і студентів закладів вищої педагогічної освіти.

© Сотула О. В., 2026.

© КНЗ «ЧОПОПП Черкаської обласної ради», 2026.

ЗМІСТ

ПЕРЕДМОВА	4
Розділ 1. ПСИХОЛОГО-ПЕДАГОГІЧНІ ТА МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКОГО МИСЛЕННЯ І ПРОФЕСІЙНОЇ ГОТОВНОСТІ ВИПУСКНИКІВ ОСНОВНОЇ ШКОЛИ	
1.1. Компетентнісний та інтегрований підхід у викладанні «Підприємництва і фінансової грамотності» у 9 класах Нової української школи. Типологія PISA-based завдань для уроків підприємництва і фінансової грамотності	6
1.2. «Підприємництво та фінансова грамотність»: шлях до успішної кар'єри та свідомого вибору	16
1.3. Формувальне оцінювання підприємницьких компетентностей: інструменти та критерії	20
Розділ 2. НАУКОВО-МЕТОДИЧНИЙ СУПРОВІД ВИВЧЕННЯ КЛЮЧОВИХ ТЕМ З ФІНАНСОВОЇ ГРАМОТНОСТІ ТА СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА	
2.1. Небанківські фінансові установи: суть, види та роль у сучасній економіці. Пенсійна стратегія: державна система, приватні фонди та інвестиції	25
2.2. Податки: відповідальність та культура фінансово грамотного громадянина	36
2.3. Підприємництво та підприємливість. Соціальна відповідальність бізнесу та відносини з державою. Соціальне підприємництво	44
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	55

ПЕРЕДМОВА

Сучасний світ вимагає від випускника основної школи не просто репродуктивного засвоєння знань, а сформованої життєстійкості, гнучкості та здатності швидко адаптуватися до динамічних соціально-економічних змін. На етапі завершення навчання в 9 класі підлітки постають перед першим серйозним життєвим вибором — продовження здобуття освіти. Саме тому інтеграція курсу «Підприємництво та фінансова грамотність» в освітній процес Нової української школи (НУШ) є не просто вимогою часу, а стратегічним кроком для формування свідомого, фінансово безпечного та проактивного громадянина.

Цей науково-методичний посібник створено як практичний навігатор для педагогів, матеріали видання покликані допомогти вчителю відійти від класичної лекційної системи й переорієнтувати освітній процес, використовуючи метод проєктів, ділові ігри й кейс-методи.

Основна мета посібника — забезпечення всебічного науково-методичного, психолого-педагогічного та практичного супроводу вчителів у процесі формування ключових підприємницьких і фінансових компетентностей дев'ятикласників, а також розвиток їхньої готовності до усвідомленого професійного самовизначення в умовах реалізації реформи НУШ.

Для досягнення цієї мети у посібнику реалізовано такі *основні завдання*:

- *обґрунтовано* засади компетентнісного та інтегрованого підходів у викладанні курсу;
- *надано* педагогам готові алгоритми та інструменти впровадження формувального оцінювання;
- *розкрито* методологію проєктування та застосування завдань у форматі PISA, спрямованих на оцінювання фінансової функціональності та критичного мислення.
- *структуровано та адаптовано* для учнівського сприйняття складні соціально-економічні концепти (роботу небанківського фінансового сектору, архітектуру пенсійних систем, податкову культуру та засади соціального й шкільного підприємництва).

Матеріал посібника логічно розподілений на два взаємодоповнювальні блоки. У розділі 1 висвітлено психолого-педагогічний та інструментальний базис дослідження. Детальний

аналіз зосереджено на впровадженні інтегрованого підходу в навчання, специфіці компетентнісно орієнтованих завдань PISA, профорієнтаційному потенціалі курсу для випускників, а також на критеріях оцінювання їхніх навичок. Розділ 2 пропонує безпосередній методичний супровід ключових тем. Автор розкриває світоглядне значення тем фінансового сектору, пенсійних стратегій (від солідарних систем до приватних інвестицій) та культури оподаткування. Окремий акцент зроблено на моделях соціальної відповідальності бізнесу та практиці шкільного соціального підприємництва, де фінансова грамотність стає дієвим інструментом розв'язання гострих проблем місцевих громад.

Автор висловлює сподівання, що запропоновані матеріали стануть надійною опорою для педагогічної спільноти у підготовці підприємливого, відповідального та життєстійкого покоління, здатного ефективно управляти власним майбутнім і розбудовувати економічний потенціал України. Адже фінансова культура та підприємливість сьогодні — це не просто навички, а основа нашої спільної стійкості та майбутнього процвітання. Запрошуємо вас до співнотворчості на сторінках цього видання!

ПСИХОЛОГО-ПЕДАГОГІЧНІ ТА МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКОГО МИСЛЕННЯ І ПРОФЕСІЙНОЇ ГОТОВНОСТІ ВИПУСКНИКІВ ОСНОВНОЇ ШКОЛИ

1.1. Компетентнісний та інтегрований підхід у викладанні «Підприємництва і фінансової грамотності» у 9 класах Нової української школи. Типологія PISA-based завдань для уроків підприємництва і фінансової грамотності

Сучасний етап розвитку шкільної економічної освіти вимагає докорінного переосмислення методичних підходів: від пасивного накопичення теоретичних знань про гроші та ринок до формування реальної життєвої життєздатності особистості. У контексті впровадження компетентнісного підходу ключовим завданням курсу «Підприємництво і фінансова грамотність» стає не просто зазубрювання фінансових термінів, а розвиток здатності учнів ефективно діяти в умовах невизначеності, аналізувати ризики та приймати відповідальні рішення у реальних життєвих ситуаціях. Саме тому виникає гостра потреба в інтеграції в освітній процес завдань у форматі PISA-based.

На відміну від класичних репродуктивних тестів, ці завдання моделюють живі фінансові контексти, розвивають критичне мислення, функціональну грамотність та підприємливість. Обґрунтування типології таких завдань та методика їхнього практичного застосування є необхідним кроком для трансформації уроків фінансового спрямування у простір формування живих, прикладних компетентностей, які допоможуть учням успішно інтегруватися в динамічне економічне середовище.

З 2003 року фінансова грамотність визнана ОЕСР однією з ключових навичок XXI століття. Зростаючі економічні виклики вимагають від молоді нових фінансових компетентностей: управління бюджетом, аналізу кредитних ставок, порівняння фінансових продуктів, використання цифрових фінансових інструментів.

Починаючи з 2012 року, PISA долучилася до глобального дослідження рівня фінансової грамотності 15-річних підлітків і відтоді

включає додатковий модуль з фінансової грамотності до кожного циклу дослідження, використовуючи для цього як спеціальні завдання, спрямовані на перевірку здатності 15-річного учнівства застосовувати фінансові знання та навички в реальних життєвих ситуаціях, так і анкети з метою з'ясування фінансового досвіду підлітків.

В умовах воєнної нестабільності фінансова грамотність є критично важливою для української молоді, адже вона допомагає ухвалювати обґрунтовані рішення щодо збереження коштів, управління витратами та адаптації до економічних змін. Освіта у цій сфері дає змогу молоді уникати фінансових ризиків, шахрайства й ефективно планувати майбутнє навіть у складних кризових ситуаціях. Наша держава надає цій складовій освіти належної ваги. Відповідно до реформи НУШ, підприємливість і фінансова грамотність входять до 11 ключових компетентностей, які мають сформуватися в учнівства, забезпечуючи готовність до реального життя. Саме тому державі важливо гарантувати рівний доступ усіх 15-річних підлітків до фінансових знань незалежно від їхнього соціально-економічного статусу. Це можливо лише за умови впровадження найкращих світових практик і врахування світового досвіду у цій галузі.

Причиною створення програми PISA (Programme for International Student Assessment) у 1990-х роках ОЕСР (OECD) став перехід від оцінки знань до оцінки компетентностей. Компетентнісний підхід – це перехід від накопичення знань до формування здатності діяти (вирішувати практичні завдання) в реальних життєвих ситуаціях. Основна мета програми PISA - оцінити, наскільки 15-річні учні готові до дорослого життя та використання отриманих знань у реальних ситуаціях.

PISA була започаткована Організацією економічного співробітництва та розвитку (ОЕСР) як пряма відповідь на зростаючі вимоги світової економіки до робочої сили.

Наприкінці ХХ століття світова економіка перейшла від індустріальної до інформаційної та знаннєвої, де ключовими стали гнучкість, критичне мислення та здатність до навчання протягом усього життя.

Традиційні національні системи оцінювання освіти були зосереджені переважно на перевірці фактичних знань («знаю, що»), а не на вмінні застосовувати ці знання у реальному житті («знаю, як»).

Крім того, уряди країн-членів ОЕСР потребували надійного інструменту для порівняння ефективності своїх освітніх систем із

системами інших розвинених країн, щоб ідентифікувати найкращі практики та реформувати власну освіту.

Програма PISA була заснована ОЕСР наприкінці 1990-х років. Перше оцінювання відбулося у 2000 році. Основною метою було оцінити, наскільки 15-річні учні (наближені до завершення обов'язкової освіти) готові до викликів дорослого життя та повноцінної участі у суспільстві. Тому об'єктом оцінювання стали не шкільні програми, а грамотність – здатність застосовувати знання та навички у реальних життєвих ситуаціях.

PISA еволюціонувала шляхом розширення сфер оцінювання та переходу до шестирічного циклу акцентування на кожному домені.

Проводиться програма PISA кожні три роки, причому щоразу один із трьох основних доменів стає провідним (акцентованим):

1. **Читацька грамотність:** здатність розуміти, використовувати, оцінювати та осмислювати письмові тексти.

2. **Математична грамотність:** здатність формулювати, застосовувати та інтерпретувати математику в різноманітних контекстах.

3. **Природнича грамотність:** здатність використовувати наукові знання для розуміння та прийняття рішень щодо світу природи та змін, викликаних людською діяльністю.

Крім того, PISA постійно додає нові, актуальні для сучасної економіки, сфери оцінювання (табл. 1).

Таблиця 1.1

Матриця розподілу ключових та інноваційних доменів за циклами дослідження PISA

Рік циклу	Акцентований домен	Новий домен
2000	Читацька грамотність	–
2003	Математична грамотність	Розв'язання проблем
2006	Природнича грамотність	–
2009	Читацька грамотність	–
2012	Математична грамотність	Фінансова грамотність (перше оцінювання)
2015	Природнича грамотність	Колаборативне розв'язання проблем
2018	Читацька грамотність	Глобальні компетентності
2022/2025	Математична грамотність	Креативне мислення / Навчання в цифровому світі

З 2015 року PISA перейшла від паперового тестування до комп'ютерного, що дозволило оцінювати інтерактивні завдання та складні навички навігації в цифровому середовищі (наприклад, пошук інформації на симульованих вебсайтах); оцінювати колаборативне розв'язання проблем (робота в умовному віртуальному середовищі з іншими учасниками).

А включення доменів, як-от глобальні компетентності та креативне мислення, робить фокус на «м'яких» навичках, підкреслює, що сучасна освіта має розвивати не лише когнітивні, але й соціально-емоційні та поведінкові навички, підкреслює необхідність навичок взаємодії в глобалізованому світі: розуміння глобальних питань, повага до культурного різноманіття та здатність ефективно спілкуватися з людьми різних культур.

Еволюція PISA зробила її не просто рейтингом, а потужним інструментом реформування національних освітніх систем. Звіти PISA дозволяють країнам порівнювати свої результати з лідерами, ініціюючи «PISA-шок» у країнах із низькими показниками та стимулюючи глибокі реформи (наприклад, у Німеччині).

PISA оцінює не лише середні показники, але й вплив соціально-економічного статусу учнів на їхні результати, спонукаючи країни боротися з нерівністю в освіті.

Вплинула методологія PISA і на формування державних стандартів, зміщуючи акцент на компетентнісний підхід та практичне застосування знань.

Методологічні основи PISA-завдань визначають, як саме програма оцінює учнів, фокусуючись на їхній здатності використовувати знання та навички в реальному житті, а не просто відтворювати завчену інформацію. Ключові принципи — це оцінка компетентностей, контекстуалізація та багаторівнева шкала складності.

Головна відмінність PISA від традиційних тестів полягає в тому, що вона оцінює не «навчальну програму», а **грамотність**, тобто здатність учня **аналізувати, міркувати та ефективно спілкуватися**, використовуючи знання та навички, отримані як у школі, так і за її межами, для розуміння та розв'язання проблем у реальних життєвих ситуаціях.

PISA-завдання завжди ґрунтуються на реальних життєвих сценаріях (контекстах), що робить їх зрозумілими та актуальними для 15-річних підлітків. Завдання можуть стосуватися особистого життя

(наприклад, планування бюджету), освітнього процесу, професійної діяльності або життя у суспільстві (наприклад, аналіз новин). Завдання часто є складеними, вимагаючи інтеграції знань з різних дисциплін (наприклад, математика + фінансова грамотність).

PISA використовує спеціальні шкали для оцінювання, які дозволяють класифікувати як складність завдань, так і рівень компетентності учнів.

Завдання групуються за шістьма рівнями, від найнижчого (рівень 1) до найвищого (рівень 6). Базовий рівень (1-2) вважається мінімально необхідним для повноцінної участі у суспільстві. Учні на цьому рівні можуть розв'язувати прості та зрозумілі завдання. А на високому рівні (5-6) учні можуть критично оцінювати складну інформацію, висувати гіпотези, працювати з абстрактними моделями та розв'язувати нестандартні проблеми.

Оцінка базується не на кількості правильних відповідей, а на складності завдань, які учень зміг успішно виконати. Це забезпечує можливість порівняння результатів різних країн.

Методологія PISA-завдань, таким чином, є **комплексною** та **динамічною**, спрямованою на вимірювання готовності учнів до викликів сучасного життя та постійного навчання.

Охоплюють завдання PISA чотири ключові сфери, які мають вирішальне значення для фінансової грамотності 15-річних учнів. Кожна сфера представляє окремий тип знань, які мають бути застосовані.

1. Гроші та операції - ця група завдань зосереджена на базових поняттях. Метою є оцінка розуміння учнями природи грошей, їхньої вартості, функцій та способів обміну. Наприклад, розрахунок решти при покупці; порівняння ціни товару за різної ваги; розуміння відмінностей між готівкою та безготівковими платежами; базове бюджетування невеликих сум.

2. Планування та управління фінансами. Цей тип завдань вимагає навичок довгострокового мислення та відповідальності. Мета - оцінити здатність учнів складати бюджети, керувати боргом і приймати рішення про заощадження.

Прикладами завдань можуть бути складання особистого бюджету на місяць; розуміння концепції складних відсотків; розрахунок сумарної вартості кредиту з урахуванням відсоткової ставки; усвідомлення наслідків прострочення платежів.

3. Фінансові ризики та винагорода – ці завдання перевіряють усвідомлення учнями того, що будь-яке фінансове рішення несе ризик. Метою є оцінка розуміння концепцій ризику, страхування, інвестицій та диверсифікації.

Наприклад, визначити доцільності придбання страховки; проаналізувати зв'язок між прибутковістю та ризиком інвестиції; порівняти різні види заощаджень (банківський депозит чи акції).

4. Фінансове середовище. Завдання, які стосуються зовнішніх інституцій та правил. Мета - оцінити знання про права споживачів, роль фінансових установ (банки, НБУ) та державних фінансів (податки, пенсійна система).

Розуміння функцій Національного банку; ідентифікація шахрайських схем (фішинг); розуміння, як податки впливають на заробітну плату (брутто/нетто); визначення необхідності читати договір перед підписанням.

PISA класифікує завдання за типом розумової діяльності, яку учень має застосувати для розв'язання проблеми (як оцінюється). Це дозволяє оцінити рівень компетентності, а не просто знання фактів.

Найпростіший процес - **визначення фінансової інформації** - полягає у вмінні знайти, розпізнати та витягти необхідні фінансові дані з великого або складного джерела (тексту, таблиці, графіка). Наприклад, у багатосторінковому кредитному договорі знайти поле, де зазначена реальна відсоткова ставка.

Аналіз фінансової інформації – це вміння інтерпретувати знайдену інформацію, порівнювати її та встановлювати взаємозв'язки між різними фінансовими концепціями. Наприклад, проаналізувати дві пропозиції від мобільних операторів та визначити, яка з них є фінансово вигіднішою в довгостроковій перспективі, враховуючи приховані комісії.

Використання знань для **критичного оцінювання** фінансової ситуації та її наслідків, включаючи ідентифікацію ризиків і переваг – це оцінка фінансових проблем. Оцінити, чи є доцільною для родини покупка нового автомобіля в кредит, враховуючи наявний рівень доходу, чи краще використати заощадження.

Найскладніший процес - **застосування фінансових знань**. Це вміння використовувати знання та навички для прийняття обґрунтованого рішення або розв'язання конкретної проблеми. На основі наданих даних розробити стратегію заощаджень для

досягнення певної фінансової мети (наприклад, накопичити на навчання).

Ефективні PISA-завдання, які використовуються на уроках підприємництва та фінансової грамотності, завжди поєднують обидві класифікації. Вони ґрунтуються на реальному контексті та вимагають застосування комплексу дій.

Приклади відкритих завдань з фінансової грамотності PISA – 2012.

Питання першого та другого рівнів (визначення фінансової інформації).

Анжела отримала по пошті рахунок:

 Одяг ВС	Рахунок Номер рахунку: 2034 Дата виставлення: 28 лютого																				
Анжела Берг Вул. Пікк 29 Кінгтаун Зедландія 3122	Одяг ВС Вул. Лайма 498 Вескі Зедландія 2090																				
<table><thead><tr><th>Код товару</th><th>Опис</th><th>Кількість</th><th>Вартість 1 одиниці</th><th>Загальна сума (без податку)</th></tr></thead><tbody><tr><td>T011</td><td>Футболка</td><td>3</td><td>20</td><td>60 зедів</td></tr><tr><td>J023</td><td>Джинси</td><td>1</td><td>60</td><td>60 зедів</td></tr><tr><td>S002</td><td>Шарф</td><td>1</td><td>10</td><td>10 зедів</td></tr></tbody></table>	Код товару	Опис	Кількість	Вартість 1 одиниці	Загальна сума (без податку)	T011	Футболка	3	20	60 зедів	J023	Джинси	1	60	60 зедів	S002	Шарф	1	10	10 зедів	
Код товару	Опис	Кількість	Вартість 1 одиниці	Загальна сума (без податку)																	
T011	Футболка	3	20	60 зедів																	
J023	Джинси	1	60	60 зедів																	
S002	Шарф	1	10	10 зедів																	
				Всього без податку: 130 зедів Податок 10%: 13 зедів Поштові витрати: 10 зедів Разом, включаючи податок: 153 зедів Попередньо сплачено: 0 зедів																	
				Всього до сплати: 153 зедів Термін оплати: 31 березня																	

ПИТАННЯ. Чому цей рахунок було відправлено Анжелі?

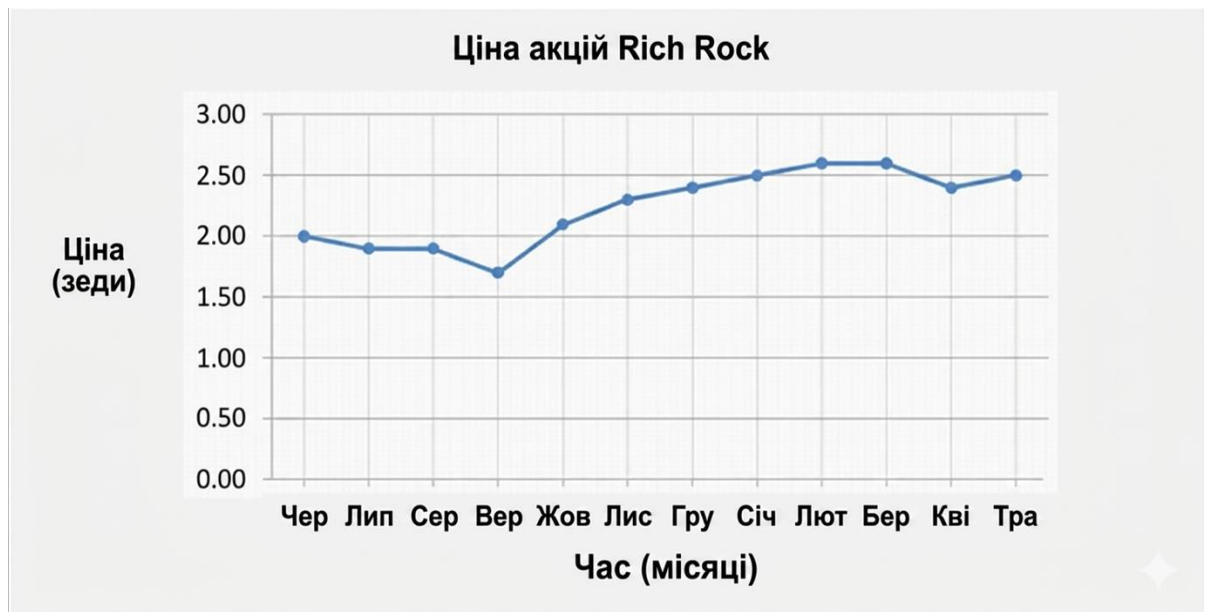
- А. Тому що Анжела має заплатити компанії «Одяг ВС».
- В. Тому що компанія «Одяг ВС» має заплатити Анжелі.
- С. Тому що Анжела заплатила компанії «Одяг ВС».
- Д. Тому що компанія «Одяг ВС» заплатила Анжелі.

ПИТАННЯ. Яку суму Анжела має сплатити за доставку?

Ціна за доставкуzediv.

Питання третього рівня (аналіз фінансової інформації).

Цей графік демонструє ціну на акції компанії Rich Rock протягом року.



ПИТАННЯ. Які з тверджень про графік правильні? Позначте «Так» чи «Ні» для кожного твердження:

- Найкращим місяцем для купівлі акцій був вересень
Так/Ні
- За рік вартість акцій збільшилася приблизно на 50%
Так/Ні

Питання четвертого рівня (критичне оцінювання фінансової ситуації та її наслідків).

Щомісяця зарплата Ірини перераховується на її банківський рахунок. Нижче наведена розрахункова відомість Ірини за липень.

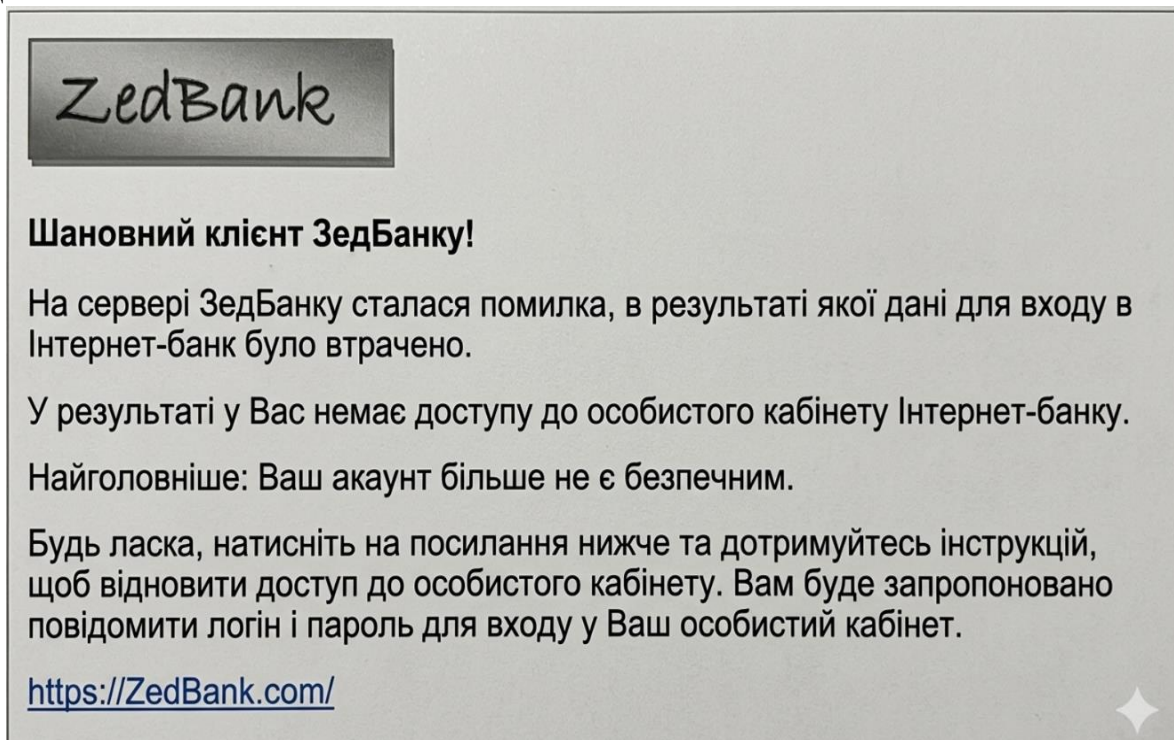
ВІДОМІСТЬ ЗАРОБІТНОЇ ПЛАТИ: Макарова І.Є.	
Посада: Менеджер	з 1 липня по 31 липня
Нарахована заробітна плата	2800 зедів
Прибутковий податок	300 зедів
Заробітна плата після вирахування податків	2500 зедів
Сумарна зарплата без урахування податків за робочий період поточного року	19 600 зедів

ПИТАННЯ. Яку суму перерахував наймач Ірини на її банківський рахунок 31 липня?

- A. 300 зедів;
- B. 2500 зедів;
- C. 2800 зедів;
- D. 19600 зедів.

Питання п'ятого рівня (застосування фінансових знань).

Девід користується послугами ЗедБанку і отримав наступне повідомлення.



ПИТАННЯ. Які з наступних порад Девіду будуть слухними? Оберіть «Так» чи «Ні» для кожного твердження:

- Відповісти на лист та вказати дані про свій обліковий запис в інтернет-банкінгу.
Так/Ні
- Зв'язатися з банком, щоб уточнити інформацію про лист.
Так/Ні
- Якщо посилання у листі відповідає посиланню на сайт банку, перейти за ним та дотримуватися вказівок
Так/Ні

Таким чином, типологія PISA-завдань гарантує, що оцінюється не теоретична ерудиція, а практична компетентність учня в умовах, максимально наближених до дорослого життя.

Практичне застосування та інтеграція PISA-based завдань в український освітній простір є ключовим етапом реформування, спрямованим на перетворення теоретичних знань на життєві компетентності. Це вимагає використання автентичних, контекстуалізованих завдань, що імітують реальні економічні виклики.

PISA-based завдання виступають інструментом, що допомагає подолати розрив між академічною освітою та вимогами ринку праці, особливо у сферах підприємництва та фінансів.

Методологія PISA повністю відповідає ключовому принципу НУШ — переходу від «школи знань» до «школи компетентностей». Фінансова та підприємницька грамотність є однією з 11 ключових компетентностей НУШ.

Завдання PISA можуть ефективно реалізувати наскрізну змістовну лінію «Підприємливість та фінансова грамотність», інтегруючи її у різні предмети (математика, економіка, географія, інформатика). Успішна інтеграція вимагає від учителів зміни парадигми. Відмова від «правильної відповіді». Багато PISA-завдань не мають однієї правильної відповіді, а вимагають обґрунтування та аргументації рішення. Вчителі мають оцінювати процес міркування, а не лише кінцевий результат.

Необхідно створювати або адаптувати завдання під національний та регіональний контекст України (наприклад, з урахуванням особливостей українського податкового законодавства чи банківської системи).

Застосування PISA-based завдань має прямий вплив на формування відповідальності та фінансової культури громадян. Через PISA-завдання, які моделюють розрахунок податків або аналіз бюджету, учень усвідомлює, що податки є не покаранням, а інвестицією у державні послуги.

Практична робота з фінансовими інструментами та оцінка ризиків знижує недовіру до банків та інституцій, одночасно підвищуючи стійкість до шахрайства.

Навчання через PISA-кейси формує здатність до автономного прийняття рішень щодо заощаджень, позик та кар'єри, що є критично важливим для економічної стійкості особистості.

Інтеграція PISA-підходу перетворює уроки підприємництва та фінансової грамотності з теоретичних курсів на лабораторію для життя, де молодь набуває навичок, необхідних для економічного успіху та свідомого громадянства.

1.2. «Підприємництво та фінансова грамотність»: шлях до успішної кар'єри та свідомого вибору

Ми живемо у світі, де стабільність — це ілюзія. Наші дідусі та бабусі прагнули отримати одну роботу на все життя. Ми ж із вами маємо бути готовими до семи-десяти кар'єрних змін і постійного навчання. У цьому динамічному середовищі є дві ключові навички, які визначають наш успіх і безпеку: **підприємництво та фінансова грамотність**.

Це не просто дисципліни, це ментальні моделі для життя. Підприємництво – це не обов'язково про відкриття власної справи. Це, швидше, спосіб мислення:

По-перше, інтрапренерство. Навіть якщо ви працюєте в великій корпорації чи державній установі, ви можете бути підприємцем. Це означає:

- Проактивність - ви не чекаєте вказівок, а шукаєте та вирішуєте проблеми.
- Відповідальність за результат. Ви ставитеся до бюджету компанії, як до власного, і бачите свою роботу як інвестицію, а не просто як відпрацьовані години.
- Управління ризиками, бо ви не боїтеся пробувати нове, але робите це з прорахованим ризиком.

Інтрапренерство (внутрішнє підприємництво) — це практика, коли співробітники компанії проявляють ініціативу, діють як підприємці та створюють нові продукти, послуги чи бізнес-моделі, використовуючи ресурси та фінансову підтримку своєї корпорації. На відміну від класичних стартаперів, інтрапренери не ризикують власним капіталом, але мають доступ до масштабної інфраструктури бренду.

Найвідомішими прикладами інтрапренерства, які змінили історію великих брендів є:

1. Кнопка «Like» у Facebook. Ідея створення кнопки «Подобається» народилася під час одного з корпоративних хакатонів Facebook. Група інженерів та дизайнерів вирішила створити простий спосіб вираження схвалення без необхідності писати текстовий коментар. Керівництво компанії спершу поставилося до ідеї скептично, але розробники захистили свій прототип. Сьогодні ця кнопка є одним

із головних інструментів залучення користувачів та збору даних для реклами.

2. Стікери для нотаток Post-it від 3М. Один із найкласичніших прикладів в історії менеджменту. У компанії 3М діє правило «15% часу», яке дозволяє працівникам витрачати частину робочого дня на власні проєкти. Учений Спенсер Сільвер винайшов клей, який погано тримав поверхні. Винахід здавався марним. А його колега, Арт Фрай (інтрапренер), затятий хорист, втомився від того, що паперові закладки постійно випадали з його молитовника. Він згадав про клей Сільвера й використав його для створення липких папірців, які можна легко відклеїти без пошкодження сторінки. Компанія підтримала ідею, перетворивши її на мільярдний бізнес.

3. Поштова служба Gmail від Google. Компанія Google перейняла досвід 3М і впровадила політику «20% часу». Інженер Пол Бакхайт втомився від неефективності тогочасних поштових сервісів та складності пошуку у власних листах. У межах виділеного на вільні проєкти часу він розробив перший прототип Gmail із функцією швидкого пошуку та великим обсягом пам'яті. Спочатку продуктом користувалися лише всередині Google, а згодом він став найпопулярнішим поштовим сервісом у світі.

4. Ігрова консоль PlayStation від Sony. На початку 1990-х років Sony займалася виключно побутовою електронікою та аудіосистемами, вважаючи відеоігри «дитячою забавкою». Кен Кутарагі, молодий інженер цифрових звукових плат, спостерігав, як його донька грає в Nintendo, і зрозумів, що ринок комп'ютерної графіки має колосальний потенціал. Попри сильний опір вищого керівництва Sony, Кутарагі зміг презентувати ідею генеральному директору Норіо Ога, який повірив у проєкт. Кутарагі очолив окремий підрозділ, і створена ним PlayStation згодом стала головним джерелом прибутку для всієї корпорації.

Головними умовами для успішного інтрапренерства в компанії є культура права на помилку – співробітники не повинні боятися звільнення, якщо їхня інноваційна ідея зазнає краху; виділення робочого часу та бюджету під експерименти; зв'язок із топ менеджментом – можливість донести ідею в обхід бюрократичних рівнів середньої ланки.

Коли ви мислите як підприємець, ви стаєте незамінним активом, а не просто витратою компанії. Це прямий шлях до підвищення та кар'єрного зростання.

По-друге, підприємницький успіх на роботі не має сенсу, якщо ви не вмієте керувати власними грошима. Фінансова грамотність дає вам контроль, а контроль дає свободу.

Фінансово грамотна людина розрізняє «хороший» і «поганий» борг:

- Поганий борг – це кредити на пасиви, які знецінюються (дорогий одяг, імпульсивні покупки, споживчі кредити). Вони створюють фінансовий тягар і емоційний стрес.

- Хороший борг - кредити на активи, що генерують дохід або підвищують ваш капітал (наприклад, освіта, обладнання для бізнесу, іпотека).

Приклад 1. Смартфон: робочий інструмент чи статусний маркер.

«Поганий» борг: Андрій бере в розстрочку на 24 місяці найновіший флагманський смартфон останньої моделі лише для того, щоб гортати соцмережі та демонструвати статус друзям. Щойно він розпакував коробку, телефон втратив **20%** вартості. Андрій платить відсотки за річ, яка щомісяця дешевшає, створюючи фінансовий тягар.

«Хороший» борг: Олена — сертифікована SMM-спеціалістка та інфлюєнсерка. Вона бере той самий телефон у кредит, але використовує його як **обладнання для бізнесу** — знімає якісний контент, монтує відео для клієнтів та запускає рекламу. Новий гаджет підвищує швидкість її роботи та дозволяє залучити дорожчих замовників. Дохід від використання смартфона повністю перекриває щомісячний платіж і приносить чистий прибуток.

Приклад 2. Одяг: інвестиція в бренд чи імпульсивна покупка?

«Поганий» борг: Максим під впливом трендів у соцмережах та реклами блогерів піддається імпульсу й купує за допомогою кредитного ліміту («в мінус») ексклюзивну брендову куртку. Ця річ не робить його багатшим, а після кількох виходів у світ втрачає первинний вигляд. Щомісячні відсотки за кредитом тепер тиснуть на його бюджет і викликають **емоційний стрес**, коли приходить час обов'язкового платежу.

«Хороший» борг: Дмитро вирішує відкрити власну невелику онлайн-платформу з перепродажу лімітованого автентичного одягу. Він бере цільовий мікрокредит на закупівлю першої партії ліквідного товару за гуртовою ціною. Оскільки попит на цей сегмент високий,

Дмитро розпродас колекцію з націнкою, швидко закриває борг, а капітал, що залишився, пускає в подальший обіг.

Особливо варто зацентувати увагу на психологічному аспекті та понятті «пасивів», які непомітно витягують гроші - кредити на святкування подій (весілля, ювілеї, відпустка). *«Емоція триває тиждень, а виплати — три роки»*. Яскравий приклад, коли кредит береться на послугу, яку неможливо повернути чи перепродати. Сяючі фото в соцмережах залишаються, але паралельно з'являється щомісячний стрес, який часто руйнує фінансову стабільність молодії родини одразу після свята.

Хороший борг — це не «безкоштовні гроші», а математично прорахований ризик, де прибуток вищий за вартість кредиту. Студент або спеціаліст бере позику на оплату профільного сертифікованого курсу (наприклад, ІТ-аналітика, вивчення іноземної мови для бізнесу, курси з управління проєктами). До інвестиції в освіту капітал людини (її ринкова вартість як фахівця) становив, умовно, 15 000 грн/місяць. Після здобуття нових навичок її цінність на ринку праці зростає до 40 000 грн/місяць. Борг допоміг капіталізувати головний актив — власні знання.

Розумна іпотека проти оренди. Якщо людина щомісяця платить за оренду чужої квартири 12 000 грн (гроші йдуть назавжди власнику), але має можливість взяти власне житло в іпотеку з щомісячним платежем у ті ж самі 12 000 грн. У цьому випадку борг трансформує щомісячні витрати на формування власного капіталу (нерухомості). Наприкінці терміну виплат у людини залишається актив, який можна продати, здати в оренду або передати в спадок.

Перш ніж взяти кредит, запитайте себе: «Чи допоможе це мені заробити більше, ніж коштує цей борг?».

Якщо відповідь **«Так»** (освіта, інструменти, базове житло) — це інвестиційне мислення і потенційно *хороший* борг.

Якщо відповідь **«Ні, я просто хочу це прямо зараз»** (емоції, бренд, комфорт вище доходів) — це споживче мислення і *поганий* борг.

Фінансова грамотність — це вміння розподіляти ризики. Особистий бюджет — це ваш бізнес-план. Він повинен включати обов'язкове накопичення (10-20% доходу), створення резервного фонду на 6 місяців життя. Цей фонд є вашим «емоційним буфером» — він дозволяє вам змінити роботу або навіть професію, якщо вигорите, без фінансової паніки.

Диверсифікація інвестицій - розподіляйте заощадження між різними інструментами: банківські депозити, державні облігації, акції, нерухомість.

По-третьє, кар'єрний успіх — це не результат одного таланту, це синергія підприємництва та фінансової грамотності.

1. Підприємницький драйв дає вам можливість заробляти більше.

2. Фінансова грамотність дає вам можливість зберігати та примножувати зароблене.

Разом вони дають вам найцінніше — право на свідомий вибір. Ви можете не терпіти токсичне середовище, ви можете дозволити собі розвиватися, і ви можете контролювати своє майбутнє.

Важливо не забувати, що наша фінансова безпека та кар'єрний успіх залежать не від диплома, а від щоденних рішень.

1.3. Формувальне оцінювання підприємницьких компетентностей: інструменти та критерії

Сучасна освітня парадигма вимагає від школи виховання не просто носія теоретичних знань, а проактивної особистості, здатної гнучко реагувати на виклики ринку, генерувати ідеї та втілювати їх у життя. Підприємницька компетентність та фінансова грамотність є одним з ключових наскрізних умінь, розвиток яких передбачено сучасними модельними навчальними програмами.

Проте оцінювання підприємницького мислення за допомогою класичних тестів чи контрольних робіт є неефективним. Справжня ініціативність, фінансова культура, здатність до розумного ризику та командної роботи виявляються лише в дії. Саме тому на перший план виходить формувальне оцінювання — динамічний процес «оцінювання для навчання», який допомагає відстежувати прогрес здобувача освіти, надавати зворотний зв'язок та коригувати освітню траєкторію безпосередньо в процесі діяльності.

Щоб оцінювання було об'єктивним, його необхідно розділити на чіткі складові (дескриптори). Відповідно до європейської рамки підприємницької компетентності, ключовими критеріями для відстеження є:

– Ініціативність та генерування ідей: здатність помічати можливості, виявляти проблеми у громаді чи повсякденному житті та пропонувати нестандартні шляхи їх вирішення. *Наприклад*, учні аналізують територію навколо школи й помічають, що молодшим школярам немає де провести час між уроками. Вони пропонують ідею створення шкільного хабу настільних ігор, заробляючи на інвентар через благодійний ярмарок.

– Фінансове та економічне мислення: розуміння базових економічних процесів, управління ресурсами, а також уміння розрізняти інвестиційні кроки від споживчих (зокрема, розуміння різниці між «хорошим» та «поганим» боргом). *Наприклад*, вирішення кейсу, де підліток бере мікрокредит під великий відсоток на купівлю нового смартфона («поганий борг») порівняно із залученням коштів на закупівлю сировини для виготовлення продукції шкільного підприємства («хороший борг»).

– Управління ризиками та гнучкість: готовність приймати рішення в умовах невизначеності, аналізувати потенційні втрати та вигоди, а також конструктивно сприймати помилки як досвід. *Наприклад*, під час ділової гри «Ярмарок» раптово змінюються умови (наприклад, «введено карантинні обмеження, живі продажі заборонено»). Оцінюється, як швидко команда переорієнтує свій бізнес в онлайн-формат чи доставку.

– Командна взаємодія та лідерство: уміння ефективно комунікувати в групі, розподіляти ролі, делегувати повноваження, слухати думки інших та брати відповідальність за спільний результат. *Наприклад*, оцінювання поведінки під час гри-симуляції, де один учень бере на себе роль фінансового директора, інший — маркетолога, і вони мають спільно ухвалити рішення про розподіл обмеженого бюджету на рекламу.

– Планування та організаційна діяльність: здатність покроково розробляти проєкти, ставити цілі (за системою SMART), моніторити дедлайни та раціонально використовувати обмежені ресурси (час, кошти, людський потенціал). *Наприклад*, складання покрокової діаграми Ганта або дорожньої карти для запуску шкільного стартапу, де запізнення з одним етапом руйнує наступні дедлайни.

Формувальний підхід передбачає використання інструментів, які залучають учня до активного самоаналізу.

1. Матриці (рубрики) оцінювання компетентнісних завдань

Рубрики детально описують кожен рівень досягнення критерію. Наприклад, під час виконання PISA-подібних завдань із фінансової грамотності або підприємництва, рубрика показує здобувачу освіти, що саме очікується від нього на базовому, середньому чи високому рівні. Це робить критерії прозорими ще до початку роботи.

Таблиця 1.2

Матриці (рубрики) оцінювання компетентнісних завдань

Критерій оцінювання	Початковий / Базовий рівень	Середній рівень	Високий рівень
Фінансове обґрунтування ідеї	Учень просто перелічує необхідні витрати без системного прорахунку собівартості	Учень правильно вираховує собівартість продукту, але не враховує додаткові витрати (логістику, комісії, рекламу)	Учень будує повноцінну фінансову модель, вираховує точку беззбитковості та прогнозує чистий прибуток
Оцінка фінансових ризиків	Ігнорує ризики, вважаючи, що ідея буде успішною за будь-яких умов	Бачить очевидні ризики (конкуренти, брак грошей), але не пропонує шляхів їх подолання	Прораховує приховані ризики (інфляція, зміна тарифів) і розробляє план «Б» для збереження стабільності

2. Портфоліо підприємницьких проєктів

Замість однієї оцінки, здобувачі освіти збирають добірку своїх напрацювань протягом семестру. Оцінюється динаміка розвитку від першого завдання до фінального продукту.

Приклад вмісту портфоліо дев'ятикласника:

1. Ментальна карта (MindMap) соціальної проблеми школи/громади.
2. Спрощений бізнес-план шкільного соціального підприємства (виробництво екоблокнотів).
3. Фінансовий звіт за результатами участі в турнірі з фінансової грамотності.
4. Фото- та відеопрезентація реального краудфандингового збору коштів на благодійність.

3. Картки самооцінювання та рефлексії

Інструменти на кшталт «Бортового журналу», «Листа самоконтролю» або «Екранної рефлексії» спонукають до внутрішнього діалогу.

Картка рефлексії підприємця

Прізвище, ім'я учня: _____ Дата: _____

Тема завдання / назва гри: _____

Мій особистий внесок: Оціни за шкалою від 1 до 5, наскільки активно ти працював у команді (де 5 — максимум). Поясни свій вибір:

Аналіз помилок: Який фінансовий ризик або витрату ми не врахували на початку планування і зіткнулися з цим під час реалізації?

Трансформація досвіду: Якби ми починали цей проєкт/гру заново, яку фінансову стратегію я змінив би особисто?

4. Взаємне оцінювання

У підприємництві критично важливо вміти презентувати ідею клієнтам, партнерам чи інвесторам (пітчінг). Презентації проєктів оцінюються не лише педагогом, а й іншими групами за допомогою спрощеної форми.

Бланк оцінювання стартап-пітчу іншими командами

Оцініть виступ колег за трибальною шкалою (0 — ні, 1 — частково, 2 — повністю):

Реалістичність: Чи віримо ми, що цей бізнес можна запустити в нашій школі/місті з бюджетом у 2000 грн? [0 | 1 | 2]

Соціальний ефект: Чи зрозуміло з виступу, яку саме суспільну чи екологічну проблему вирішує цей продукт? [0 | 1 | 2]

Фінансова прозорість: Чи чітко розрахована ціна товару та куди піде чистий прибуток? [0 | 1 | 2]

Головна порада для команди від нашої групи:

5. Цифрові інструменти та симуляції

Використання інтерактивних платформ (Mentimeter, Kahoot, спеціалізованих онлайн бізнес-симуляцій) дозволяє в реальному часі бачити зріз розуміння матеріалу, не створюючи при цьому стресової ситуації тестування. Швидкі опитування допомагають виявити, які економічні концепції потребують додаткового роз'яснення чи закріплення через практичні кейси.

Наприклад, перед вивченням теми небанківських фінансових установ вчитель запускає 3-хвилинне анонімне опитування в Mentimeter: «Куди б ви вклали вільні 500 грн, щоб захистити їх від інфляції?». Результати у вигляді хмари слів миттєво візуалізують рівень фінансових стереотипів учнів (наприклад, домінування відповідей «під матрац» або «криптовалюта»), що дає вчителю сигнал, як правильно побудувати практичну частину уроку.

Впровадження формувального оцінювання під час формування підприємницьких компетентностей зміщує фокус із сухого контролю результату на підтримку самого процесу навчання. Завдяки чітким критеріям та різноманітним інструментам взаємодії, здобувачі освіти позбавляються страху перед помилками, вчаться мислити стратегічно, аналізувати власні фінансові рішення та розвивають стійкість, яка є базою для професійної та життєвої самореалізації в сучасному світі.

НАУКОВО-МЕТОДИЧНИЙ СУПРОВІД ВИВЧЕННЯ КЛЮЧОВИХ ТЕМ З ФІНАНСОВОЇ ГРАМОТНОСТІ ТА СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА

2.1. Небанківські фінансові установи: суть, види та роль у сучасній економіці. Пенсійна стратегія: державна система, приватні фонди та інвестиції

Небанківські фінансові установи (НФУ) — це юридичні особи, які надають одну або декілька фінансових послуг, але не мають права залучати вклади (депозити) від фізичних осіб до запитання.

Вони виконують наступні функції:

- фінансове посередництво, тобто акумуляція заощаджень (довгострокових) та їх розміщення у дохідні активи;
- диверсифікація ризиків - надання специфічних послуг (страхування, лізинг), які банки не покривають;
- стимулювання інвестицій. Перетворення пасивних заощаджень населення у продуктивні інвестиції.

Найбільш значущими для України є наступні типи НФУ (табл. 2.1).

НФУ доповнюють банківський сектор, забезпечуючи фінансовими послугами ті сегменти ринку, які є малопривабливими для банків (наприклад, довгострокове фінансування або мікрокредитування).

Саме НФУ (особливо страхові компанії та недержавні пенсійні фонди (НПФ)) є ключовими постачальниками «довгих грошей» — коштів, необхідних для капітальних інвестицій та економічного зростання.

Існує величезна «тіньова банківська система», і всі ми є її частиною. Термін «тіньовий банкінг» звучить трохи зловісно, але насправді він описує всі фінансові операції, що відбуваються поза традиційною банківською системою. До неї входять і цілком легальні інвестиційні фонди, і хедж-фонди. Глобальний обсяг цього ринку вимірюється десятками трильйонів доларів, що можна порівняти з активами всіх банків світу. Кожен раз, коли ви використовуєте фінтех-додаток для інвестицій, берете позику «до зарплати» онлайн або страхуєте життя — ви стаєте клієнтом цієї гігантської системи.

Таблиця 2.1

Основні види НФУ та їхня специфіка

Вид установи	Призначення	Роль в економіці
Страхові компанії	Захист майнових інтересів та відшкодування збитків	Створення стабілізаційних фондів, довгострокове інвестування
Кредитні спілки	Взаємне кредитування членів, задоволення потреб на кооперативних засадах	Доступ до фінансів для населення та МСБ, особливо у регіонах
Лізингові компанії	Надання майна (обладнання, транспорту) у довгострокову оренду з правом викупу	Фінансування оновлення основних фондів підприємств без залучення банківського кредиту
Ломбарди	Надання короткострокових позик під заставу майна	Задоволення термінових фінансових потреб населення
Недержавні пенсійні фонди (НПФ)	Акумуляція пенсійних внесків для майбутніх виплат	Формування довгострокового інвестиційного ресурсу

Наш смартфон — це портал у світ небанківських фінансів. Більшість фінансових операцій, які ми робимо через смартфон, обслуговують саме НФУ: сервіси на кшталт Apple Pay чи Google Pay працюють через фінтех-компанії; платформи, що дозволяють купувати акції чи криптовалюту в кілька кліків, є інвестиційними фірмами; багато сервісів розстрочки в інтернет-магазинах надають не банки, а спеціалізовані фінансові компанії.

Саме небанківські установи є піонерами фінансових інновацій. Венчурні фонди фінансували на ранніх етапах такі компанії, як Google, Apple та Facebook, коли жоден банк не ризикнув би дати їм кредит. З іншого боку, через менш жорстке регулювання саме діяльність НФУ (зокрема, інвестиційних банків та іпотечних фондів) стала одним із ключових каталізаторів світової фінансової кризи 2008 року.

Вони фінансують голлівудські фільми та страхують голоси співаків. Лізингові компанії володіють цілими парками літаків Boeing та Airbus і здають їх в оренду авіакомпаніям.

Існують страхові компанії (як-от Lloyd's of London), які можуть застрахувати що завгодно: від запуску супутника до голосу оперного співака чи ніг відомої моделі.

Спеціальні інвестиційні фонди збирають гроші для фінансування виробництва голлівудських блокбастерів, беручи на себе величезні ризики.

Приватні пенсійні фонди є одними з найбільших небанківських установ. Вони керують трильйонами доларів по всьому світу. Ці кошти інвестуються в акції найбільших світових корпорацій, таких як Apple, Google, Microsoft. Таким чином, мільйони майбутніх пенсіонерів опосередковано є співвласниками цих гігантів, навіть не усвідомлюючи цього.

В Україні саме страхові компанії, що займаються страхуванням життя, є одними з найбільших внутрішніх інвесторів. Вони зобов'язані вкладати зібрані кошти в надійні активи, і значна частина цих активів — державні облігації України (ОВДП). Таким чином, коли ви купуєте поліс страхування життя, ваші гроші допомагають фінансувати державний бюджет, особливо у важкі часи.

Станом на сьогодні, в Україні кількість небанківських фінансових установ значно перевищує кількість банків. Хоча їхні сукупні активи менші, вони охоплюють значно ширший спектр послуг для конкретних потреб: від миттєвої позики «до зарплати» до довгострокового накопичення на пенсію.

Хоча ми асоціюємо НФУ з сучасними технологіями, деякі з них мають тисячолітню історію.

Прототипи **ломбардів** існували в Китаї ще понад 3000 років тому (в деяких джерелах — 30 століть тому). Ці установи, які видавали невеликі кредити під заставу, діяли при монастирях і мали на меті допомогти бідним селянам.

Слово «ломбард» походить від назви регіону Ломбардія у Північній Італії. У Середньовіччі саме вихідці з Ломбардії (Мілан та інші міста) були одними з найвідоміших банкірів та лихварів у Європі, які пізніше отримали монополію на видачу позик під заставу у Франції та інших країнах. Їхні установи називали «Будинок ломбардця».

У XV столітті в Італії виникли перші «Монте ді Пієта» (що означає «Гора благочестя»). Вони були засновані чернечим орденом францисканців і діяли за підтримки Церкви. Їхня головна місія полягала у боротьбі з лихварством, пропонуючи бідним безвідсоткові

або низьковідсоткові позики під заставу речей. Це був перший організований соціальний фінансовий інститут.

Символ ломбардів — три золоті кулі (або сфери). Існує популярна версія, що цей символ походить від герба родини Медічі, впливових італійських банкірів, які також займалися кредитуванням.



Ломбардний бізнес, як правило, розквітає в часи економічних криз та зниження купівельної спроможності населення. Під час фінансових потрясінь люди потребують швидких грошей, а банки жорстко обмежують кредитування, тому послуги ломбардів стають особливо затребуваними.

На відміну від банків, які вимагають збору купи документів та перевірки кредитної історії, ломбард видає позику за 10–20 хвилин (при наявності документів та застави). Це робить його «швидкою фінансовою допомогою» для тих, кому гроші потрібні «тут і зараз».

Хоча ломбарди продають незатребуване майно, основний їхній зарібок — це відсотки за користування позикою. Тому ломбард зацікавлений, щоб клієнт викупив свою заставу, а не втратив її. Це забезпечує постійний потік відсоткових платежів.

Хоча більшість ломбардів приймають золото, техніку та ювелірні вироби (як найбільш ліквідне майно), у світі трапляються дуже незвичайні застави:

- Раритетні комікси (особливо в США).
- Опудала тварин (хоча їх часто відмовляються приймати через неліквідність).
- Елементи стоматологічного золота (коронки, щелепи).
- Колекційне взуття (бували випадки, коли школярі відкривали міні-ломбарди для кросівок).

За законодавством, ломбард зобов'язаний за власний кошт страхувати майно клієнта від пошкодження або втрати (наприклад, пожежі чи крадіжки). Клієнт не оплачує цю страховку окремо.

Історія **страхування** бере свій початок від античності і Середньовіччя. Вавилон (близько 1750 р. до н.е.): Кодекс Хаммурапі містив норми, які можна вважати прототипом страхування. Торговці

могли отримати позику, звільняючись від обов'язку її повернення у разі пограбування.

Стародавні Греція та Рим. Функціонували братства та гільдії (наприклад, *collegia* у Римі), які збирали внески для покриття витрат на поховання своїх членів або надання допомоги сім'ям у разі хвороби чи смерті.

Китай. Торговці на річках Янцзи та Хуанхе розподіляли свій товар між кількома човнами, щоб зменшити ризик повної втрати вантажу у разі перекидання одного судна. Це – приклад диверсифікації ризику.

Середньовіччя (Ломбардія, Італія). З розвитком морської торгівлі виникло морське страхування. Купці укладали угоди, за якими інвестори брали на себе ризик втрати вантажу в обмін на страхову премію.

Сучасний страховий бізнес сформувався у Лондоні наприкінці XVII століття. Велика лондонська пожежа (1666 р.), катастрофа, яка знищила більшу частину міста, наочно продемонструвала необхідність страхування майна, що стимулювало розвиток страхування від пожеж.

Кав'ярня Едварда Ллойда (початок 1680-х рр.) стала центром збору кораблевласників, торговців та андеррайтерів (осіб, які брали на себе ризик). Ллойд розповсюджував новини про прибуття та відправлення суден. Інвестор підписував (англ. *underwrite*) документ про ризик поруч із переліком вантажу, погоджуючись взяти на себе частину ризику в обмін на премію. Так виникла знаменита страхова корпорація Lloyd's of London і термін «андеррайтинг».

Розвиток страхування життя вимагав математичного підходу для точного розрахунку ризиків. У XVII столітті математики почали використовувати статистику та теорію ймовірності для розрахунку очікуваної тривалості життя. Фонд «Amicable Society» (1706 р., Лондон) вважається першою у світі компанією, що займалася виключно страхуванням життя. Вона встановила фіксовану річну премію, що стало кроком до актуарної моделі.

Сучасна страхова компанія виконує дві основні функції: управління ризиком та фінансове посередництво.

Управління ризиком – це основна функція, яка передбачає:

– розподіл ризику: страхова компанія збирає премії з великої кількості клієнтів (пул). Ймовірність того, що всі клієнти одночасно постраждають від страхового випадку, є вкрай низькою. Таким чином, внески тисяч людей покривають збитки кількох;

– андеррайтинг – процес оцінки та прийняття ризику. Андеррайтер визначає, чи варто страхувати певний об'єкт (людину, майно, бізнес) і якою буде адекватна премія;

– формування резервів, тобто компанія зобов'язана формувати значні страхові резерви — кошти, які будуть використані для майбутніх виплат за страховими випадками.

Фінансове посередництво, або інвестиційна функція. Страхові компанії є одними з найбільших інституційних інвесторів у світі. Вони акумулюють капітал. Страхові премії надходять до компанії, але виплати відбуваються лише у майбутньому. Цей період дозволяє компанії інвестувати страхові резерви у високоліквідні та надійні активи (державні облігації, акції великих корпорацій, нерухомість).

Завдяки величезним інвестиційним портфелям, страховики відіграють критичну роль у функціонуванні ринків капіталу та економічному зростанні.

Історія виникнення та функціонування **кредитних спілок (КС)** – це історія кооперативного руху, що виник як відповідь на соціальну несправедливість і лихварство, пропонуючи фінансову допомогу «людям, а не прибутку».

Кредитні спілки виникли в Німеччині в середині XIX століття завдяки роботі двох соціальних реформаторів:

Фрідріха Вільгельма Райффайзена, який заснував перші сільські кредитні товариства у 1860-х роках. Його модель була орієнтована на фермерів та сільську громаду. Основний принцип: колективна необмежена відповідальність членів за позики та волонтерська робота керівництва.

Та Германа Шульце-Деліча, який заснував перші міські кредитні спілки для ремісників та робітників у 1850-х роках. Його модель ґрунтувалася на пайових внесках членів і спрямовувалася на надання короткострокових позик для бізнесу.

Ці моделі мали спільну філософію: самодопомога та самоврядування членів, які об'єднують свої заощадження для взаємного кредитування.

Далі практика КС почала ширитися світом. Французько-канадський журналіст Альфонс Дежарден був вражений німецькою моделлю. У 1900 році він заснував першу народну касу у Квебеку, адаптувавши ідею до потреб місцевої громади.

Вже у 1909 році перша кредитна спілка була заснована у США. А після прийняття Федерального акту про кредитні спілки 1934 року (під

час Великої депресії) цей рух отримав потужну державну підтримку як засіб боротьби з бідністю та лихварством.

Кредитні спілки функціонують на унікальних, кооперативних засадах:

1. Кооперативний принцип. Власність членів - кожен клієнт (позичальник та вкладник) є одночасно співвласником спілки. Прибуток не належить зовнішнім акціонерам, а повертається членам у вигляді нижчих ставок за кредитами, вищих ставок за заощадженнями та, інколи, дивідендів. Діє принцип «один член — один голос», незалежно від розміру внеску. Члени обирають Наглядову раду зі свого складу.

2. Сфера діяльності КС обмежена. Членство зазвичай обмежене певною спільною ознакою (територіальною, професійною, релігійною чи за місцем роботи). Наприклад, спілка вчителів, спілка працівників заводу чи спілка жителів одного району. Це створює довіру та полегшує оцінку ризиків. КС приймають пайові та ощадні внески від своїх членів і видають їм кредити (споживчі, на житло, на розвиток бізнесу).

3. Кредитні спілки відіграють важливу соціальну та економічну роль. Вони обслуговують людей та малий бізнес, які можуть не мати доступу до традиційних банківських послуг через низький дохід або відсутність кредитної історії.

КС діють на основі потреби своїх членів, а не максимізації прибутку, що відрізняє їх від комерційних банків та мікрофінансових організацій.

В Україні кредитні спілки з'явилися після здобуття незалежності, активно розвиваючись у 90-х роках як альтернатива банківській системі. Сьогодні КС підлягають регулюванню Національного банку України і продовжують розвиватися, зберігаючи кооперативну філософію.

Пенсійна стратегія. Цей розділ деталізує найважливіший з точки зору довгострокового інвестування елемент НФУ — пенсійну систему.

Більшість розвинених країн світу будують свою пенсійну систему на моделі трьох стовпів, щоб забезпечити диверсифікацію джерел доходу на пенсії:

1. Державна солідарна пенсія (Pay-As-You-Go, PAYG): фінансується поточними внесками працездатного населення (солідарний принцип).

2. Обов'язкова накопичувальна пенсія: накопичення на індивідуальному рахунку, часто кероване приватними фондами.

3. Добровільна приватна пенсія: індивідуальні заощадження та інвестиції.

Солідарна пенсійна система — це класична модель пенсійного забезпечення, яка базується на принципі «договору поколінь».

Її головна суть полягає в тому, що гроші, які працездатне населення та роботодавці сплачують зараз у вигляді пенсійних (соціальних) внесків, не накопичуються на якихось персональних рахунках, а одразу виплачуються поточним пенсіонерам. Коли теперішні працівники вийдуть на пенсію, їхнє утримання фінансуватиме вже наступне робоче покоління.

Головне вразливе місце цієї системи – залежність від демографії. Вона ідеально працює, коли молоді й працівників багато, а пенсіонерів мало. Якщо населення старіє (як зараз у Європі та Україні), навантаження на одного працівника критично зростає.

Держава виступає єдиним гарантом та управителем фонду. Вона сама визначає вік виходу на пенсію, розмір внесків та формулу нарахування виплат.

Солідарна система зазвичай має соціальний характер. Багаті платять більше податків, але максимальний розмір пенсії часто обмежений, що дозволяє підтягнути виплати тим, хто мав низькі зарплати (мінімальна пенсія).

Сьогодні майже немає країн, де існує *чиста* солідарна система — більшість держав перейшли на трирівневу модель, де солідарний рівень є лише базовим (першим) фундаментом, який доповнюється накопичувальними рахунками. Проте роль цього базового рівня скрізь різна.

Німеччина — батьківщина солідарної системи. Перша у світі обов'язкова державна пенсійна система була запроваджена у Німеччині під керівництвом канцлера Отто фон Бісмарка у 1889 році. Парадоксально, але спочатку пенсійний вік був встановлений на рівні 70 років, тоді як середня тривалість життя в Німеччині на той час була значно нижчою (близько 45 років). Це робило пенсійні виплати рідкісним явищем.

Сьогодні солідарна пенсія є основою пенсійного забезпечення. Внесок становить близько 18,6% від зарплати (ділиться навпіл між працівником і роботодавцем). Діє система «пенсійних балів». Що вища у вас зарплата порівняно з середньою по країні, то більше балів ви

отримуєте за рік. Під час виходу на пенсію всі бали сумуються і множаться на поточну вартість одного бала, яку держава щороку перераховує з урахуванням інфляції.

Французи дуже сильно тримаються за солідарну систему і болісно сприймають будь-які спроби її реформувати. Система надзвичайно розгалужена — існує понад 40 різних пенсійних підсистем (кас) для різних професій (залізничники, енергетики, держслужбовці тощо) зі своїми пільгами. Навіть після підвищення пенсійного віку до 64 років, французька система залишається однією з найщедріших у світі, через що держава постійно змушена дотувати її з бюджету.

У Великій Британії солідарна система виконує функцію захисту від бідності, а не забезпечення заможного життя. Державна пенсія є фіксованою та однаковою майже для всіх, незалежно від того, скільки ви заробляли. Головна умова — мати не менше 35 років трудового (страхового) стажу, за які сплачувалися національні внески. Оскільки цієї суми вистачає лише на базові потреби, британці обов'язково користуються корпоративними та приватними накопичувальними фондами.

Швеція провела унікальну реформу, схрестивши солідарну систему з ринковою логікою. Система залишається солідарною (гроші одразу йдуть поточним пенсіонерам), але у кожного працівника є віртуальний (умовно-накопичувальний) рахунок. Держава записує туди всі ваші внески і щороку «нараховує» на них відсоток, який залежить від зростання економіки та зарплат у країні. Коли швед виходить на пенсію, ця віртуальна сума ділиться на середню тривалість життя, що залишилася для його покоління. Живеш довше і виходиш пізніше — отримуєш більшу пенсію.

Американська солідарна система була створена у 1930-х роках під час Великої депресії. Податок *Social Security* становить 12,4% (навіл між працівником і компанією). Гроші йдуть у спеціальний Трастовий фонд. Для отримання пенсії треба заробити щонайменше 40 «кредитів» (приблизно 10 років стажу). Формула розрахунку прогресивна: вона заміщує більший відсоток доходу бідним верствам населення і менший — багатим. Проте в США державна пенсія — це лише близько 40% від минулого доходу, решту американці накопичують самі.

Сьогодні солідарні системи в усьому світі переживають кризу через демографічне цунамі: народжуваність падає, а тривалість життя

зростає. Якщо в середині ХХ століття на одного пенсіонера припадало 4–5 працівників, то зараз у багатьох країнах Європи це співвідношення наближається до 1:1. Саме тому уряди всіх країн змушені йти на непопулярні кроки: піднімати пенсійний вік, збільшувати податки або стимулювати громадян накопичувати на старість самостійно.

Найбільшими проблемами в Україні є дисбаланс між кількістю працюючих і пенсіонерів (демографічна криза), дефіцит Пенсійного фонду, низький рівень пенсій.

Суть трирівневої пенсійної системи України (яка передбачена реформою) – це:

- *Перший рівень* (солідарний). Діє.
- *Другий рівень* (обов'язковий накопичувальний). Законодавчо передбачений, але досі не запроваджений. Суть: накопичення на індивідуальних рахунках за рахунок обов'язкових відрахувань.
- *Третій рівень* (добровільний накопичувальний). Реалізується через Недержавні пенсійні фонди, які є видом НФУ. Вони акумулюють добровільні внески та інвестують їх для отримання доходу.

Згідно з Глобальним пенсійним індексом Mercer (Mercer CFA Institute Global Pension Index), найкращими пенсійними системами у світі роками поспіль визнаються Ісландія, Нідерланди та Данія.

Їхні системи поєднують три ключові компоненти (три рівні пенсійної системи): солідні державні виплати, обов'язкові професійні (корпоративні) накопичення та добровільні особисті заощадження.

У Нідерландах розмір пенсії часто залежить не від вашої зарплати, а від того, скільки років ви прожили в країні. Базова державна пенсія є фіксованою для всіх, хто прожив у Нідерландах певну кількість років.

Різниця у віці виходу на пенсію в різних країнах може бути просто вражаючою, що відображає демографічні та економічні реалії.

Історично склалося, що деякі країни з великими нафтовими доходами або дуже високою тривалістю життя встановлювали низький пенсійний вік. Наприклад, у Саудівській Аравії пенсійний вік для деяких категорій може бути всього 47 років (хоча це зазвичай стосується лише громадян, які мають достатній стаж).

Країни з високою тривалістю життя та низькою народжуваністю змушені підвищувати планку. Очікується, що до 2060 року в Данії пенсійний вік може досягти 74 років для обох статей, оскільки там

пенсійний вік автоматично прив'язаний до середньої очікуваної тривалості життя.

Попри те, що державне пенсійне забезпечення існує в більшості розвинених країн, мільйони людей у світі його не мають.

У деяких країнах Африки та Південної Азії менше 20% населення охоплено офіційними пенсійними програмами. У таких випадках головним механізмом підтримки людей літнього віку залишається родина та діти.

Історично державні пенсії в Китаї виплачувалися переважно державним службовцям. Лише нещодавно система почала розширюватися на сільське населення та робітників, але розмір виплат у міських та сільських районах може суттєво відрізнятися.

Норвегія, яка має одну з найбагатших пенсійних систем у світі, має гнучкий пенсійний вік. Однак, Ісландія та Норвегія мають один із найвищих очікуваних віків виходу на пенсію у Європі — 67 років (для обох статей).

Норвезький державний пенсійний фонд Global (NBIM) є найбільшим у світі суверенним інвестиційним фондом. Його мета — забезпечити пенсійні виплати майбутнім поколінням, коли нафтові ресурси вичерпаються.

Фонд був заснований у 1990 році (перший внесок надійшов у 1996 році) і діє за логікою, абсолютно протилежною до класичної солідарної системи. Замість того, щоб «проїдати» доходи від продажу нафти та газу прямо зараз або пускати їх на поточні соціальні виплати, Норвегія вилучає ці надприбутки з економіки та інвестує їх по всьому світу. Фонд свідомо **не інвестує** всередині самої Норвегії. Гроші вкладені у понад 9 000 компаній у 70 країнах світу (включаючи такі гіганти, як Apple, Microsoft, Alphabet). Це захищає норвезьку крону від «голландської хвороби» (коли через надмір нафтодоларів занепадають інші галузі промисловості).

У середньому Фонд дійсно володіє **близько 1,5% усіх акцій у світі**, а якщо брати лише європейський ринок — то цей показник сягає **2,5%**. Станом на сьогодні капітал фонду перевищує **1,6-1,7 трильйона доларів**. Якщо розділити цю суму на все населення Норвегії (близько 5,5 мільйонів людей), то на кожного громадянина, включаючи немовлят, припадає приблизно **по 300 000 доларів** віртуальних накопичень.

Чилійська пенсійна система, запроваджена у 1980-х роках, була однією з перших у світі, що повністю перейшла до приватного

накопичувального принципу. Державні пенсії скасували, а внески стали надходити на індивідуальні рахунки. Людям, які працювали за старою системою, видали «пенсійні векселі» (боргові зобов'язання держави) як компенсацію за минулий стаж.

2.2. Податки: відповідальність та культура фінансово грамотного громадянина

Податок — це **обов'язковий, безумовний платіж** до бюджету, який стягується державою з фізичних і юридичних осіб для фінансування суспільних потреб (оборона, освіта, медицина, інфраструктура). Податок — це ціна, яку ми платимо за цивілізоване суспільство (армія, дороги, освіта, медицина).

Тому дуже важливими у контексті податків є фінансова грамотність як знання, навички та ставлення, необхідні для прийняття відповідальних фінансових рішень та податкова свідомість як частина загальної фінансової грамотності. Податкова свідомість передбачає розуміння:

- ❖ **Скільки** податків сплачується (прямих і непрямих).
- ❖ **Куди** ці податки йдуть (бюджетний процес).
- ❖ **Які** вигоди отримує громадянин від цих платежів.
- ❖ Фінансово грамотний громадянин бачить у податках не лише борг, а й **своєрідну інвестицію** у власне майбутнє та майбутнє країни.

Сучасні податки виконують декілька ключових функцій.

Фіскальна функція. Це первинна, історично найдавніша функція. Вона полягає у зборі коштів для формування державного та місцевих бюджетів. Без фіскальної функції держава фізично не зможе існувати, оскільки не матиме ресурсів для виконання своїх обов'язків.

Зібрані кошти йдуть на фінансування армії та безпеки, утримання апарату управління, створення загальносуспільних благ, які не може забезпечити приватний бізнес (наприклад, будівництво доріг, освітлення вулиць, безкоштовна медицина та освіта).

Коли громадянин купує товар і сплачує ПДВ (Податок на додану вартість) або коли з його заробітної плати утримується ПДФО (Податок на доходи фізичних осіб), ці кошти напряму потрапляють до бюджету. Згодом із цього ж бюджету виплачується заробітна плата

вчителям, лікарям, рятувальникам та фінансуються програми оборони країни.

Регулююча функція. Держава використовує податки як «важелі» та «педалі» для управління економічними процесами. Змінюючи податкові ставки, вводячи пільги або додаткові збори, можна стимулювати розвиток одних галузей і стримувати інші.

Ця функція ділиться на три підвиди:

Стимулююча: зниження податків або звільнення від них (податкові канікули) для підтримки важливих сфер. Зниження податкових ставок для ІТ-сектору (наприклад, простір Дія.City в Україні) або скасування мита на ввезення сонячних панелей та генераторів для стимулювання альтернативної енергетики.

Стримуюча: підвищення податкового тиску на сфери, розвиток яких держава хоче обмежити. Високі акцизні збори на алкоголь та тютюн, або введення «екологічного податку» для підприємств, які забруднюють довкілля.

Протекціоністська: захист внутрішнього ринку від іноземної конкуренції за допомогою високих мит на імпорт.

Розподільча (соціальна) функція. Полягає у перерозподілі національного доходу між різними верствами населення з метою згладжування соціальної нерівності та підтримки тих, хто не може забезпечити себе самостійно.

Гроші вилучаються у формі податків у тих, хто заробляє більше або споживає преміальні товари, і спрямовуються на фінансування соціальних програм.

Прикладами можуть бути прогресивна шкала оподаткування: чим вищий дохід має людина, тим більший відсоток податку вона платить. Та податок на розкіш: додаткове оподаткування дорогих автомобілів, великої нерухомості чи яхт. Отримані кошти йдуть на виплату субсидій, пенсій, допомоги по безробіттю чи інвалідності.

Контрольна функція. Податкова система дозволяє державі вести чіткий облік, моніторинг та аналіз фінансово-господарської діяльності підприємств та доходів громадян. Через податки держава бачить «рентгенівський знімок» економіки.

Контрольна функція допомагає виявляти приховані доходи, оцінювати ефективність роботи бізнесу, присікати легалізацію незаконно отриманих коштів (відмивання грошей) та корупційні схеми. Вона визначає, наскільки прозоро працює ринок.

Впровадження обов'язкових касових апаратів (РРО/ПРРО) для торговців. Це дозволяє податковій службі в реальному часі бачити кожну транзакцію, контролювати реальні обсяги продажів підприємця та запобігати ухиленню від сплати податків.

Таблиця 2.2

Податки та їх роль в економіці країни

Функція податку	Роль в «організмі» держави
Фіскальна	Наповнення серця кров'ю (збір ресурсів у бюджет)
Регулююча	Спрямування кисню до м'язів, які зараз працюють (пільги для пріоритетних галузей)
Розподільча	Живлення клітин, які тимчасово ослаблені (соціальна допомога, пенсії)
Контрольна	Імунна система та нервові рецептори (перевірка, чи немає інфекції чи порушень у роботі)

Кожна з цих функцій не працює ізольовано. Головне завдання уряду — знайти ідеальний баланс, адже якщо занадто посилити фіскальну функцію (підняти податки), задихнеться регулююча (бізнес перестане розвиватися або піде в «тінь»).

У своєму зародженні та становленні податки пройшли декілька етапів. Спочатку це були жертвоприношення богам або дари вождю/князю, які з часом стали примусовими. На ранніх етапах великим джерелом доходу була контрибуція (військовий збір) з переможених племен чи народів.

На території сучасної України податки виникли у Київській Русі. Головним джерелом була данина. Полюддя: збір данини шляхом щорічного об'їзду князем із дружиною підвладних територій. Та подимне: податок, що стягувався з «димув» (домашнього вогнища або двору).

Історія оподаткування сповнена як геніальних, так і абсолютно абсурдних ідей. Найвідомішими та найбільш безглуздими податками в історії людства можуть бути:

Податок на сечу (Римська імперія) ввів імператор Веспасіан у I столітті н.е. Це був податок на збирання сечі з громадських вбиралень, яка використовувалася для дублення шкіри та прання. Коли його син

Тит розкритикував податок як огидний, Веспасіан підніс до носа Тита монети зі збору і вимовив відому фразу: «Гроші не пахнуть».

Податок на вікна (Англія, 1696–1851), який стягувався з власників будинків залежно від кількості вікон. Вважалося, що кількість вікон є показником багатства людини. Щоб уникнути податку, люди закладали цеглою вікна. Це призвело до того, що будинки стали темними, погано провітрювалися, і спричинило проблеми зі здоров'ям, які називали «віконною хворобою» (нестача свіжого повітря та сонячного світла). Податок відмінили лише через його негативний соціальний вплив.

Податок на бороду (росія, 1698–1772) введений імператором Петром I для примусової європеїзації та викорінення традиційних «боярських» звичаїв. Кожен, хто хотів носити бороду, мусив сплатити значний щорічний збір. За сплату податку видавали спеціальний металевий жетон («бородовий знак») як квитанцію. Це було пряме втручання держави у зовнішній вигляд та культуру, яке викликало сильний спротив, особливо серед старообрядців та селян (яких, до речі, примусово голили при в'їзді в місто).

Податок на капелюхи (Велика Британія, 1784–1811) накладався на продані капелюхи. Розмір податку залежав від ціни виробу. Щоб уникнути податку, виробники перестали називати свої вироби «капелюхами», маркуючи їх як «головні убори», «шапки» тощо. Уряду довелося розширити законодавство, щоб оподатковувати будь-який головний убір.

Податок на цеглу (Велика Британія, 1784–1850) стягувався з кількості вироблених цеглин. Введений, щоб поповнити казну після війни за незалежність США. Будівельники, щоб платити менше — почали виготовляти великі, нестандартні цеглини замість менших, щоб зменшити загальну кількість оподатковуваних одиниць. Уряду довелося швидко змінити закон, щоб включити оподаткування за розміром.

Податок на гру в карти (США, 1894). У деяких штатах існував податок на колоди гральних карт, що призвело до створення фальшивих карт без масті, щоб уникнути збору.

Податок на вуха та носи (Тибет, 1911–1927) був введений для фінансування армії. Домогосподарства платили збір з кожного вуха людини чи домашньої тварини. Це один із найбільш жорстоких податків. Повідомлялося, що тих, хто не міг сплатити, карали відрізанням вух, що підкреслює крайню форму примусу.

Іноді податок вводиться не стільки для збору грошей, скільки для зміни поведінки чи досягнення соціальної мети:

Податок на бездітність/безшлюбність (Римська імперія, пізніше — СРСР). Введений у Римській імперії імператором Октавіаном Августом для стимулювання народжуваності. Незаміжні жінки та бездітні чоловіки обкладалися збором. Хоча мета була соціальною (демографічною), податок на те, що людина не створює сім'ю чи не має дітей, є прямим втручанням у приватне життя, а його ефективність часто була сумнівною.

Податок на тінь (Венеція, Італія, існує досі). Власники кафе, магазинів і ресторанів, тінь від будівель яких падає на міську громадську землю (наприклад, площу), повинні платити податок за використання цього простору. Хоча мета — збір коштів за використання громадського простору — логічна, сам об'єкт оподаткування (тінь) робить його курйозним. Деякі власники пересувають свої навіси, щоб тінь не падала на державну землю.

Податок на затори (Лондон). Це не класичний податок, а збір за в'їзд транспортних засобів у центр міста у робочі години. Мета — зменшити затори та забруднення повітря.

«Податок на гамбургер». Це популярний термін для податку, який пропонують запровадити на червоне м'ясо у деяких країнах (Німеччина, Нідерланди) з метою зменшення викидів парникових газів і боротьби зі зміною клімату. Це приклад екологічної функції податку.

Ці приклади демонструють, що податки, спрямовані на предмети чи явища, які легко змінити або приховати, часто призводять до непередбачуваних соціальних змін або абсурдних спроб ухилення.

Податки можна класифікувати за різними ознаками. В Україні види податків та зборів визначаються **Податковим кодексом України (ПКУ)** і поділяються на дві основні групи: **загальнодержавні** та **місцеві**. Загальнодержавні податки та збори встановлюються Верховною Радою України і є обов'язковими для сплати на всій території країни. Місцеві податки та збори встановлюються рішеннями місцевих рад (сільських, селищних, міських), але виключно в межах, визначених Податковим кодексом.

За методом оподаткування податки поділяються на пропорційні, прогресивні та регресивні. Простіше кажучи, ця класифікація показує, як саме змінюється податкова ставка, коли зростає чи зменшується дохід платника податків.

Види податків за об'єктом стягнення

Вид	Опис	Приклади в Україні
Прямі	Стягуються безпосередньо з доходу або майна платника. Їх не можна перекласти на іншу особу	Податок на доходи фізичних осіб (ПДФО), Податок на прибуток підприємств, Податок на майно (земля, нерухомість)
Непрямі	Включаються у ціну товару чи послуги та сплачуються споживачем при купівлі. Фактичний платник (покупець) і збирач (продавець) — різні особи	Податок на додану вартість (ПДВ), Акцизний податок (на пальне, алкоголь, тютюн), Мито

Пропорційні податки (проста або плоска шкала). Ставка податку залишається незмінною (фіксованою у відсотках), незалежно від того, скільки заробляє людина чи компанія. Багаті й бідні платять однаковий відсоток від свого доходу. Якщо ставка становить 18%, то людина з доходом 10 000 грн заплатить 1 800 грн податку, а людина з доходом 100 000 грн заплатить 18 000 грн. Відсоток один і той самий, але абсолютна сума різна.

В Україні класичним прикладом є ПДФО (Податок на доходи фізичних осіб) та податок на прибуток підприємств.

Прогресивне оподаткування — це система, за якої середня податкова ставка зростає зі збільшенням оподатковуваної величини (доходу чи майна) платника податків. Це є основним інструментом перерозподілу багатства та досягнення соціальної справедливості в більшості розвинених країн світу.

Принцип роботи прогресивного оподаткування:

1. **Податкові рівні (бакети):** дохід платника податків ділиться на кілька рівнів (діапазонів).

2. **Зростання ставок:** кожен наступний рівень доходу обкладається вищою граничною ставкою.

3. **Складна прогресія:** важливо розуміти, що підвищена ставка застосовується не до всього доходу, а лише до тієї його частини, яка перевищує поріг попереднього рівня.

Наприклад, якщо ставка 10% для доходу до \$10 000 і 20% для доходу понад \$10 000, то людина, яка заробила \$15 000, заплатить:

- 10% з перших \$10 000 (\$1 000).
- 20% з решти \$5 000 (\$1 000).

• Загальна сума податку: \$2 000. Ефективна (середня) ставка: \$2 000 / \$15 000 13,33%.

Таким чином, середня ставка завжди менша за максимальну граничну ставку і зростає поступово.

Прогресивна шкала оподаткування є характерною рисою соціально орієнтованих держав, особливо у країнах ЄС та США. Найвищі максимальні ставки податку на доходи фізичних осіб (ПДФО) зазвичай встановлені у таких країнах:

Країна 	Максимальна гранична ставка ПДФО (приблизно)
Данія DK	≈ 55.9%
Франція FR	≈ 55.4%
Австрія AT	≈ 55.0%
Іспанія ES	≈ 54.0%
Бельгія BE	≈ 53.5%
Швеція SE	≈ 52.3%

Регресивні податки (зворотна шкала). Ставка податку зменшується в міру зростання доходу. У чистому вигляді на доходи громадян таку шкалу сьогодні майже не застосовують, але за своєю економічною суттю регресивними є непрямі податки (ПДВ, акцизи, мито).

Купуючи буханець хліба чи пачку цигарок, і мільйонер, і пенсіонер сплачують однакову суму ПДВ чи акцизу, закладену в ціну товару. Проте для пенсіонера ця сума податку становить значну частину його маленького бюджету (високий реальний податковий тиск), а для мільйонера — мізерну частку відсотка (низький податковий тиск).

Прогресивне оподаткування є предметом постійних економічних дебатів.

Переваги (аргументи «за»):

Соціальна справедливість. Це головна мета. Система перерозподіляє доходи, зменшуючи розрив між найбагатшими та найбіднішими верствами населення (знижує соціальну нерівність).

Стимулювання попиту. Зниження податкового навантаження на людей з низькими доходами збільшує їхню купівельну спроможність. Оскільки вони витрачають більшу частину свого доходу на поточні потреби, це стимулює внутрішній ринок і економіку в цілому.

Фінансування державних програм. Вищі доходи від оподаткування багатих дозволяють уряду фінансувати масштабні державні послуги (наприклад, безкоштовну освіту, медицину, інфраструктуру).

Недоліки (аргументи «проти»):

- Зниження стимулів до праці та інвестицій. Надто високі ставки (наприклад, понад 50%) можуть демотивувати високооплачуваних фахівців та інвесторів збільшувати свій дохід, оскільки більша частина приросту доходу вилючається державою.
- Ухилення та відтік капіталу. Заможні особи можуть вдаватися до складних схем податкового планування, виведення капіталу за кордон або зміни податкового резидентства, щоб уникнути високих ставок.

Складність адміністрування. Прогресивна шкала складніша для розрахунку та контролю порівняно з пропорційною (єдиною) ставкою, що ускладнює роботу податкової служби.

Успішне впровадження прогресивного оподаткування вимагає компромісу між соціальною справедливістю та економічною ефективністю. Воно ефективне лише за наявності високої податкової дисципліни та прозорого використання зібраних коштів.

Щодо юридичних та економічних наслідків податкових відносин, то варто наголосити, що **Конституція України** (ст. 67) встановлює обов'язок кожного громадянина сплачувати податки.

Згідно з **Податковим кодексом України** це обов'язок обчислити, задекларувати та/або сплатити податок.

Наслідки ухилення від сплати податків можуть мати фінансовий характер: штрафи та пені; адміністративний - за порушення строків подання звітності та кримінальний – за значні суми ухилення.

Несплата податків збільшує ризик, руйнує ділову репутацію, унеможливорює прозоре ведення бізнесу та доступ до кредитування. Це мікрорівень економічної відповідальності - для громадянина чи бізнесу. На макрорівні, для держави, масове ухилення від податків (тіньова економіка) призводить до дефіциту бюджету, зниження якості державних послуг (дороги, медицина), неможливості фінансувати життєво важливі напрямки (оборона, соціальне забезпечення).

Саме тому дуже важливою є необхідність формування податкової культури суспільства.

Податкова культура – це рівень розвитку податкових відносин, що включає етичні норми, знання законів та свідоме бажання платників

податків виконувати свої зобов'язання. Вона відображає готовність суспільства до діалогу з державою.

В Україні існують значні проблеми, пов'язані з низьким рівнем податкової культури. Це і історична недовіра до податків. Спадщина радянської системи, де податки сприймалися як примус. Високий рівень тіньової економіки, бажання «жити в тіні» через недовіру до влади та складність адміністрування.

Непрозорість використання коштів - відсутність чіткого зв'язку між сплаченими податками та якістю послуг, що знижує мотивацію до сумлінності.

Шляхами формування культури грамотного громадянина мають стати освіта - включення фінансової та податкової грамотності у шкільні та університетські програми. Прозорість та звітність - держава повинна забезпечити максимальну прозорість використання бюджетних коштів («Я плачу податки, і я знаю, куди вони йдуть»). Та максимальне спрощення процедур сплати податків (е-сервіси, автоматизація).

Фінансово грамотний громадянин розуміє, що податкова відповідальність — це не лише юридичний обов'язок, а й ключовий елемент громадянської та податкової культури. Саме висока податкова культура є необхідною передумовою для економічного розвитку, зміцнення держави та побудови суспільства з високою якістю життя.

2.3. Підприємництво та підприємливість. Соціальна відповідальність бізнесу та відносини з державою. Соціальне підприємництво

У сучасній системі координат «людина – суспільство – держава» поняття підприємництва давно вийшло за межі суто економічного терміна, що означає «діяльність заради отримання прибутку». Сьогодні це потужний драйвер суспільних трансформацій, який базується на особливій ментальній характеристиці — підприємливості, та тримається на фундаменті соціальної відповідальності.

Підприємництво і підприємливість. Часто ці два поняття вживають як синоніми, проте між ними є суттєва різниця. Це класичне співвідношення між особистісною якістю та її практичною реалізацією.

Підприємливість — це ключова компетентність сучасної людини, незалежно від її професії. Це здатність бачити можливості там, де інші бачать проблеми, вміння генерувати ідеї, критично мислити, ризикувати, брати на себе відповідальність та перетворювати задуми в конкретні результати. Підприємливим може бути вчитель, який створює інноваційний гурток, або науковець, що знаходить фінансування для досліджень.

Підприємництво — це практичне втілення підприємливості у правовому та економічному полі. Це створення власної справи (бізнесу) з метою систематичного отримання прибутку через виробництво товарів чи надання послуг.

Школа не може і не мусить змусити кожного учня стати бізнесменом (підприємцем). Проте вона зобов'язана сформувати у кожного учня *підприємливість* — навичку, яка допоможе бути конкурентоспроможним у динамічному та невизначеному світі.

Часи, коли єдиною метою бізнесу було максимізація прибутку для його власників (так званий дикий капіталізм), залишилися в минулому. Сучасне суспільство оцінює компанії за концепцією **Triple Bottom Line**: бізнес має бути ефективним у трьох сферах — Люди, Планета, Прибуток.

Соціальна відповідальність бізнесу (СВБ) — це добровільний внесок бізнесу в розвиток суспільства, що перевищує встановлений законом мінімум. Вона реалізується у трьох головних вимірах:

Внутрішній вимір: гідні й безпечні умови праці, «біла» заробітна плата, медичне страхування працівників, відсутність дискримінації, можливості для професійного навчання та кар'єрного зростання.

Зовнішній (соціальний) вимір: благодійність, підтримка місцевих громад, інвестиції в освіту, медицину та культуру регіону, де працює підприємство. Окремим напрямком є *соціальне підприємництво*, де розв'язання суспільної проблеми є головною метою бізнесу, а прибуток — інструментом для її досягнення.

Екологічний вимір: зменшення викидів шкідливих речовин, перехід на відновлювану енергію, мінімізація відходів, етичне ставлення до природних ресурсів.

Компанії, які ігнорують СВБ, сьогодні втрачають клієнтів (особливо серед молоді) та інвесторів, оскільки соціальна відповідальність стала важливою частиною репутаційного капіталу.

У відносинах бізнесу із державою потрібен баланс. Взаємодія підприємництва та державних інституцій — це складний, але життєво необхідний суспільний договір.

Таблиця 2.4

Взаємозалежність держави та бізнесу

Що бізнес дає державі	Що державні інституції мають гарантувати бізнесу
Податки та збори, які формують бюджет країни для фінансування медицини, освіти та армії	Прозорі «правила гри»: стабільне, зрозуміле законодавство, ефективне судочинство та захист прав власності
Робочі місця, що знижує рівень безробіття та забезпечує доходи громадян	Економічну свободу: мінімізацію бюрократичного тиску, спрощення процедур реєстрації та ліцензування
Інновації та інвестиції, які підвищують конкурентоспроможність країни на світовому ринку	Розвиток інфраструктури: якісні дороги, логістику, доступ до енергомереж та цифровізацію держпослуг

Головним викликом у цих відносинах є подолання корупції та перехід від моделі «контролю і покарання» до моделі **«сервісу та підтримки»**. Коли держава створює сприятливий інвестиційний клімат, а бізнес чесно платить податки та інвестує в суспільство — країна отримує стійкий економічний розвиток.

Підприємництво, засноване на особистій підприємливості, є рушійною силою сучасної економіки. Проте справжня сила бізнесу виявляється тоді, коли фінансова успішність поєднується із соціальною відповідальністю перед людьми та екологічною відповідальністю перед планетою, а відносини з державою будуються на засадах чесного, прозорого та взаємовигідного партнерства.

Сучасний глобальний контекст вимагає радикального переосмислення традиційних способів вирішення суспільних проблем. Благодійність, попри її гуманістичну цінність, часто стикається з кризою фінансів та обмеженістю ресурсів, тоді як класичний бізнес нерідко ігнорує соціальні питання заради максимізації прибутку.

Соціальне підприємництво (СП) виникає як стратегічна відповідь на ці виклики, являючи собою поєднання ринкової ефективності та соціальної місії. СП функціонує на перетині державного, приватного

та третього секторів, заповнюючи інституційні провали там, де традиційні моделі виявляються неефективними.

Соціальне підприємство визначається через п'ять ключових ознак:

- **Пріоритетність соціальної місії** - створення соціальної цінності є головним драйвером, а не побічним продуктом діяльності.
- **Фінансова автономія** як здатність генерувати дохід через продаж товарів чи послуг, що забезпечує незалежність від грантової допомоги.
- **Реінвестування прибутку.** Спрямування фінансових результатів на розширення соціального впливу або розвиток громади замість накопичення приватного капіталу.
- **Демократичне управління**, що базується на принципах рівності («одна людина — один голос») та залученні стейкхолдерів.
- **Системна інноваційність** - постійний пошук рішень для подолання соціальної несправедливості.

Сектор СП у Європейському Союзі демонструє значну потужність: у ньому задіяно понад 11 мільйонів осіб, що складає близько 6% працездатного населення. Міжнародні мережі, такі як **Ashoka**, **Skoll Foundation** та **Schwab Foundation**, відіграють роль глобальних акселераторів, що забезпечують масштабування соціальних інновацій.

У світовій та вітчизняній практиці сформувалися такі базові моделі реалізації проєкту:

Вирішення соціальної проблеми безпосередньо продуктом. Сам факт створення, використання або споживання цього продукту автоматично лікує, рятує, навчає чи захищає довкілля. Продукт і є рішенням.

Це найбільш витончена й ефективна модель, оскільки вона має максимальну фінансову стійкість: соціальний ефект масштабується автоматично разом із зростанням продажів.

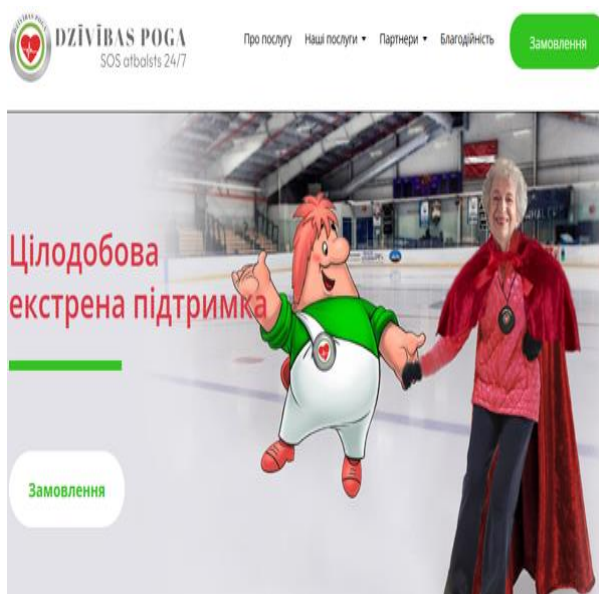
У межах цієї моделі бізнес може вирішувати проблему **трьома** різними шляхами:

Перший - сам товар розробляється для того, щоб покращити якість життя людей, яких звичайний ринок ігнорує або пропонує їм занадто дорогі рішення.

EMBRACE INNOVATIONS. Вони створили ультрадешеві портативні «спальні мішки-інкубатори» для недоношених немовлят у бідних країнах, де немає електрики чи грошей на дорогі стаціонарні кувези. Вони продають їх за ціною, в десятки разів нижчою за медичне обладнання



DZIVIBAS POGA. Кнопка життя — це система термінового сповіщення та виклику швидкої медичної допомоги для літніх людей, які проживають самі. Продуктом компанії є браслет або кулон із кнопкою виклику, вбудованим модулем геолокації і терміналом для голосового зв'язку, що дає змогу швидко відправити SOS-виклик та зв'язатися з цілодобовим call-центром. Отримавши SOS-виклик, оператор уточнює ситуацію та скеровує найближчу карету швидкої допомоги до місця перебування людини

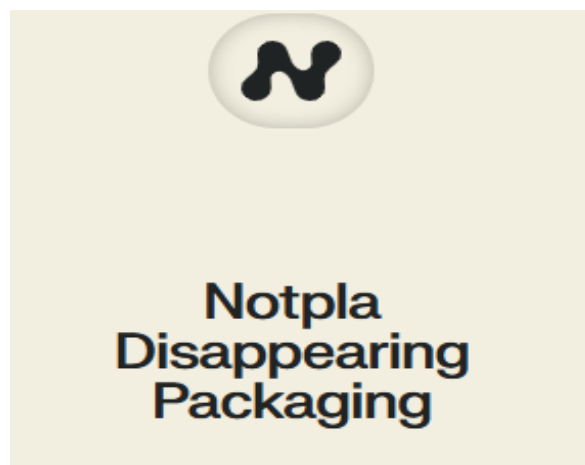


CONNECTPRO один із засновників — Віталій Потапчук — слабочуючий. На базі мобільних додатків «Перекладач ЖМ» (для людей) і ConnectPro (для компаній) було створено сервіс, що дає змогу людині з вадами слуху користуватися послугами перекладача жестової мови в будь-який час. Додаток ConnectPRO також допомагає компаніям ставати deaf friendly і обслуговувати клієнтів з глухотою та погіршенням слуху. Україна



Або купуючи товар, клієнт не робить донат грошима, але він фізично зменшує кількість сміття або шкідливих викидів на планеті, бо цей продукт є чистою альтернативою.

Бренд **NOTPLA** виробляє їстівне та повністю біорозкладне пакування для води та соусів із морських водоростей. Їхній продукт вирішує проблему пластикового забруднення безпосередньо у момент використання



RE:BAN Студентка Дарина Антоненко та її команда придумали, як утилізувати використані банери. Команда використовує матеріал повторно: відшиває із вживаних банерів унікальні сумки, рюкзаки, гаманці, бананки в єдиному екземплярі! Місія соціального підприємства – дати друге життя використаній банерній тканині, створюючи з неї стильні крафтові вироби. Україна



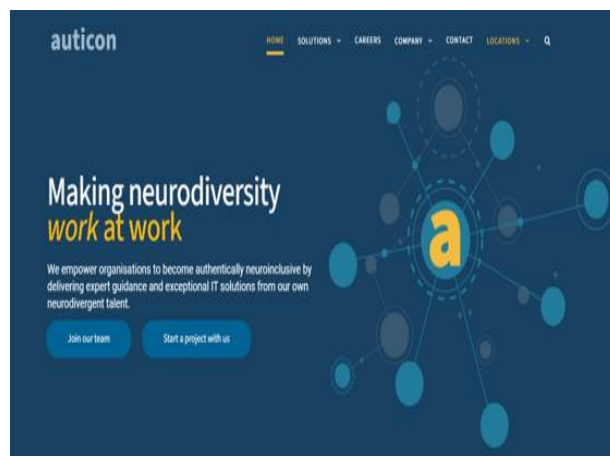
RE:BAN

Отже, продуктом є знання, навичка чи сервіс, який безпосередньо витягує людину чи громаду з кризи, підвищує її фінансову культуру чи психологічну стійкість.

Вирішення проблеми безпосередньо продуктом — це вища ліга підприємництва. Вона доводить, що найкращий спосіб допомогти світові — це створити розумну, корисну річ, за яку ринок голосуватиме гривнею.

Другий - працевлаштування вразливих категорій населення. Бізнес створює робочі місця для людей, яким надзвичайно важко знайти роботу на звичайному ринку праці: людей з інвалідністю, ветеранів війни, внутрішньо переміщених осіб (ВПО), колишніх в'язнів чи самотніх матерів. Робота тут є не лише джерелом доходу, а й інструментом соціальної адаптації та повернення людини до повноцінного життя.

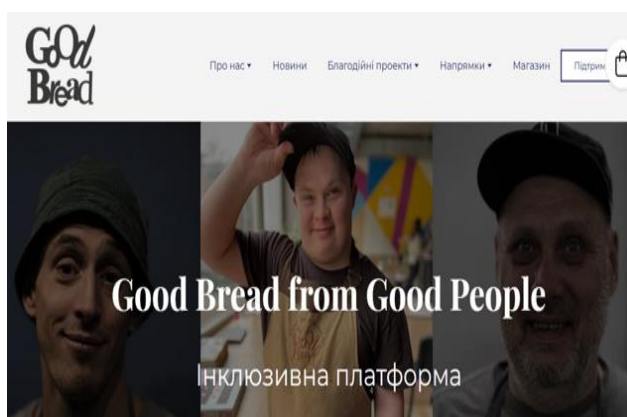
AUTICON перша в Канаді ІТ-компанія, орієнтована на розвиток здібностей людей з аутизмом. Залучає їх до високотехнологічних, кваліфікованих завдань із розробки та тестування програмного забезпечення. У компанії працює близько 250 співробітників, серед них – 170 людей із розладом аутичного спектру. Меседж компанії: «Аутизм – це не помилка в роботі, це – інша операційна система»



INVISIBLE CITIES навчає людей, які постраждали від безпритульності, проводити пішохідні екскурсії своїм містом та пропонує ці альтернативні тури туристам і місцевим жителям. Робота зосереджена на формуванні довіри до колишніх безпритульних, відновленні їхніх навичок комунікації та високій якості обслуговуванні клієнтів. Велика Британія



Владислав Малащенко, обрав СП, а не кабінетну роботу для соціалізації та реабілітації людей із ментальною інвалідністю (з синдромом Дауна, розладом аутичного спектру, розумовою відсталістю, шизофренією та іншими медичними діагнозами). Він заснував першу в Україні пекарню, де дорослі люди з інвалідністю можуть реалізуватися.



Третій - фінансування соціальних ініціатив. Підприємство продає якісний повсякденний товар, але фіксована частина прибутку (або за принципом «один до одного») автоматично йде на вирішення конкретної проблеми.

Засновник Veterano Pizza Леонід Остальцев, повернувшись з війни, розпочав власну справу. До роботи запросив знайомих і друзів-ветеранів. Ветеранський бізнес стрімко розвивається. Запущено кластер Veterano Group, до якого належать Veterano Pizza, ресторан Veterano Resto, мережа кав'ярень Veterano Coffee, пекарня Veterano Brownie, охоронна фірма Veterano Guard, таксі Veterano Cab та інші



URBAN SPACE 100 – соціальне підприємство в форматі громадського ресторану. Ідея об'єднала 100 однодумців, які у рівних долях інвестували у створення ресторану. Це не тільки заклад харчування, але й Подієвий майданик. 80% чистого прибутку ресторану співзасновники щоквартально спрямовують на громадські проекти Івано-Франківська. Успішний досвід Urban Space 100 надихає інші міста та може реплікуватися у форматі соціальної франшизи. Першим таким прикладом є Urban Space 500 у Києві.



В умовах повномасштабного відновлення та подолання наслідків війни соціальне підприємництво стає стратегічним інструментом для держави та громад.

- **Зниження навантаження на держбюджет:** замість того, щоб люди отримували пасивну соціальну допомогу від держави, соціальні підприємства дають їм роботу. Людина стає платником податків та економічно незалежною особою.

- **Реінтеграція ветеранів та ВПО:** створення ветеранських бізнесів та підприємств для адаптації переселенців допомагає людям знайти нові сенси, професійно реалізуватися та швидше інтегруватися в нові громади.

- **Розвиток культури свідомого споживання:** український споживач стає все більш вибагливим. Купуючи каву, одяг чи блокнот у

соціального бізнесу, людина розуміє, що її гроші не просто збагачують власника компанії, а прямо зараз годують дитину-сироту чи купують обладнання для шпиталю.

Соціальне підприємництво доводить, що бізнес може мати людське обличчя, а соціальні проблеми можна вирішувати ефективно, без очікування допомоги від держави чи благодійників. Для молоді, яка вивчає фінансову грамотність та підприємництво, цей напрямок є найкращим прикладом того, як власна ініціатива, критичне мислення та відповідальність можуть змінювати світ на краще.

Соціальне підприємництво вимагає унікального синтезу емпатії соціального працівника та жорсткої бізнес-логіки підприємця. Це лідерство, засноване на цінностях, де метою є не приватне збагачення, а масштабування суспільного блага. Такий тип лідера, який здатен до системних реформ «знизу», є критично важливим для демократичної трансформації держави.

Навчання соціальному підприємництву в Україні базується на принципах «навчання на основі досвіду» і дуже важливе місце у цьому посідає **Шкільне соціальне підприємництво (ШСП)**. Це унікальна освітня модель, у якій учні створюють і розвивають власну реальну компанію (бізнес) у стінах школи. Проте, на відміну від звичайного бізнес-гуртка, головна мета ШСП — не особисте збагачення учнів чи вчителів, а вирішення конкретної проблеми своєї школи, громади чи міста, куди й спрямовується отриманий прибуток.

Цей інструмент є одним із найефективніших проявів компетентнісного підходу, оскільки перетворює теоретичні знання з фінансової грамотності, математики та громадянської освіти на живі прикладні навички.

Шкільне підприємство діє як доросла компанія, але адаптована до шкільного всесвіту. Його структура базується на трьох «китах»:

1. **Реальний продукт або послуга:** учні самостійно виготовляють товари (наприклад, екосумки, блокноти з переробленого паперу, сувеніри на 3D-принтері, випічку для шкільного буфету) або надають послуги (організація свят, екскурсії містом, фото- та відеозйомка).

2. **Ринкові продажі:** продукція продається через соціальні мережі, на загальноміських заходах чи спеціальних платформах. Учні самі рахують собівартість, ставлять ціну та ведуть фінансовий облік.

3. **Соціальна місія:** прибуток розподіляється за рішенням учнівської ради підприємства. Наприклад:

60% — на фінансування шкільного притулку для тварин або закупівлю настільних ігор для інклюзивного класу.

30% — на розвиток самого підприємства (закупівля нової сировини чи обладнання).

10% — на символічне заохочення команди (екскурсія чи навчання).

Для Нової української школи (НУШ) та сучасних уроків підприємництва цей формат є безцінним, оскільки він розвиває не репродуктивну пам'ять, а навички ХХІ століття.

Учні на практиці дізнаються, що таке калькуляція собівартості, оборотні кошти, чистий прибуток, маркетинг, логістика та як працюють податки чи банківські рахунки.

Підлітки вчаться розподіляти ролі (директор, маркетолог, бухгалтер, дизайнер), домовлятися, розв'язувати конфлікти, брати на себе відповідальність за дедлайни та приймати рішення в умовах ризику (наприклад, якщо товар не продався).

Підлітки перестають бути пасивними споживачами, які чекають, що держава, директор чи батьки вирішать усі проблеми. Вони бачать біль громади (наприклад, засміченість парку чи самотність літніх людей), заробляють гроші й власними силами фінансують зміни.

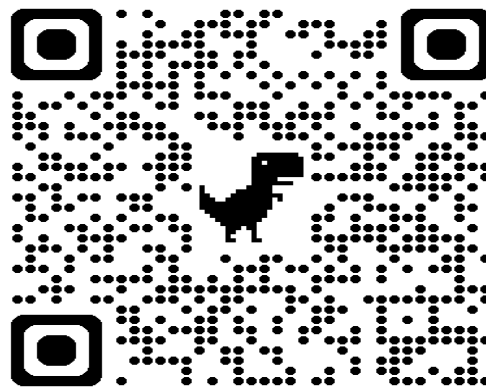
Україна має потужний досвід розвитку ШСП, який активно підтримується міжнародними фондами (зокрема, UNICEF та різними європейськими ініціативами). Ось кілька реальних кейсів, які надихають.

«Шкільний вулик» був створений у 2021 році на базі Заворицької гімназії (Київська область). Ініціатива стала можливою завдяки підтримці Федерального міністерства економічного співробітництва та розвитку Німеччини і Фонду «Східна Європа».

Згодом у підприємства з'явився власний апі-будиночок. Його вдалося придбати завдяки краудфандинговій кампанії, яку ініціювали самі діти, зібравши понад 60 тис.грн. Ще 50 тис.грн на придбання апі-будиночка надав Міжнародний фонд «Відродження»



Шкільні типографії та медіастудії, апсайклінг-майстерні тощо. Більше інформації можна знайти за посиланням:



Головна складність у створенні ШСП — це пошук балансу між юридичною стороною (оскільки неповнолітні не можуть напряду вести комерційну діяльність, підприємство часто реєструють під егідою шкільної благодійної організації, ГО-партнера або батьківського комітету) та збереженням автономії учнів. Вчитель у ШСП має бути не суворим керівником, а ментором і фасилітатором, який дозволяє учням робити власні помилки та вчитися на них у безпечному шкільному середовищі.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Національна стратегія розвитку фінансової грамотності до 2030 року: URL: <https://bank.gov.ua/ua/about/strategy-fin-literacy>
2. Затверджено Національну стратегію розвитку фінансової грамотності до 2030 року. URL: <https://www.kmu.gov.ua/news/zatverdzheno-natsionalnu-stratehiu-rozvytku-finansovoi-hramotnosti-do-2030-roku-mintsyfry>
3. Електронні версії посібників курсу. URL <https://imzo.gov.ua/kurs-finansova-gramotnist/elektronni-versiyi-posibnikiv-spetskursu/>
4. Навчальні матеріали «Фінансова грамотність. Фінанси. Що? Чому? Як?». URL: <https://mon.gov.ua/osvita-2/zagalna-serednya-osvita/navchalni-materiali-programi-pidruchniki-ta-navchalno-metodichni-posibniki/navchalni-materiali-finansova-gramotnist-finansi-shcho-chomu-yak-dlya-uchniv-10-11-klasiv>
5. Про затвердження Рамки фінансових компетентностей дітей та молоді України. URL: <https://mon.gov.ua/npa/pro-zatverdzhennya-ramki-finansovih-kompetentnostej-ditej-ta-molodi-ukrayini>

Видання підготовлено до друку та віддруковано
редакційно-видавничим відділом КНЗ «ЧОПОПП ЧОР»

Зам. №1838 Тираж 100 пр.
18003, Черкаси, вул. Бидгощська, 38/1