

ЦК менеджменту та підприємництва

ПРЕЗЕНТАЦІЯ
ФАХОВИХ
ВИБІРКОВИХ
ДИСЦИПЛІН





**УПРАВЛІННЯ
ІНВЕСТИЦІЯМИ,
РИЗИКАМИ,
ДОХІДНІСТЮ**

Розуміння інвестиційного процесу

Фінансовий рушій підприємництва

Фінансові ринки

Місце обігу фінансових інструментів.

Ключова роль у перерозподілі капіталу та забезпеченні ліквідності.

Види інвестицій (Активи)

Акції (частка у власності компанії).

Облігації (боргові цінні папери).

Деривативи, стартапи, інвестиційні фонди.



Оцінка прибутковості (Метрики)

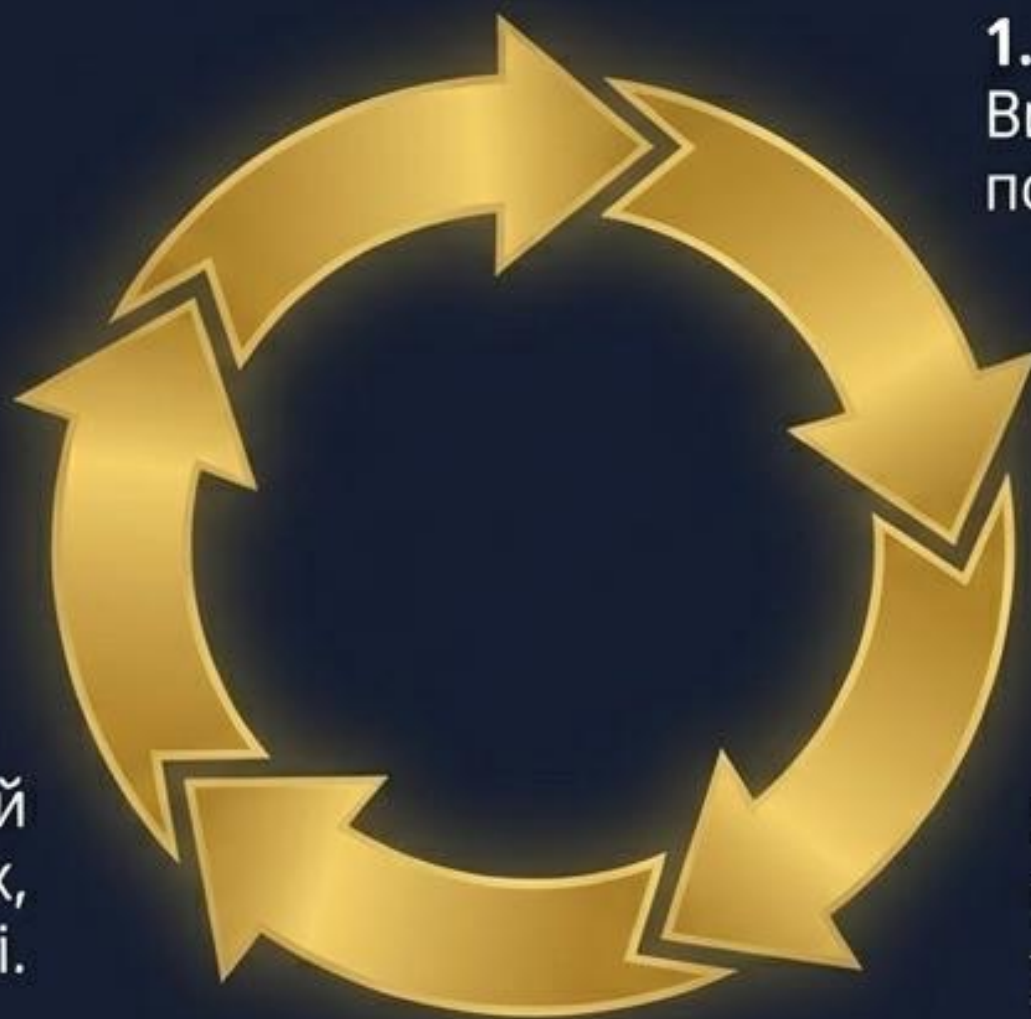
NPV: Чиста приведена вартість.

IRR: Внутрішня норма прибутковості.

ROE: Рентабельність власного капіталу.

Оцінка та управління ризиками

Навігація в умовах невизначеності



1. Ідентифікація ризиків:

Визначення потенційних ризиків, пов'язаних з інвестиціями.

2. **Оцінка ризиків:** Визначення ймовірності та потенційного впливу.

3. **Управління ризиками:** Розробка стратегій для зменшення або уникнення ризиків.

4. **Аналіз ризиків:** Детальний аналіз ринкових, кредитних, операційних ризиків та ліквідності.

5. **Мінімізація ризиків:** Застосування методів (диверсифікація, хеджування, страхування).



Важливо враховувати макроекономічні ризики: інфляція, політичні фактори, валютні ризики.



ОСНОВИ ОПОДАТКУВАННЯ

Оподаткування: Захисний щит бізнесу

Ефективне управління обов'язковими платежами

Податки — обов'язкові платежі для фінансування суспільних потреб, що виконують фіскальну, регулюючу та соціальну функції.

Прямі податки

Податок на прибуток, податок на майно.

(Безпосередньо впливають на фінансовий стан підприємства).

Непрямі податки

ПДВ, акцизний податок.

(Включені в ціну товару/послуги).

Ефективне планування податків

- Оптимальна система оподаткування знижує податкове навантаження.
- Точний розрахунок дозволяє оцінити фінансовий стан та уникнути штрафів.

СТРАХУВАННЯ

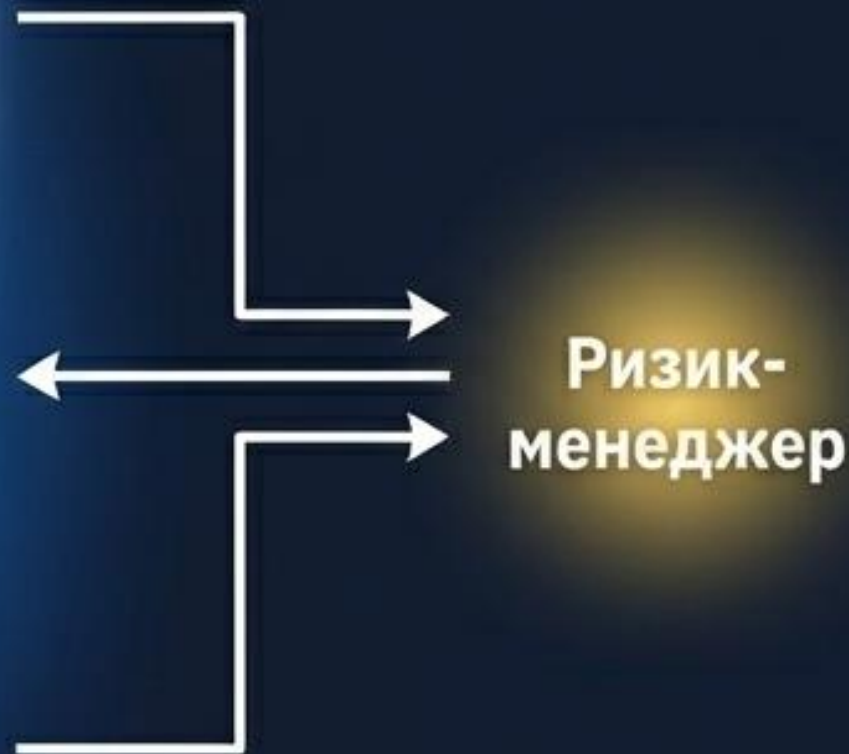


Суть страхування

Механізм гарантії фінансової стабільності



Страхування важливе для захисту від фінансових ризиків, збереження капіталу та стабільності.



Управління ризиками у бізнесі:

- Дозволяє підприємцям та фінансистам працювати впевненіше.
- **Роль Ризик-менеджера:** Фахівець, що інтегрує страхування в загальну фінансову стратегію компанії.



PR TA PEKJAMA

Голос бренду: PR та Реклама

Формування іміджу та просування



Пакування бренду: Як торговий знак перетворюється на впізнаваний бренд.

Розподіл ролей

- **PR-менеджер:** Формує довгостроковий імідж та репутацію.
- **Маркетолог:** Налаштовує рекламні кампанії та стимулює збут.
- **Аналітик:** Досліджує ринок та цільову аудиторію.

Комунікація з аудиторією: Використання інструментів PR та реклами для досягнення цільової аудиторії, з урахуванням поведінкової економіки.

Розвиток ефективних комунікацій

Синергія повідомлень та каналів





САМОМЕНЕДЖМЕНТ

Емоційний інтелект та Самоконтроль

Стійкість в умовах тиску

Управління емоціями:
Як ефективно
реагувати на стресори
та зберігати спокій у
складних ситуаціях.



Конструктивний підхід:
Знаходження логічних рішень
у конфліктних ситуаціях.

Ключовий навик:
Залишатися
продуктивним під тиском
(Стійкість до невдач).

Емоційний інтелект (EQ):
Допомагає ефективно
взаємодіяти з іншими людьми
та розуміти їхні мотиви.

Баланс та Самоосвіта

Запорука довгострокового успіху

Баланс роботи та життя (Work-Life Balance):

- Гармонія: Знаходження балансу між кар'єрою, родиною та хобі.
- Вигоряння: Вміння розпізнавати симптоми, підтримувати енергію та запобігати емоційному виснаженню.
- Здоров'я: Збереження життєвих сил для продуктивної праці.

Ефективна самоосвіта:

- Швидке освоєння нових знань.
- Адаптивність до змін у професійній сфері.
- Управління інформаційним перевантаженням.





ПОВЕДІНКОВА ЕКОНОМІКА

Поведінкова економіка

Поведінкова економіка — це наука, що вивчає, як люди реально приймають економічні рішення

Поєднує економіку, психологію та маркетинг



Заперечує ідею про «повністю раціонального споживача»

Люди часто діють під впливом емоцій, звичок і середовища

Основні ідеї поведінкової економіки

Рішення приймаються не завжди логічно

Вплив когнітивних викривлень
(помилки мислення)

Обмежена раціональність
(люди не мають повної інформації)

Важливість контексту та подачі інформації

Когнітивні викривлення у споживачів



Ефект якоря — перша ціна впливає на сприйняття



Ефект втрати — страх втратити сильніший за бажання отримати



Соціальний доказ — орієнтація на думку інших



Ефект дефіциту — товар здається ціннішим, якщо його мало

Використання в підприємництві та торгівлі

Формування цін
(знижки, акції,
«стара ціна»)

Дизайн магазину
та викладка товарів

Маркетинг і реклама
(емоції, історії, тригери)

Онлайн-продажі
(відгуки, рейтинги,
«залишилось 2 товари»)

