

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ВОДНОГО ГОСПОДАРСТВА ТА
ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ
НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ ЕКОНОМІКИ ТА
МЕНЕДЖМЕНТУ
КАФЕДРА ЖУРНАЛІСТИКИ ТА УКРАЇНОЗНАВСТВА

**«Бізнес на межі : як українські підприємці тримаються
в часи нестабільності»:
Серія подкастів**

**Бакалаврська кваліфікаційна
робота (проект)**

здобувачки вищої освіти
групи ЖУР-41
освітньої програми «Журналістика»
спеціальності 061 «Журналістика»

Левчук Катерини Ігорівни

Керівник – Дзюба М.М.,
кандидат філологічних наук,
доцент кафедри
журналістики та українознавства

Рецензент – Миронюк В.М., кандидат
філологічних наук, доцент, завідувач
кафедри теорії і методики
журналістської творчості
Міжнародного економіко-
гуманітарного університету ім.
академіка Степана Дем'янука

ДОПУЩЕНО ДО ЗАХИСТУ
Завідувач кафедри

_____ Л.Д. Малевич

(протокол засідання кафедри № 12 від
23 травня 2025 р.)

Рівне 2025

ЗМІСТ

I. ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

1.1. Теоретична база	3
1.2. Обґрунтування проєкту	6
1.3. Мета і завдання роботи	7
1.4. Специфіка аудиторії	9
1.5. Технічні і програмні засоби	10
1.6. Сфера застосування	12
1.7. Висновки	13

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	16
-----------------------------------	-----------

III. ДОКУМЕНТАЦІЯ

IV. ПРОЄКТ

1.1. Теоретична база

У сучасному медіапросторі подкасти займають важливе місце серед актуальних журналістських форматів, поєднуючи елементи традиційного радіо, документального інтерв'ю та цифрової платформи для самовираження. Зручність, гнучкість та здатність формувати емоційний зв'язок із аудиторією зробили подкасти потужним інструментом розповіді історій, аналізу подій і донесення важливої соціальної інформації.

Подкаст (англ. podcast – від iPod + broadcast) – це цифровий аудіофайл, який поширюється через інтернет, зазвичай у серійному форматі, доступний для прослуховування в будь-який зручний час. За своєю суттю, подкаст – це незалежне медіа, яке існує поза межами ефірного мовлення, але часто використовує подібні техніки: дикторське мовлення, інтерв'ю, закадровий голос, звукові ефекти, музичні вставки. Основою подкасту, як правило, є усне мовлення – жива мова, яка дозволяє встановлювати тісний контакт із слухачем і занурити його в розповідь.

Подкасти є одночасно логічним наступником і альтернативою традиційному радіо. У той час як радіо – це пряма трансляція з обмеженнями за часом і темами, подкасти пропонують повну свободу: творці можуть вільно вибирати стиль, тривалість, формат і графік публікацій. Водночас подкасти дозволяють їм звернутися до вузької аудиторії та створити лояльну базу слухачів. Ця вузька спеціалізація відрізняє подкасти від багатьох інших засобів масової інформації.

З теоретичного погляду подкаст як форма журналістики об'єднує одразу кілька важливих функцій:

- інформаційна – висвітлення новин, фактів, актуальних тем у зручному форматі;
- аналітична – подкасти дозволяють детально розбирати важкі теми, пропонувати коментарі фахівців, історичний зміст;
- документальна – збереження живих роздумів, оповідей, свідчень часу;

- освітня – популяризація знань крізь розмовні формати;
- психоемоційна – створення відчуття залученості, емоційного зв'язку та розуміння почуттів людини.

Особливу роль подкасти виконують у кризові періоди, зокрема у воєнний час (у який ми зараз живемо в Україні), під час економічної нестабільності, соціальних потрясінь. Завдяки ним у нас є можливість зафіксувати не лише події, які відбуваються навколо нас, а й спостерігати за тим як змінюється переживання, стан та емоції суспільства. Подкасти надають нам перевагу зберігати «голоси епох» - як метафорично, так і буквально. Це голоси реальних людей, які розповідають про свої навички, проблеми, рішення, почуття.

Журналістика у форматі подкасту стає особливо актуальною в умовах нестабільності. У часи, коли ми маємо надзвичайно швидкий темп оновлення новин, це відбувається майже кожної години, а інформаційне середовище перенасичене, саме подкасти дозволяють призупинити ритм і глибше зрозуміти реальність. У них немає критичної терміновості, яка б вимагала негайних дій - натомість ми маємо можливість для глибокого обговорення, детального аналізу та осмислення. Через це саме такий формат, як подкаст найбільше підходить та є використовуваним серед: професійних журналістів, громадських активістів, аналітиків, бізнесменів та науковців.

Як окремий напрямок у журналістських подкастах виділяють соціально-документальні серії, які показують реальні історії з життя людей, зокрема — підприємців, освітян, митців, військових. В Україні цей формат почав набирати популярність з 2019 року, а особливо він став актуальним після початку повномасштабної війни у 2022 році.

В подкастах можна вибудовувати наративи подібні до тих, що використовуються в документальному або ігровому кіно: інтро, зав'язка, розвиток подій, кульмінація, розв'язка, висновок. Завдяки монтажу, музичному оформленню та здатності чітко висловлювати думки, створюється атмосфера сповнена емоцій. Подкаст стає «аудіофільмом», який оживає в

уяві слухача. Таким чином, нові способи сприйняття розширюють можливості журналістського матеріалу - не лише через текст, а й через голос, звук, ритм.

Мій творчий проєкт – серія подкастів «Бізнес на межі: як українські підприємці тримаються в часи нестабільності» – приклад саме такого журналістського підходу (рис.1).

За основу свого проєкту я взяла історії людей, представників малого бізнесу – ювелір, власниця кав'ярень, дизайнерка жіночого одягу, а також психологиня, яка пояснює, як в умовах невизначеності стан бізнесу позначається на психічному здоров'ї підприємців та працівників. У кожному епізоді є елементи особистої історії, соціальних умов, кваліфікованої оцінки та живі почуття.

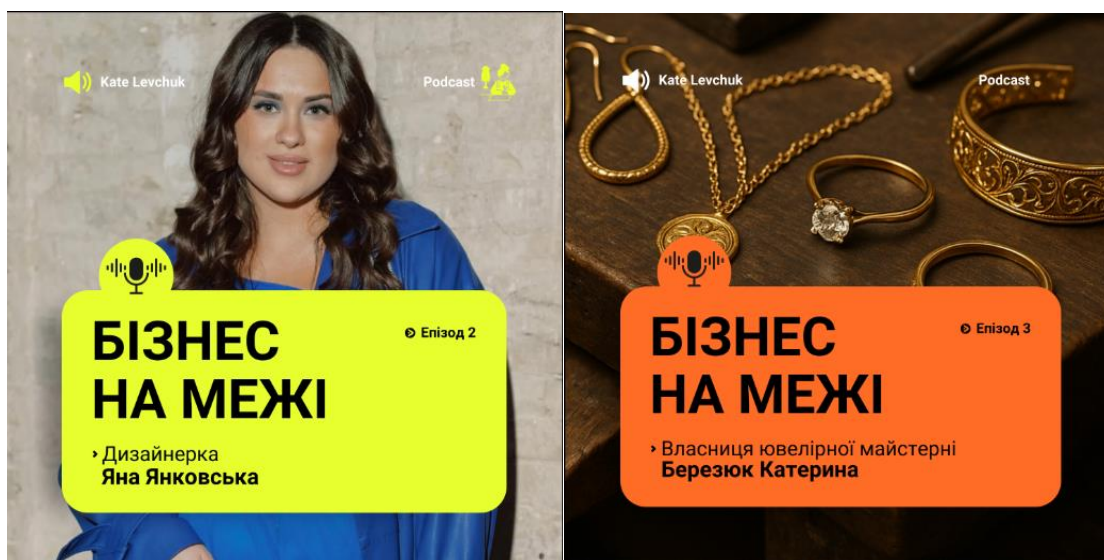


Рис . 1. Обкладинка до серії подкастів «Бізнес на межі»

Отже, подкасти - це не тільки медійний формат, а й сучасна журналістська практика, що поєднує документальність, публіцистичність, емпатію та глибину змісту. В умовах війни, економічної турбулентності та суспільних перетворень саме подкасти дають можливість зберегти живі голоси українського малого бізнесу - як він тримається, змінюється, помиляється і бореться за виживання.

1.2. Обґрунтування проєкту

Ідея започаткувати серію подкастів "Бізнес на межі: як українські підприємці тримаються в часи нестабільності" виникла як реакція на потребу суспільства у справжніх, відвертих та вичерпних розповідях про виживання, пристосування та віру в краще. З початком повномасштабного вторгнення у 2022 році український бізнес стикнувся з небаченими до цього викликами: зруйновані логістичні шляхи, втрата ринків збуту, вимушене переселення, економічна нестабільність, психологічне виснаження. Незважаючи на це, малий бізнес не тільки не зник – він, навпаки, часто стає основою для місцевих громад, джерелом взаємної підтримки та новаторства.

Українські медіа рясно говорять про героїзм воїнів, про світову політику, про відбудову інфраструктури. Але меншою мірою висвітлюється досвід тих, хто щоденно б'ється за виживання власної справи – кав'ярень, студій, майстерень. Саме в їхніх оповідях – жива тканина суспільства, зміни на рівні «маленьких» людей, які творять велику країну.

Метою мого проєкту було зафіксувати ці оповіді у форматі, який сприяє глибокому емоційному залученню – подкасту. Цей жанр забезпечує близькість бесіди, надає змогу відчувати інтонації, перерви в мовленні, сльози, посмішки – все те, що створює відчуття справжньої присутності. Завдяки усному мовленню слухач отримує не просто відомості, а досвід, спільну прожиту історію.

Я обрала чотири теми й чотирьох героїв, які відображають різні аспекти ведення бізнесу в кризовий час:

- психологічна підтримка – бесіда з фахівцем про вплив стресу на власників бізнесу;
- авторська справа – інтерв'ю з майстринею ювелірних виробів, яка втримала майстерню попри втрату клієнтів;
- місцевий сервіс – досвід власниці кав'ярень, що стали місцями єднання для місцевих мешканців;

- креативна індустрія – розповідь дизайнерки, котра пристосувала виробництво до реалій сьогодення.

Кожен епізод - це не просто бесіда, а маленька оповідь з власною драматургією: виклики, вибори, почуття, сподівання. Я прагнула продемонструвати, що за економічними показниками та статистикою стоять реальні особистості з неповторним шляхом.

Цей проєкт важливий не лише як журналістська ініціатива. Він відіграє важливу суспільну роль, даруючи підтримку та насагу. Під час прослуховування подкастів інші підприємці мають змогу впізнати себе, знайти свіжі ідеї та відчувати єдність. Звичайні слухачі отримують глибше розуміння викликів, з якими стикаються ті, хто щодня створює робочі місця, розробляє продукти та надає послуги.

Таким чином, створення серії подкастів – це відповідь на актуальну потребу: не просто зберегти розповіді про український малий бізнес, а й донести їх у спосіб, що передає голос, емоції, гідність та віру в майбутнє.

1.3. Мета і завдання роботи

Метою дипломного проєкту є розробка серії подкастів, які через розповіді українських підприємців показують, як малий бізнес пристосовується до реалій війни, економічної кризи та психологічного напруження. Проєкт має на меті – зберегти голоси тих, хто, незважаючи на перешкоди, продовжує працювати, створювати, допомагати громадам та показувати приклад незламності.

Об’єкт дослідження – український бізнес в умовах виклику: війна, економічна нестійкість, глибинні суспільні зміни.

Предмет дослідження – формат подкасту як засіб для документального відображення досвіду підприємців у складні часи.

Завдання проєкту:

1. Дослідити специфіку подкастингу, як актуального формату журналістики: визначити жанрові характеристики, структурні особливості, технічні аспекти та специфіку сприйняття контенту слухачами.
2. Здійснити добір героїв для подкастів, які представляють різні сфери малого бізнесу (психологія, креативні індустрії, сфера обслуговування, ювелірна справа).
3. Записати чотири епізоди у форматі розширеного інтерв'ю, зосереджуючись на особистому досвіді героїв – їхніх переживаннях, прийнятих рішеннях, методах адаптації, силі.
4. Опрацювати аудіоматеріал: виконати монтаж, здійснити очищення звуку, а також додати вступну та завершальну частини до кожного епізоду, використовуючи авторський стиль.
5. Підготувати інформативну та візуальну складову кожного подкасту: розробити назву, написати супровідний текст, створити обкладинку.
6. Здійснити аналіз впливу таких медіапродуктів на аудиторію враховуючи відгуки, коментарі та дані про прослуховування.
7. Обґрунтувати важливість збереження голосів представників малого бізнесу, адже вони є невід'ємною частиною колективної історії України в умовах військового часу.

Проєкт єднає журналістику, створення аудіоконтенту та соціальну свідомість. Кожен випуск подкасту – це не тільки спосіб донесення фактів, а й інструмент терапії, співчуття та підтримки. Через щирі бесіди та живий голос підприємців, слухачі мають можливість усвідомити: бізнес – це не просто фінанси, а й цінності, стійкість та людськість.

1.4 Специфіка аудиторії

Серія подкастів «Бізнес на межі: як українські підприємці тримаються в часи нестабільності» спрямована на велику, але чітко визначену аудиторію. Це люди, яким важливі справжні історії, чесна журналістика та розуміння того, що відбувається в українському суспільстві в умовах війни.

- Діючі підприємці та підприємниці віком від 25 до 50 років. Мова йде про тих, хто вже створив власну справу або ж керує бізнесом, працюючи у сфері послуг, торгівлі, виробництва або креативних індустрій. Вони прагнуть реального досвіду від своїх колег, шляхів адаптації до умов війни, а також шукають практичні рішення, які дійсно працюють у скрутних обставинах.
- Майбутні бізнесмени – молоді люди віком від 18 до 25 років, що відчують зацікавленість до світу підприємництва та досягнення фінансової свободи. Для цієї аудиторії подкаст виступає не просто джерелом знань, а й потужним мотиватором, що надихає історіями тих, хто не зупинився перед труднощами, а обрав шлях дій.
- Люди, які зазнали змін у зайнятості або втратили роботу через війну – аудиторія віком 25–45 років, яка перебуває у пошуку нових можливостей або ж розпочинає власну справу «з нуля». Її цікавлять практичні приклади: як відкрити бізнес, не маючи значних капіталовкладень, як віднайти власну нішу на ринку, та як протистояти професійному вигоранню.
- Фахівці в галузях креативної сфери – фотографи, дизайнери, майстри краси, копірайтери, архітектори та інші. Вони охоче знайомляться з новим досвідом, стежать за трендами, відчують потребу дізнатися про досвід людей зі схожими труднощами й питаннями.
- Чоловіки та жінки, котрі зацікавлені в особистих історіях, представлених у медіа – незалежно від їхніх професій, частина аудиторії складається з людей, що віддають перевагу подкастам як

формату. Їм до душі глибокі, сповнені емоцій та правдиві оповіді, котрі дають змогу спостерігати за життям інших зблизька.

- Студенти гуманітарних спеціальностей – зокрема ті, хто вивчає журналістику, медіакомунікації чи психологію. Подкаст для них є прикладом якісного сучасного аудіоконтенту, а також він слугує джерелом інформації про актуальні суспільні явища та особливості медіарозповіді в умовах війни.

Отже, слухачі подкасту – це широке коло людей різного віку, гендеру, професій та життєвого досвіду. Їх поєднує спільна потреба у відвертому, змістовному та людяному контенті про труднощі та витривалість у підприємництві. Формат живого інтерв'ю, дає змогу ділитися справжніми історіями, що зрозумілі багатьом.

1.5. Технічні і програмні засоби

Для створення серії подкастів «Бізнес на межі: як українські підприємці тримаються в часи нестабільності» запис інтерв'ю було проведено за допомогою диктофону на мобільному телефоні. Цей метод запису надав мобільність та можливість зберігати розмови в різних місцях без додаткового спеціалізованого обладнання.

Після завершення запису аудіоматеріалу вони були перенесені на комп'ютер. Це було зроблено з метою подальшої обробки та монтажу використовуючи програму Audacity (рис. 3) – це безкоштовний аудіоредактор з відкритим кодом. Програма дозволяє ефективно редагувати звук, поліпшувати його якість, видаляти шуми та з'єднувати між собою аудіодоріжки, що було важливо для створення професійного подкасту.



Рис. 3 Програма Audacity

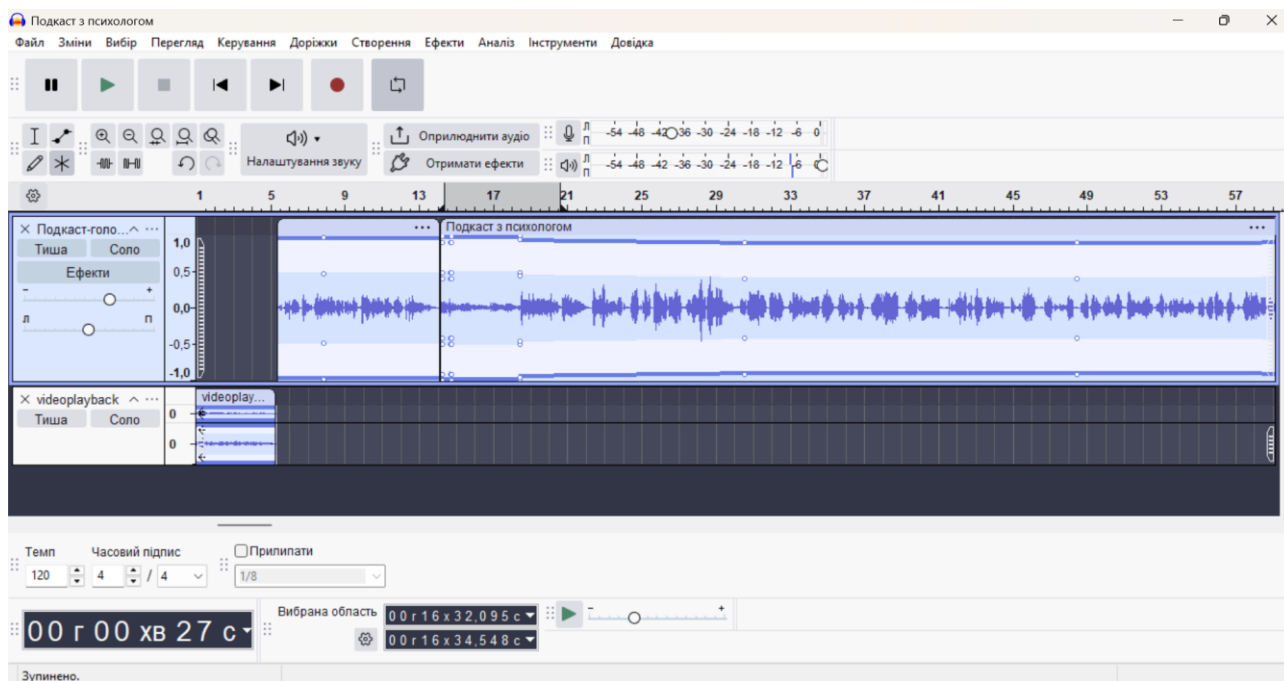


Рис. 4 Вікно звукового редактора Audacity

Використання мобільного диктофону разом з Audacity (рис. 4) дозволило створити аудіоконтент високої якості, витрачаючи мінімум часу й ресурсів, зберігаючи при цьому природне звучання голосу та атмосферу спілкування.

Для розробки дизайну обкладинок подкастів було застосовано онлайн-сервіс Canva (платна версія – Canva Pro), що забезпечує розширені можливості для графічного оформлення (рис.5). Завдяки доступу до преміум-шрифтів, зображень, ілюстрацій та шаблонів, а також функціям збереження фірмового стилю, стало можливим створити візуально привабливі й професійні обкладинки, адаптовані до вимог соціальних мереж та платформ

для подкастів. Інтуїтивний інтерфейс сервісу дав змогу ефективно втілити дизайнерську складову проєкту.

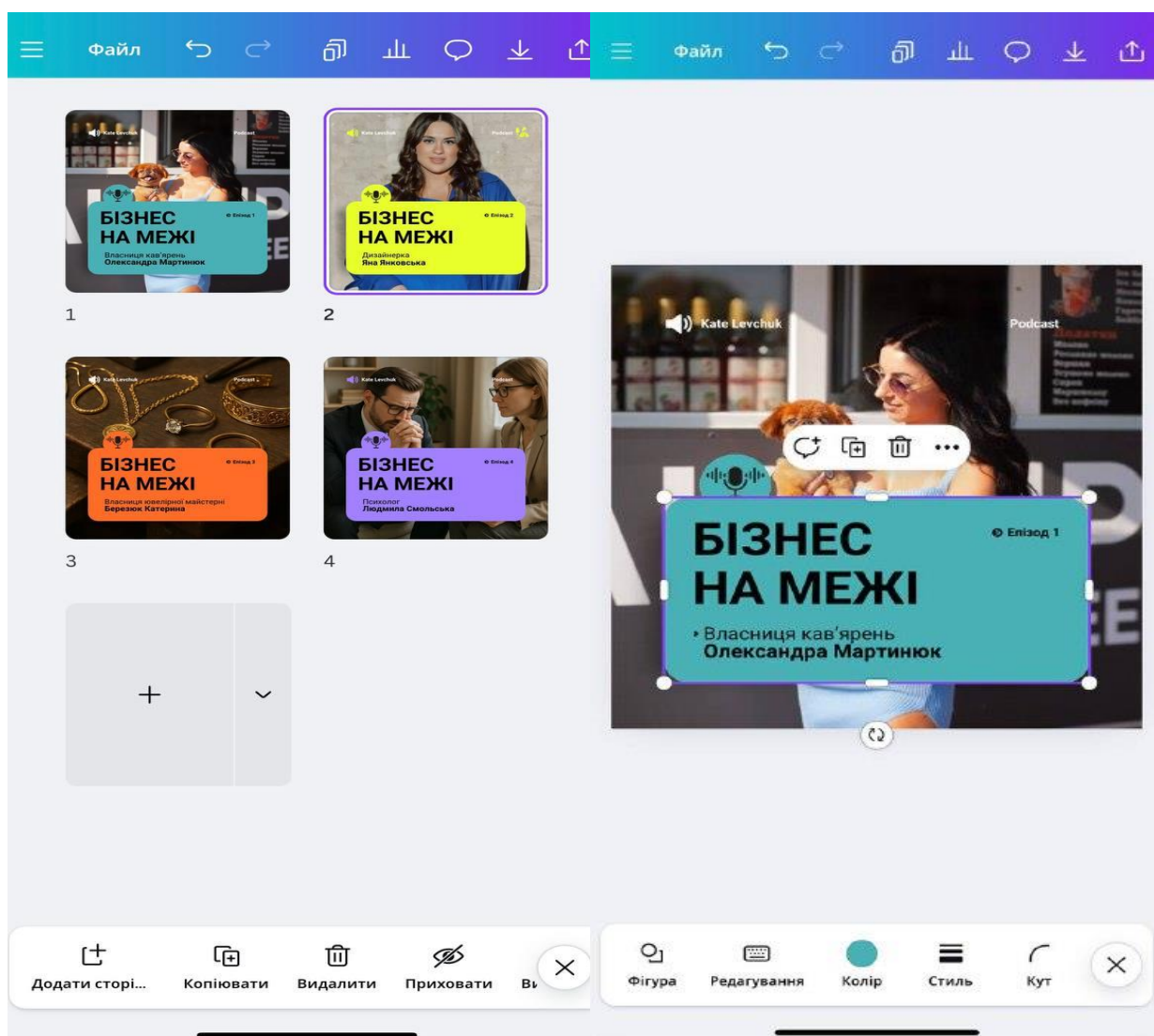


Рис. 5 Вікно графічного редактора Canva

1.6. Сфера застосування

Проєкт «Бізнес на межі: як українські підприємці тримаються в часи нестабільності» у форматі серії подкастів має широке застосування в журналістиці, бізнес-комунікаціях, освітній сфері та медіапросторі.

По-перше, подкасти виступають як засіб журналістського висвітлення ключових проблем малого та середнього бізнесу в умовах нестабільності, сприяючи донести слухачам реальні історії та досвід українських підприємців.

По-друге, подкасти можуть стати в нагоді безпосередньо для самих підприємців, які прагнуть отримати корисні поради, заряд мотивації та психологічну підтримку. Записи з експертами різного профілю - від психолога та ювеліра до власниці кав'ярні та дизайнерки – вдало поєднують теоретичні знання з практичним досвідом.

По-третє, цей матеріал може застосовуватися в освітніх цілях, зокрема у навчальних програмах журналістики, підприємництва та медіакомунікацій, як зразок сучасного медіаформату подкастів та способу роботи з темами, що мають суспільне значення.

Для розповсюдження подкастів обрана платформа AudioCom, що забезпечує зручний доступ до аудіоматеріалів широкій аудиторії, сприяючи популяризації теми бізнесу в Україні та формуванню розуміння економічних викликів.

Отже, проєкт охоплює широке коло напрямків – від інформаційно-аналітичної діяльності журналістів до підтримки підприємницької діяльності та освітніх програм.

1.7 Висновки

Дипломний проєкт «Бізнес на межі: як українські підприємці тримаються в часи нестабільності» став результатом комплексного дослідження та медіапрезентації актуальної теми українського підприємництва в умовах соціально-економічних викликів. Втілення проєкту у форматі серії подкастів відкрило шлях не тільки до відтворення реальних історій бізнесменів, а й дало можливість розглянути різні аспекти адаптації, виживання та розвитку бізнесу під час кризових періодів.

Однією з вагомих переваг подкастів як медіаформату є їхня доступність та адаптивність. Вони дають змогу передати цінну інформацію у зручному аудіоформаті, що відповідає сучасним тенденціям споживання контенту. У рамках проєкту було записано чотири подкасти з представниками різних галузей: психологом, ювеліром, власницею кав'ярні та дизайнеркою

жіночого одягу. Такий різносторонній підхід дозволив охопити як психологічні, так і практичні, творчі та бізнесові аспекти виживання під час нестабільності.

Психологічна складова, висвітлена у першому подкасті, наголосила на важливості емоційної стійкості, внутрішньої мотивації та підтримки у складні часи. Цей аспект є надзвичайно важливим для підприємців, оскільки криза, нестабільність та невизначеність суттєво впливають на психологічний стан людини, що, у свою чергу, позначається на прийнятті рішень і ефективності бізнесу. Допомога психолога в проєкті сприяла кращому розумінню способів боротьби зі стресом і тривогою, що є невід'ємною частиною сучасного бізнес-середовища.

Другий та третій випуски подкасту, де в ролі спікерів були ювелір та власниця кав'ярні, розкрили труднощі, з якими зіштовхуються підприємці у повсякденному житті: пошук нових каналів збуту, оптимізація витрат, інновації у продуктах і послугах, а також збереження лояльності клієнтів. Їхні розповіді підкреслили, що гнучкість мислення та креативність є одними з ключових факторів, що допомагають бізнесу утриматись на плаву в умовах нестабільності.

Четвертий епізод подкасту з дизайнеркою жіночого одягу відкрив надзвичайний погляд на розвиток творчого бізнесу в кризові часи. Вона розповіла про власний досвід, як поєднувати креативність із практичністю, пристосуватися до змін на ринку та зберігати унікальний стиль бренду. Цей випуск розширив тематику проєкту, демонструючи, що навіть в непрості часи можна розвивати бізнес, спираючись на інновації та творчість.

Проєкт довів, що українські підприємці, попри низку викликів – економічну нестабільність, політичне напруження, воєнні дії, – вміють знаходити нові шляхи розвитку, адаптуватися до змін та зберігати позитивний настрій. Подкасти стали платформою для висловлювання живих голосів бізнесу, де кожен спікер ділився не лише успіхами, а й труднощами, що робить проєкт максимально наближеним до реального життя.

Використання цифрової платформи AudioCom для розміщення подкастів надало широкі можливості та перспективи для поширення контенту та охоплення різноманітної аудиторії. Це зробило проєкт доступним для слухачів різного віку, професійної належності та інтересів. Окрім того, подкасти можуть слугувати джерелом інформації та натхнення для інших підприємців, котрі шукають підтримки та ідей у складних економічних умовах.

Серед ключових цілей проєкту було поєднання журналістських методів збору та аналізу інформації з практичними історіями реальних людей. Такий підхід допоміг забезпечити високу інформаційну цінність та емоційну залученість аудиторії, що є важливими складовими успішної журналістики.

Проєкт відкриває перспективи для подальшого вдосконалення: збільшення кількості епізодів, залучення нових спеціалістів з різних галузей бізнесу й медицини, що дасть змогу глибше й комплексно досліджувати тему підприємництва в умовах кризи. Також є можливість використовувати матеріали проєкту у навчальних планах для студентів журналістики та підприємництва, що сприятиме кращому усвідомленню взаємозв'язку між медіа та економікою.

Отже, серія подкастів «Бізнес на межі» стала не лише творчим та інформаційним проєктом, але й платформою для спілкування, що допомагає долати бар'єри в складні часи, надає підтримку малому бізнесу та сприяє розвитку громадянського суспільства. Вона демонструє, що навіть в умовах нестабільності можливо залишатися активним, винахідливим та досягати успіху, якщо знаходити правильний підхід і не втрачати віри у власні можливості.

Список використаних джерел

1. Нестелєєв М. Слухати всім: чи можливий усеукраїнський подкаст?
<https://tyzhden.ua/slukhaty-vsim-chy-mozhlyvyj-useukrainskyj-podkast/>
2. Косович Б.І., Дмитрук В.О. Ризики розвитку малого підприємництва в сучасних умовах глобалізації. *Економіка та держава*. 2020. № 5. С. 88 –92.
3. Василець, Н.М. Наукові підходи до розвитку малого бізнесу в умовах війни. Науково-освітній інноваційний центр суспільних трансформацій: колективна монографія. 2020. 110–121.
URL:<https://doi.org/10.54929/monograph-02-2022-01-082>
4. Харченко Р.В. Проблеми та перспективи розвитку малого бізнесу в Україні. *Бізнес-інформ*. 2022. N 8. С. 81 –87.
5. Руденко С., BBC. Подкастинг — це те, що під каструлю?
https://www.bbc.com/ukrainian/multimedia/2010/05/100525_podcasting_on
6. Скороход І. С., Власенко Т. О., Сукачова С. М. Стратегії адаптації малого та середнього бізнесу до цифрової економіки. *Здобутки економіки: перспективи та інновації*. 2024. №12.
<https://econp.com.ua/index.php/journal/article/view/188>
7. Гринько Т., Гвініашвілі Т., Тімар В. Особливості впровадження інновацій в малому бізнесі в умовах діджиталізації . *Економіка та суспільство*. 2024. №61.<https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/3742>
8. Струтинська І. Малий та середній бізнес у реалізації концепції розвитку цифрової економіки України . *Сталий розвиток економіки*. 2023.
<https://economdevelopment.in.ua/index.php/journal/article/view/89>
- 9.Бровко Л. Інновації: цифрова революція в журналістиці. *Press Association*. 2023. <https://pressassociation.org.ua/ua/innovaczi%D1%97-czifrova-revolycziya-v-zhurnalisticzi/>