

Міністерство освіти і науки України
Таврійський національний університет імені В. І. Вернадського
Навчально-науковий інститут філології та журналістики
Кафедра слов'янської філології та журналістики

Кваліфікаційна робота
**Авторський журналістський проєкт «Як розвивається український
бізнес за кордоном. Жешув, Польща» (серія відеоінтерв'ю)**

Осадчої Ганни Андріївни,

студентки IV курсу, групи 061-206

спеціальність: 061 Журналістика

ступінь вищої освіти: БАКАЛАВР

Науковий керівник:

Семенець Олена Олександрівна,

доктор філологічних наук, професор,

професор кафедри журналістики

Кількість балів: _____ Оцінка: ECTS _____

Члени комісії: _____ (підпис)
_____ (ініціали, прізвище)

_____ (підпис) (ініціали, прізвище)

_____ (підпис) (ініціали, прізвище)

Київ – 2024

ЗМІСТ

1. ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА.....	3
1.1. Обґрунтування проєкту.....	3
1.2. Теоретична база.....	7
1.3. Мета й завдання роботи.....	9
1.4. Джерела фактів.....	9
1.5. Технічні і програмні засоби.....	10
1.6. Сфера застосування.....	10
1.7. Структура продукту.....	11
2. СПЕЦИФІКАЦІЯ.....	14
2.1. Відеоряд та музичний супровід.....	14
2.2. Зображення.....	14
ВИСНОВКИ.....	16
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ.....	18
ДОДАТКИ.....	23
АНОТАЦІЯ.....	40

1. ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

1.1. Обґрунтування проєкту

Актуальність роботи зумовлена тим, що від початку повномасштабного вторгнення Росії на територію України велика кількість наших громадян знайшла собі прихисток у різних куточках світу, де продовжила розвивати та засновувати нові українські бізнеси. Більшість наших співвітчизників переїхала до Польщі. Згідно з інформацією Міністерства внутрішніх справ та адміністрації Польщі, станом на липень 2023 року у Польщі перебувало понад 1,2 мільйона громадян України [17]. За даними Польського економічного інституту від липня 2023 року, 67% від усіх нових іноземних бізнесів у Польщі відкрили саме українці [20]. Враховуючи актуальність цих фактів, було вирішено створити медійний проєкт, який наразі є актуальним для українців.

Тема авторського проєкту – розвиток українського бізнесу за кордоном після початку повномасштабного вторгнення. У проєкті висвітлюються питання ідеї створення бізнесу за кордоном, складнощів, з якими довелося зіштовхнутися українським підприємцям, сприйняття місцевих мешканців, розвиток та плани на майбутнє.

Для реалізації творчого проєкту обрано ефективний **формат подання матеріалу** – відеоінтерв'ю. Нині в інформаційному просторі українців нарешті починає з'являтися українськомовний контент. На жаль, ще не у таких великих масштабах як хотілося б, але ми рухаємося у правильному напрямку та створюємо підґрунтя для майбутніх поколінь. Саме тому був обраний формат відеоінтерв'ю, який частково зможе задовольнити потреби українців у заміщенні подібного російськомовного контенту – українськомовним на популярному відеохостингу YouTube.

Новизна роботи зумовлена особливостями медіапростору України.

Щодня споживачів українськомовного контенту стає все більше. За даними соціологічного дослідження «Культурні практики населення України в умовах війни», яке провела громадська організація «Демократичні ініціативи молоді» за підтримки Українського культурного фонду, станом на листопад 2023 року 62% українців повністю припинили споживати контент російською мовою [4]. Зараз надзвичайно важливо випускати українськомовні продукти та заміщувати ними російськомовні, аби споживачів контенту ставало більше.

Після ретельного аналізу **конкурентного середовища** ми змогли зрозуміти, чим могли би відрізнитися від конкурентів, що нового можемо дати споживачам подібного контенту та чим зацікавимо нову аудиторію.

Повномасштабне вторгнення Росії на територію України викликало хвилю вимушених переселень українців. За даними національної ради з відновлення України від наслідків війни, понад 10 млн українців (приблизно 25% населення) покинули свої домівки, у тому числі 7,5 млн виїхали за кордон [5, с. 4]. У дослідженні програми розвитку ООН від лютого 2024 року зазначається, що 64% українських мікро-, малих і середніх підприємств призупинили або повністю закрили діяльність після початку широкомасштабної збройної агресії РФ. Однак 84% підприємців, які призупинили свою роботу на початку 2022 року, впродовж 6 місяців після цього змогли частково відновити її. Станом на жовтень 2023 року 9,6% підприємців, які призупинили свою діяльність, досі мають ризики втратити бізнес, проте цей показник значно зменшився у порівнянні до червня 2022 року, коли він становив 46,8%. У звіті також зазначається, що, незважаючи на війну, підприємства змогли успішно адаптуватися до ситуації й зберегти фінансову стабільність. Більшість компаній звітують про пов'язані з війною фінансові втрати у розмірі до 100 тисяч доларів. При цьому вони не планують скорочувати персонал, «вбачаючи в людському ресурсі передумову для поступового відновлення економіки у 2024 році» [16, с. 9-32].

Незважаючи на великий стрес, пов'язаний із пережитими подіями в Україні, адаптацією в інших країнах, незнанням мови, вже за рік про стрімкий розвиток українського бізнесу заговорили й у Польщі. За даними міністерства внутрішніх справ та адміністрації Польщі від липня 2023 року, понад 1 млн і 200 тисяч українців перебувало на той час у країні [17]. Згідно з інформацією Польського економічного інституту, у 2022 році українці відкрили в Польщі близько 16 000 ФОПів, а у першому півріччі 2023-го їх було майже 14 000. Майже кожна десята компанія, створена в Польщі, була українською. Також зазначається, що від липня 2023 року 67% від усіх нових іноземних бізнесів у Польщі відкрили саме українці [20]. І це не дивно, адже бізнес активізувався, а експортерами стали ті, хто ніколи цим не займався. Серед компаній, які почали експортувати або вийшли на польський ринок після 24 лютого 2022 року, можна побачити: «Геотерм.Про», «Зірка будівництва», «Львівські круасани», «Dnipro-M», «Ninja Sushi», «Rozetka», «Нова пошта» та інші [3]. Локальні польські медіа звісно ж розповідають про відкриття українських проєктів, великих впізнаваних мереж, зокрема у столиці.

А чи розповідають про відкриття, розвиток українських бізнесів поза столицю? Розберемося на прикладі міста Жешув, що розташовується на південному сході Польщі. Мовник Halo Rzeszów за час повномасштабного вторгнення Росії на територію України надав інформацію лише про один український бізнес у Жешуві – продуктовий магазин з українськими товарами «Best from Ukraine» [18]. Місцеве медіа TVP3 за зазначений період опублікувало три інтерв'ю. Два з них – розповідь про пані Анастасію, біженку з Дніпра, яка відкрила маленьку цукерню для благодійного ярмарку «Солідарні з Україною» [22, 23]. Усі виручені кошти з нього передавалися на фонд «Повернись живим». Третій матеріал – історія жінок з Івано-Франківська, які відкрили цех з виробництва напівфабрикатів та домашньої їжі у Жешуві [26]. Propertynews виділили кілька рядків для новини про відкриття нової пекарні

«Львівських круасанів» у Жешуві [19]. Маріуш Тивонюк, керуючий партнер юридичної компанії Tuwoniuk & Partners, директор Центру ринкового аналізу Польсько-української господарчої палати, для медіа UPMR розповів про відкриття «П'яної вишні» у місті та про свої враження від цього закладу [24].

Проаналізувавши медіа, які публікують матеріали за темою розвитку українського бізнесу у Польщі, ми можемо зробити висновок, що частіше за все розповідається про загальні статистичні дані щодо цього питання або ж про відкриття вже доволі відомих українських компаній. Проте рідко зустрічається інформація із місцевих медіа щодо заснування локальних, невеликих українських бізнесів у містах Польщі, зокрема й у досліджуваному нами Жешуві. Насправді ж українських підприємців у місті набагато більше, ніж зазначено у матеріалах вище.

Ідейно-смісловий задум роботи полягає передусім у популяризації українськомовного контенту. Крім того, у мотивації та підтримці українців при створенні нових бізнесів за кордоном, адже розповідається про те, як розпочати справу, які є труднощі, щоб у майбутньому наші співвітчизники не допустили помилок.

Отже, ідеєю кваліфікаційної роботи було створити унікальний українськомовний контент про розвиток українського бізнесу за кордоном, який вирізнятиметься серед контенту подібного формату та заміщуватиме російськомовні продукти.

Назва YouTube каналу Osadcha – від прізвища авторки. У назві самих відеоінтерв'ю хотілося дати конкретику та чітке розуміння, про що відео. Тому серія відеоінтерв'ю має назву «Як розвивається український бізнес за кордоном | Жешув, Польща» та для відокремлення розподіляється на частини.

1.2. Теоретична база

Теоретична база проекту складається із публікацій медіа, які стосуються теми українських біженців за кордоном, статистичних даних щодо кількості бізнесів, відкритих українцями за кордоном, інтерв'ю та новин щодо відкриття підприємницької діяльності у Польщі та безпосередньо у місті Жешув.

Зокрема, були опрацьовані: дані соціологічного дослідження «Культурні практики населення України в умовах війни», яке провела громадська організація «Демократичні ініціативи молоді» [4], дослідження програми розвитку ООН від лютого 2024 року [16], дані національної ради з відновлення України від наслідків війни [5], дані міністерства внутрішніх справ та адміністрації Польщі [17], статистична інформація Польського економічного інституту [20], статистична інформація порталу Dou.eu щодо того, скільки IT фірм відкрили українці у Польщі після початку повномасштабного вторгнення [21]. Також опрацьовувалися умови для відкриття бізнесу українцями у Польщі на інформаційно-послуговому сервісі Biznes.gov.pl [15], дослідження Center for Innovations Development «Стан та потреби бізнесу в умовах війни: результати дослідження в червні 2023 року» [10]. Серед новинних матеріалів: Forbes «Українська хвиля. Знайомтеся: 40 вітчизняних компаній, які вперше вийшли на міжнародні ринки під час війни» [3], Forbes «Секс-шоп з України в центрі Барселони. Війна змусила українських підприємців відкривати франшизи в Європі. Як вони планують будувати там бізнес» [14], Хмарочос «Через війну українські бізнеси почали масово відкриватися в Європі» [11], Економічна Правда «Бізнес під час війни: скільки підприємців почали працювати “на закордон”» [2], hromadske «Що змінилося для українського бізнесу в Польщі та на що очікувати далі» [13], Halo Rzeszów «Rzeszów. Sklep “Best from Ukraine” – najlepsze z Ukrainy?» [18], TVP3 «Przedsiębiorcze Ukrainki założyły w Rzeszowie

własną firmę» [26], «"Solidarni z Ukrainą". Charytatywny kiermasz dla ukraińskich żołnierzy» [22, 23], Propertynews «Nowy punkt Lviv Croissants pojawił się w Rzeszowie» [19], UPMP «Dla tych, którzy poczuli kiedykolwiek smak Lwowa» [24].

Крім того, використовувалися матеріали із попереднього курсу на базі університету «Реклама» для створення дизайну обкладинок відео, шапок каналу та сторіс (стаття Сухорукової Л. «Дизайн візуальних комунікацій: основні поняття та особливості» [12], уривки з книги Синєпухової Н. «Композиція: Тотальний контроль» [9], а також стаття інтернет-ресурсу Cases.media «Робота з кольором в дизайні» [6] та відеоуроки «Uknow School [1, 7, 8]» для покращення навичок дизайну та ознайомлення із додатковими можливостями у Figma).

Загалом роботу над серією відеоінтерв'ю було поділено на такі етапи:

- вересень 2023 р. – створення й затвердження назви і теми кваліфікаційної роботи, пошук попередніх ідей для проєкту;
- жовтень 2023 р. – підготовка до практичної роботи: збирання й опрацювання теоретичних відомостей, пошук техніки для зйомок, вивчення програм, завдяки яким створювався проєкт, пошук підприємців, які відкрили бізнес за кордоном після початку повномасштабного вторгнення Росії на територію України.
- листопад 2023 – квітень 2024 р. – зйомки інтерв'ю, редагування матеріалу, створення обкладинок, додаткових описів.
- березень – травень 2024 р. – публікація та промоція відео.
- кінець квітня – початок травня 2024 р. – завершення роботи над теоретичною частиною кваліфікаційної роботи.

Отже, результатом роботи стало створення якісного медійного продукту, націленого на популяризацію українськомовного контенту, шляхом публікації серії коротких відеоінтерв'ю на актуальну тему, яка зацікавить як українців за кордоном, так і тих, хто перебуває безпосередньо в Україні.

1.3. Мета й завдання роботи

Метою роботи є популяризація українськомовного контенту, мотивація та підтримка українців, які перебувають на території Польщі, у створенні нових бізнесів за кордоном, адже розповідається про те, як розпочати справу, які є труднощі, щоб у майбутньому наші співвітчизники не допустили помилок.

Формулювання мети роботи зумовило виокремлення таких **завдань**:

1) опрацювання теоретичних матеріалів, які стосуються демографічних та економічних статистичних даних, інформації щодо відкриття нових українських бізнесів за кордоном, а також тем дизайну та реклами;

2) висвітлення перспектив та викликів, пов'язаних із відкриттям бізнесу за кордоном;

3) створення цікавого та візуально привабливого медійного продукту;

4) набуття практичних навичок візуального оформлення, редагування та промоції відеоматеріалів, застосування цих навичок та вдосконалення;

5) набуття досвіду щодо підготовки, створення й поширення власного медійного продукту на професійному рівні.

Об'єктом дослідження у кваліфікаційної роботи є тенденції активного розвитку українського бізнесу за кордоном.

1.4. Джерела фактів

Використовувалися новинні ресурси для пошуку інформації щодо відкриття українських бізнесів у місті Жешув. Також опрацьовувалися статистичні дані щодо кількості українських переселенців за кордоном та безпосередньо у Польщі, частки відкриття українцями бізнесів у цій країні,

ситуація із українськими підприємцями в Україні від початку повномасштабного вторгнення.

Основними джерелами фактів у відеоінтерв'ю стали українські підприємці за кордоном та їхній власний досвід ведення підприємницької діяльності як у Польщі, так і в Україні.

1.5. Технічні і програмні засоби

Кваліфікаційний проєкт реалізовано на ноутбучі «Macbook Air 2020» та смартфонах «Iphone 12 mini» і «Iphone 13 Pro Max». Для запису звуку використовувались бездротові петличні мікрофони UFT TCM2.

Було використано декілька програм для дизайну та редагування відео, а також онлайн ресурси, серед яких: «Figma» (дизайн), «Canva» (дизайн кінцевої заставки відео), «Uicolors.app» (гармонійне поєднання кольорів), «Freerik» (пошук безкоштовних зображень для заднього фону фотографій), «Snapedit.app» (покращення фото та видалення фону на фото), «Remove.bg» (сайт для видалення фону на фото) та «Inshot» (відеоредактор).

Для написання матеріалів залучено текстовий редактор «Google Docs», публікація відбувалась на відеохостингу «YouTube». Промоцію матеріалів реалізовано в соціальних мережах «Instagram» і «Facebook», а також у месенджері «Telegram».


1.6. Сфера застосування

Потенційною аудиторією для використання журналістських матеріалів проєкту «Як розвивається український бізнес за кордоном. Жешув, Польща» є українські біженці, які перебувають за кордоном через збройну агресію Росії (починаючи від 2014 року), мігранти або люди, які тільки планують переїжджати в іншу країну. У рамках мого проєкту цією країною є Польща та

безпосередньо місто Жешув.

Також контент з цього проєкту може бути потенційно корисним людям, які просто хочуть отримати заміну подібному російськомовному продукту або ж більше споживати українськомовний контент.

Усі запрошені гості проєкту розповідають про відкриття бізнесу в абсолютно різних сферах, тому споживачі або ж потенційні споживачі контенту мають приклади різного життєвого досвіду. Завдяки цьому аудиторія нашого проєкту розширюється.

Готовий медійний продукт опубліковано на YouTube-каналі OSADCHA, промоція відбувалась через особисту сторінку в Instagram, Facebook та телеграм-канал «Українці  в Жешув Rzeszów». Варто зазначити, що останній спосіб промоції орієнтується саме на нашу потенційну цільову аудиторію, адже на цей телеграм-канал підписані українці, які перебувають у досліджуваному нами місті – Жешуві.

1.7. Структура продукту


Серія відеоінтерв'ю «Як розвивається український бізнес за кордоном. Жешув, Польща» складається з 5 частин. Загальний таймінг – 40 хвилин. Використовується метод наративного інтерв'ю, в якому задається лише загальний напрям очікуваної відповіді. Відео розпочинаються із невеликої розповіді інтерв'юера про гостя, чим він займається та який має бізнес. Далі безпосередньо гість розповідає свою історію, орієнтуючись на загальні питання, поставлені інтерв'юером поза кадром. До них належать:

- 1) Чому вирішили розпочати підприємницьку діяльність за кордоном?
Чому обрали саме Польщу для відкриття вашого проєкту?
- 2) Чому вирішили обрати такий напрямок для ведення підприємницької діяльності? Як з'явилася ця ідея?

- 3) Чи був у вас раніше досвід у створенні подібних або альтернативних проєктів? Чи вдалося розвинути їх? Що стало причиною закриття проєкту?
- 4) З якими складнощами довелося зіштовхнутися впродовж ведення вашої підприємницької діяльності? Чи були вони взагалі?
- 5) Як швидко вдалося знайти цільову аудиторію? Якими способами залучали нових клієнтів? Як дізнавалися про ваш проєкт?
- 6) Як відреагували місцеві мешканці на відкриття вашого проєкту? Можливо, були якісь негативні відгуки або ж, навпаки, всі підтримали ідею і ваші починання?
- 7) Чи хотіли би розвивати свій проєкт далі та виходити на нові ринки? На які ринки хотіли би виходити? Чому не хотіли би виходити на нові ринки? У перспективі є можливість виходу на український ринок?
- 8) Чи плануєте також відкривати ще проєкти на території Польщі? Можливо, це буде розширення вашої мережі або ж абсолютно інші проєкти?

Відео закінчується закликком підписатися на канал, поставити вподобайку, написати коментар. Для кожного відео створюється окрема обкладинка із гостем, прописується унікальний опис до матеріалу – про що наш проєкт, коротка біографія гостя та запрошення до перегляду. Крім того, під кожен новий випуск розробляється інша шапка профілю на YouTube, куди з подальшими відео додається наступний гість та змінюється задній фон відповідно до сфери, у якій працює людина.

Для просування використовується Facebook (публікується короткий опис відео і посилання на нього в Youtube), Instagram (розроблюється дизайн фото у форматі історії для даної соцмережі, повідомляється про те, що випуск уже можна переглянути на YouTube, і додається посилання на нього), Telegram (у

телеграм-каналі «Українці  в Жешув Rzeszów» у форматі повідомлення публікується інформація про те, що знімається даний проєкт і додається заклик до перегляду з посиланням на канал).

2. СПЕЦИФІКАЦІЯ

2.1. Відеоряд та музичний супровід

Відеоінтерв'ю складається із вступного слова авторки проекту, у якому частково розкривається біографія героя випуску. Далі гість продовжує розповідати власну історію ведення підприємницької діяльності за кордоном. Упродовж інтерв'ю додаються вставки відео, у яких показується робоче місце, атмосфера, специфіка роботи (тобто робота з дітьми, виготовлення кондитерських виробів, перевірка справності товарів тощо).

У застосунку «Inshot» до відео додався музичний супровід. Використовувалися пісні, які безпосередньо є у цій програмі. Серед них:

1. TYLA – Water;
2. Silicon Estate – Deathly Hallows;
3. Music Unlimited – Let's Celebrate;
4. John Surman – Mevagissey;
5. FASSounds – Lofi Study.

Авторські права збережено, усі треки та виконавців позначено в описі під відео.

2.2. Зображення

Для проекту створювалися обкладинки для відео, шапки профіля та оформлення сторіс. Для покращення навичок дизайну та ознайомлення із додатковими можливостями графічного редактора Figma, були опрацьовані

відеоуроки на каналі «Uknow School» у YouTube. Як зазначає у своїй статті пані Л. Сухорукова: «Особливістю дизайну візуальних комунікацій є те, що наш зір дає нам саму найбільшу кількість інформації, а в масовому виробництві передача повідомлення за допомогою зорових, візуальних засобів є дуже ефективною» [12, с. 3]. Тому велика кількість часу приділялася поглибленню у сферу дизайну та відповідно його створенню.

Для заднього фону обкладинок використовувалися стокові фотографії з інтернет-ресурсу Freerik. Підбиралися виключно фото приміщень, характерних для сфери діяльності гостя (студія, склад, кухня тощо). Використовувалися також власні фотографії респондентів (які були погоджені з ними) та інтерв'юера для візуального розуміння того, хто присутній на відео і з ким пройде розмова. Завдяки сайту uicolors.app підбиралися гармонійні кольори, які б виглядали контрастно разом із фотографіями героїв випусків та одночасно привертати увагу глядачів. Також до обкладинок додавався текст-назва проекту, щоб було розуміння, яка тема порушується у відео.

Кожен випуск та сторіс мають унікальний дизайн обкладинки. Крім того, щовипуску змінюється і шапка профілю. З новим випуском на обкладинку шапки профілю додається наступний гість і змінюється задній фон залежно від сфери діяльності респондента.

ВИСНОВКИ

Отже, результатом кваліфікаційної роботи є реалізація поставленої мети та завдань. Зокрема, було створено цікавий медійний продукт, який розповідає про те, як розвивається український бізнес за кордоном після початку повномасштабного вторгнення Росії на територію України. Цим проектом ми також популяризуємо українськомовний контент, даємо мотивацію та підтримку українцям, які перебувають на території Польщі, у створенні нових бізнесів за кордоном.

Були опрацьовані теоретичні матеріали, які стосуються демографічних та економічних статистичних даних, інформації щодо відкриття нових українських бізнесів за кордоном, а також тем дизайну та реклами. Завдяки цьому вдалося поглибитися у досліджувану тему, з'ясувати те, про які бізнеси вже розповідали у місцевих медіа та які можна було б ще висвітлити. Теоретичні матеріали з тем дизайну та реклами допомогли розібратися у тому, як створити обкладинку, яка б привернула увагу глядача.

У відеоматеріалах висвітлювалися перспективи та виклики, пов'язані із відкриттям бізнесу за кордоном. Завдяки власним історіям наших героїв, підписники та зацікавлені особи можуть зробити для себе висновки щодо помилок, які були допущені або ж навпаки взяти до відома якісь конкретні поради та поліпшити їх.

Було набуто практичні навички візуального оформлення, редакції та промоції відеоматеріалів, їх застосування та вдосконалення. На нашу думку, саме завдяки цьому вдалося зібрати доволі непогані перегляди та реакції на відеоінтерв'ю.

Власне, також було отримано досвід щодо підготовки, створення й поширення власного медійного продукту на професійному рівні. Проект

загалом отримав позитивні відгуки від аудиторії, однак були зауваження щодо якості звуку. Вони взяті до відома та з подальшими випусками проблеми усунені.

Мету та завдання проекту було реалізовано успішно, публікація відеоматеріалів відбувалася згідно поставленого графіка, без порушень встановлених термінів виконання роботи.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Використання Стилів у Figma: текст, кольори та багато іншого. Урок 9. (Безкоштовний курс по Figma). *Uknow School*. 30.04.2023. URL: <https://youtu.be/DGRkDaHyX8Q?si=53wzNGsR-OHzP6jU> (дата звернення 02.10.2023)
2. Жарикова А. Бізнес під час війни: скільки підприємців почали працювати «на закордон». *Економічна Правда*. 2022. URL: <https://www.epravda.com.ua/news/2022/09/27/691914/> (дата звернення 25.02.2024).
3. Петрушко Л. Українська хвиля. Знайомтеся: 40 вітчизняних компаній, які вперше вийшли на міжнародні ринки під час війни. *Forbes*. URL: <https://forbes.ua/company/ukrainska-khvilya-znayomtesya-40-vitchiznyanikh-kompaniy-yaki-vpershe-viyshli-na-mizhnarodni-rinki-pid-chas-viyuni-22092023-16125> (дата звернення 22.11.2023)
4. Понад 60% українців повністю відмовилися від російськомовного контенту. *Укрінформ*. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-society/3783482-ponad-60-ukrainsciv-povnist-u-vidmovilisa-vid-rosijskomovnogo-kontentu.html> (дата звернення 12.02.2024).
5. Проект плану відновлення України. *Урядовий портал*. URL: <https://www.kmu.gov.ua/storage/app/sites/1/recoveryrada/ua/economic-recovery-and-development.pdf> (дата звернення 03.01.2024)
6. Робота з кольором в дизайні. *Cases*. URL: <https://cases.media/article/roбота-z-kolorom-v-dizaini> (дата звернення 13.09.2023)

7. Робота з текстом: шрифти, розміри та інтервали. Урок 8. (Безкоштовний курс по Figma). *Uknow School*. 30.04.2023. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=Ak9zmRFhEjQ&list=PL1OZf5cjTjbdMBF5gwd3tKSAXN6mD-h2k&index=10> (дата звернення 01.10.2023)
8. Робота із зображеннями у Figma. Урок 5. (Безкоштовний курс по Figma). *Uknow School*. 30.04.2023. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=ChR86-1QvrA> (дата звернення 01.10.2023)
9. Синєпулова Н. Основи візуальної комунікації. *Композиція: тотальний контроль. Як створити дизайн без візуального сміття*. Київ : ArtHuss, 2019. С. 9–19. URL: https://balka-book.com/files/2021/09_06/13_46/u_files_store_25_24440.pdf (дата звернення 20.09.2023)
10. Стан та потреби бізнесу в умовах війни: результати дослідження в червні 2023 року. *Center for Innovations Development*. 2023. URL: <https://cid.center/state-and-needs-of-business-in-war-conditions-research/> (дата звернення 25.02.2024).
11. Стасюк І. Через війну українські бізнеси почали масово відкриватися в Європі. *Хмарочос*. 2022. URL: <https://hmarochos.kiev.ua/2022/06/16/cherez-vijnu-ukrayinski-biznesy-pochaly-masovo-vidkryvayutysya-v-yevropi/> (дата звернення 25.02.2024).
12. Сухорукова Л. Дизайн візуальних комунікацій: основні поняття та особливості. *Дизайн-освіта 2009: сучасна концепція дизайн-освіти України*: зб. матеріалів міжнар. наук.-метод. конф. проф.-викл. складу і молодих учених в рамках V міжнар. форуму «Дизайн-освіта 2009». Харків, 2009. Ч. 1. С. 128–131. URL: <https://www.ksada.org/articles/suhorukova-article-04.pdf> (дата звернення 15.09.2023)

13. Трубенкова А. Що змінилося для українського бізнесу в Польщі та на що очікувати далі. *hromadske*. 2024. URL: <https://hromadske.ua/posts/sho-zminilosya-dlya-ukrayinskogo-biznesu-v-polshi-pislya-povnomasshtabnogo-vtorgnennya-ta-na-sho-ochikuvati-dali> (дата звернення 25.02.2024).
14. Штука Н. Секс-шоп з України в центрі Барселони. Війна змусила українських підприємців відкривати франшизи в Європі. Як вони планують будувати там бізнес. *Forbes*. URL: <https://forbes.ua/inside/seks-shop-z-ukraini-v-tsentri-barseloni-viyna-zmusila-ukrainskikh-pidpriemtsiv-vidkrivati-franshizi-v-evropi-yak-voni-planuyut-buduvati-tam-biznes-30052022-6232> (дата звернення 22.11.2023)
15. Як громадянин України може відкрити бізнес у Польщі. *Business in Poland*. URL: <https://www.biznes.gov.pl/en/portal/004145> (дата звернення 25.02.2024).
16. Assessment of the Impact of the War on Micro-, Small-, and Medium-sized Enterprises in Ukraine. *UNDP*. URL: <https://www.google.com/url?q=https://www.undp.org/ukraine/publications/assessment-wars-impact-micro-small-and-medium-enterprises-ukraine?fbclid%3DIwAR2UqHzWnyVtRONMuI7NZPGRsxYTre4Wdi0LVsxYZNCdaDTyVPeyI3cFEUg&sa=D&source=docs&ust=1714664824205364&usg=AOvVaw3vkwB6ptWHYksKq1kRY-ZG> (дата звернення 28.02.2024)
17. Dobrołowicz M. Ilu uchodźców z Ukrainy mieszka w Polsce? Znamy najnowsze dane. *RMF24*. 2023. URL: https://www.rmf24.pl/raporty/raport-wojna-z-rosja/news-ilu-uchodzcow-z-ukrainy-mieszka-w-polsce-znamy-najnowsze-dan,nId,6890477#crp_state=1 (дата доступу 25.02.2024).
18. Kotulak Ł. Rzeszów. Sklep „Best from Ukraine” – najlepsze z Ukrainy? *Halo Rzeszow*. URL:

- <https://www.halorzszow.pl/arttykul/8596.rzeszow-sklep-best-from-ukraine-najlepsze-z-ukrainy> (дата звернення 13.09.2023)
19. Nowy punkt Lviv Croissants pojawił się w Rzeszowie. *propertynews.pl*. URL: <https://www.propertynews.pl/polityka-i-spoleczenstwo/gpw-wartosc-obrotu-akcjami-na-glownym-rynku-wzrosła-o-85-2-proc-rdr,158699.html> (дата звернення 13.09.2023)
20. Od 2022 r. w Polsce powstało już blisko 30 tys. ukraińskich działalności gospodarczych. *Polski Instytut Ekonomiczny*. 2023. URL: <https://pie.net.pl/od-2022-r-w-polsce-powstalo-juz-blisko-30-tys-ukrainskich-dzialalnosci-gospodarczych/> (data dostępu 25.02.2024).
21. Ponad 20 firm IT pochodzących z Ukrainy otworzyło biura w Polsce z powodu wojny. *DOU*. 2023. URL: <https://dou.eu/community/posts/ua-tech-in-poland> (data dostępu 25.02.2024).
22. "Solidarni z Ukrainą". Charytatywny kiermasz dla ukraińskich żołnierzy. *TVP3*. URL: <https://rzeszow.tvp.pl/59793093/solidarni-z-ukraina-charytatywny-kiermasz-dla-ukrainskich-zolnierzy> (дата звернення 13.09.2023)
23. "Solidarni z Ukrainą". Charytatywny kiermasz dla ukraińskich żołnierzy. *TVP3*. URL: <https://rzeszow.tvp.pl/59794759/solidarni-z-ukraina-charytatywny-kiermasz-dla-ukrainskich-zolnierzy> (дата звернення 13.09.2023)
24. Tywoniuk M. Dla tych, którzy poczuli kiedykolwiek smak Lwowa. *UPMP*. URL: https://upmp.news/pl/post_blog/dla-tych-ktorzy-poczuli-kiedykolwiek-smak-lwowa/ (дата звернення 25.03.2024)
25. Ukraińcy coraz chętniej zakładają firmy w Polsce. *Rzeczpospolita*. 2024. URL:

<https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&ved=2ahUKEwjt5ebrj8aEAxXSVPEDHagzB2cQFnoECA4QAw&url=https%3A%2F%2Fwww.rp.pl%2Fbiznes%2Fart39740191-ukraincy-coraz-chetniej-zakladaja-firmy-w-polsce&usg=AOvVaw1VL-ZXjJvDrDs75DLHoPIu&opi=89978449>

(data dostępu 25.02.2024).

26. Weselak A. Przedsiębiorcze Ukrainki założyły w Rzeszowie własną firmę.

TVP3.

URL:

<https://rzeszow.tvp.pl/68882567/przedsiębiorcze-ukrainki-zalozyly-w-rzeszowie-wlasna-firme> (дата звернення 13.09.2023)

ДОДАТКИ

Додаток А

Список публікацій проєкту на відеохостингу YouTube

1. Наративне відеоінтерв'ю “Як розвивається український бізнес за кордоном | Жешув, Польща | Частина 1”. Дата: 18.03.2023, <https://youtu.be/9auFKhjAIdA?si=GiiLeYMTY3gj0yv0>
2. Наративне відеоінтерв'ю “Як розвивається український бізнес за кордоном | Жешув, Польща | Частина 2”. Дата: 30.03.2024, <https://youtu.be/e5P5T5gg0bU?si=aY88KBToxiI0drC4>
3. Наративне відеоінтерв'ю “Як розвивається український бізнес за кордоном | Жешув, Польща | Частина 3”. Дата: 11.04.2024, https://youtu.be/POOc6_M33oQ?si=-w-L4jids-6OrDrX
4. Наративне відеоінтерв'ю “Як розвивається український бізнес за кордоном | Жешув, Польща | Частина 4”. Дата: 23.04.2024, <https://youtu.be/HkYnjl0vr4c?si=kzoK4fGS84Fi7LCN>
5. Наративне відеоінтерв'ю “Як розвивається український бізнес за кордоном | Жешув, Польща | Частина 5”. Дата: 04.05.2024, https://youtu.be/Gm9SdOm7JWk?si=pm_VgHZcL6Zj9rb5

Тексти описів для YouTube та реклами у соцмережах

1. Опис під відео на Youtube “Як розвивається український бізнес за кордоном | Жешув, Польща | Частина 1”

Проект має на меті розповісти вам історії українців, які відкрили власний бізнес за кордоном після початку повномасштабного вторгнення росії на територію України.

Ви зможете дізнатися про ідею створення бізнесу, складнощі, з якими їм довелося зіштовхнутися, сприйняття місцевих мешканців, розвиток та плани на майбутнє.

Сьогодні ми з вами познайомимось з 25-річною Ганною Приліпиною. Разом із сестрою Ганна вирішила відкрити студію, де займається з дорослими та дітьми йогою, фітнесом, самообороною, карате і також робить масажі.

Запрошую до перегляду!

Музика: FASSounds – Lofi Study.

2. Рекламний текст на сторінці Facebook для просування відео “Як розвивається український бізнес за кордоном | Жешув, Польща | Частина 1”

Друзі, вітаю! Сьогодні розпочинаю серію відеоінтерв'ю «Як розвивається український бізнес за кордоном. Жешув, Польща».

Проект має на меті розповісти вам історії українців, які відкрили власний бізнес за кордоном після початку повномасштабного вторгнення Росії на територію України.

Ви зможете дізнатися про ідею створення бізнесу, складнощі, з якими їм довелося зіштовхнутися, сприйняття місцевих мешканців, розвиток та плани на майбутнє.

Запрошую до перегляду першого випуску:

<https://youtu.be/9auFKhjAIdA?si=rdhBptYvx85PJOk0>

3. Опис під відео на Youtube “Як розвивається український бізнес за кордоном | Жешув, Польща | Частина 2”

Наш проєкт розповідає про розвиток українського бізнесу за кордоном після початку повномасштабного вторгнення росії на територію України.

Це друга частина серії відеоінтерв'ю «Як розвивається український бізнес за кордоном. Жешув, Польща».

Сьогодні ми з вами познайомимось з 30-річною Христиною Усатюк. Вона займається танцями понад 15 років і здобуває призові місця на чемпіонатах України з бальних танців. Христина отримала звання «Майстер спорту України» з бальних танців. Дівчина вирішила відкрити свою студію танців за кордоном і сьогодні ми дізнаємося про це більше.

Запрошую до перегляду!

Музика: Silicon Estate – Deathly Hallows

4. Рекламний текст на сторінці Facebook для просування відео “Як розвивається український бізнес за кордоном | Жешув, Польща |

Частина 2”

Вітаю! Вийшла друга частина серії відеоінтерв'ю "Як розвивається український бізнес за кордоном? Жешув, Польща".

Сьогодні ми з вами познайомимось з 30-річною Христиною Усатюк. Вона займається танцями понад 15 років і здобуває призові місця на чемпіонатах України з бальних танців. Христина отримала звання «Майстер спорту України» з бальних танців. Дівчина вирішила відкрити свою студію танців за кордоном і сьогодні ми дізнаємося про це більше.

Запрошую до перегляду 🙌

https://youtu.be/e5P5T5gg0bU?si=t_ysNRLtSSpvVhCc

5. Опис під відео на Youtube “Як розвивається український бізнес за кордоном | Жешув, Польща | Частина 3”

Наш проєкт розповідає про розвиток українського бізнесу за кордоном після початку повномасштабного вторгнення Росії на територію України.

Третя частина серії відеоінтерв'ю «Як розвивається український бізнес за кордоном. Жешув, Польща» познайомить вас із Тарасом Пітеляком.

Хлопцю 23 роки і він з міста Стрий. В Україні у нього було два проєкти, пов'язані із гастрономічною діяльністю та товарами медичного призначення. Загалом Тарас веде підприємницьку діяльність понад 5 років. У Жешуві він відкрив свій склад-магазин і сьогодні ми про це дізнаємося більше.

Запрошую до перегляду!

Музика: Music Unlimited – Let's Celebrate

6. Рекламний текст на сторінці Facebook для просування відео “Як розвивається український бізнес за кордоном | Жешув, Польща | Частина 3”

Третя частина серії відеоінтерв'ю «Як розвивається український бізнес за кордоном. Жешув, Польща» познайомить вас із Тарасом Петуляком.

Хлопцю 23 роки і він з міста Стрий. В Україні у нього було два проєкти, пов'язані із гастрономічною діяльністю та товарами медичного призначення. Загалом Тарас веде підприємницьку діяльність понад 5 років. У Жешуві він відкрив свій склад-магазин і сьогодні ми про це дізнаємося більше.

Вже доступно до перегляду!

https://youtu.be/POOc6_M33oQ?si=0a2ZiNF-41OyHWh

7. Опис під відео на Youtube “Як розвивається український бізнес за кордоном | Жешув, Польща | Частина 4”

Проєкт «Як розвивається український бізнес у Польщі» розповідає про розвиток українського бізнесу за кордоном після початку повномасштабного вторгнення Росії на територію України.

Це четверта частина серії відеоінтерв'ю і сьогодні ми з вами познайомимось з 49-річною Світлою з міста Кременчук.

Раніше жінка працювала керуючою, товароведом, комерційною директоркою. Запускала такі проєкти як Еко, Цитрус-Діскаунт, М'ясна лавка тощо. Загалом займалася цим 15 років. Однак згодом вирішила відкрити свій меблевий магазин у Кременчуці. Після початку повномасштабного вторгнення пані Світлана переїхала до Жешува і відкрила тут «Cynamon Cukiernia».

Запрошую до перегляду!

Музика: John Surman – Mevagissey

8. Рекламний текст на сторінці Facebook для просування відео “Як розвивається український бізнес за кордоном | Жешув, Польща | Частина 4”

Вітаю! У четвертій частині серії відеоінтерв'ю ви зможете познайомитися із 49-річною Світланою з міста Кременчук.

Раніше жінка займалася відкриттям продуктових магазинів. Працювала керуючою, товароведом, комерційною директоркою. Запускала такі проекти як Еко, Цитрус діскаунт, М'ясна лавка тощо. У загальному займалася цим 15 років. Однак згодом вирішила відкрити свій меблевий магазин у Кременчуці. Після початку повномасштабного вторгнення пані Світлана переїхала до Жешува і відкрила тут «Супапон Cukiernia».

Запрошую до перегляду!

<https://youtu.be/HkYnj10vr4c?si=ZJ22s5pjdGC9vLr2>

9. Опис під відео на Youtube “Як розвивається український бізнес за кордоном | Жешув, Польща | Частина 5”

Наш проєкт розповідає про розвиток українського бізнесу за кордоном після початку повномасштабного вторгнення росії на територію України.

У п'ятій частині серії відеоінтерв'ю «Як розвивається український бізнес за кордоном. Жешув, Польща» ви зможете познайомитися із студенткою медичного факультету Аліною Кравець.

Навчаючись у польському університеті, Аліна перейняла досвід своїх одногрупників у веденні конспектів. Власне, так прийшла ідея створити

конспекти, які допоможуть українським студентам-медикам полегшити вивчення матеріалу та підготовку до екзаменів.

Запрошую до перегляду!

Музика: Music Unlimited – Let's Celebrate

10. Рекламний текст на сторінці Facebook для просування відео “Як розвивається український бізнес за кордоном | Жешув, Польща | Частина 5”

Усіх вітаю! Сьогодні вийшов останній випуск серії відеоінтерв'ю «Як розвивається український бізнес за кордоном. Жешув, Польща». У п'ятій частині ви зможете познайомитися із студенткою медичного факультету Аліною Кравець.

Навчаючись у польському університеті, Аліна перейняла досвід своїх одногрупників у веденні конспектів. Власне, так прийшла ідея створити конспекти, які допоможуть українським студентам-медикам полегшити вивчення матеріалу та підготовку до екзаменів.

Запрошую до перегляду!

<https://youtu.be/Gm9SdOm7JWk?si=ISB1WExCRJI7GYJK>

Обкладинки проєкту та матеріали для просування

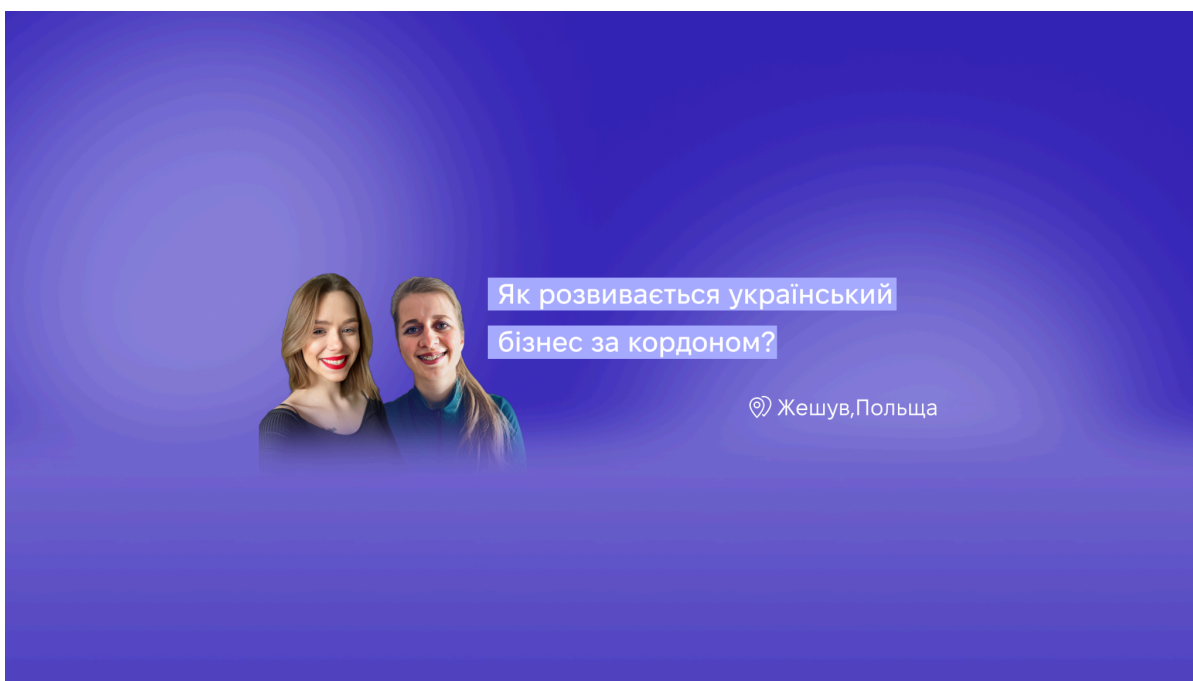


Рис. 1. Шапка каналу OSADCHA на Youtube до першого випуску серії відеоінтерв'ю “Як розвивається український бізнес за кордоном. Жешув, Польща”.

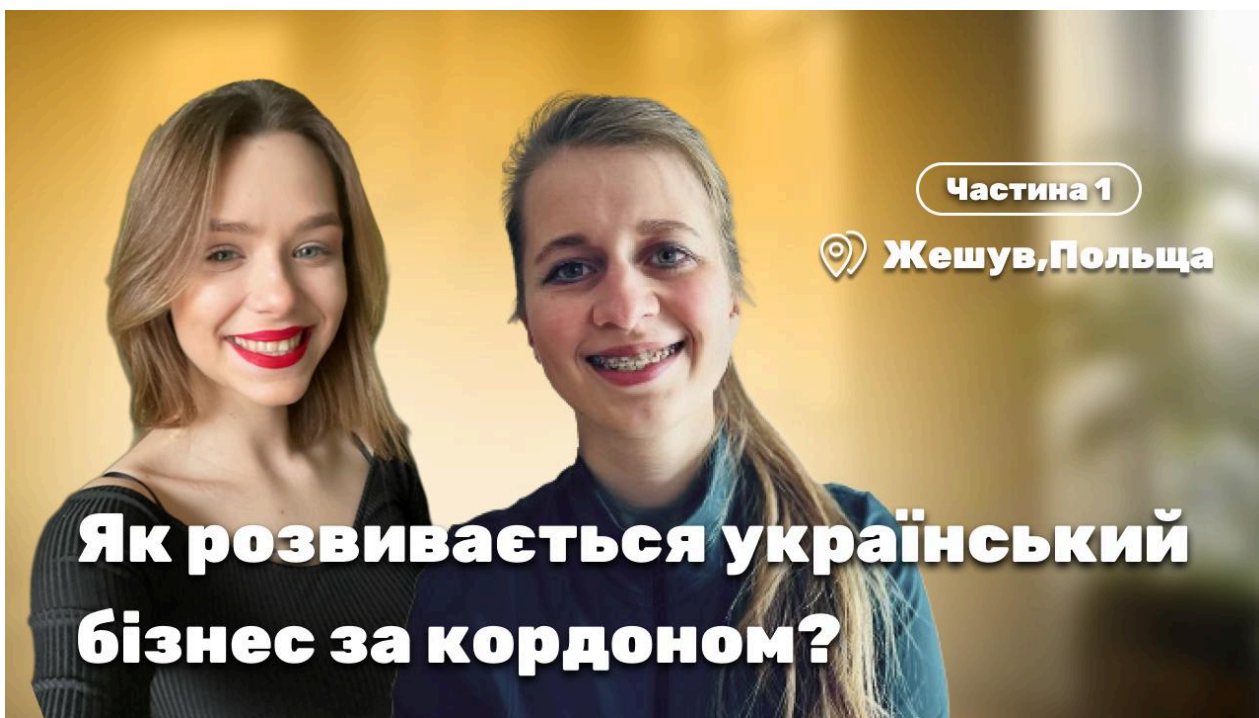


Рис. 2. Обкладинка відеоінтерв'ю “Як розвивається український бізнес за кордоном | Жешув, Польща | Частина 1”.

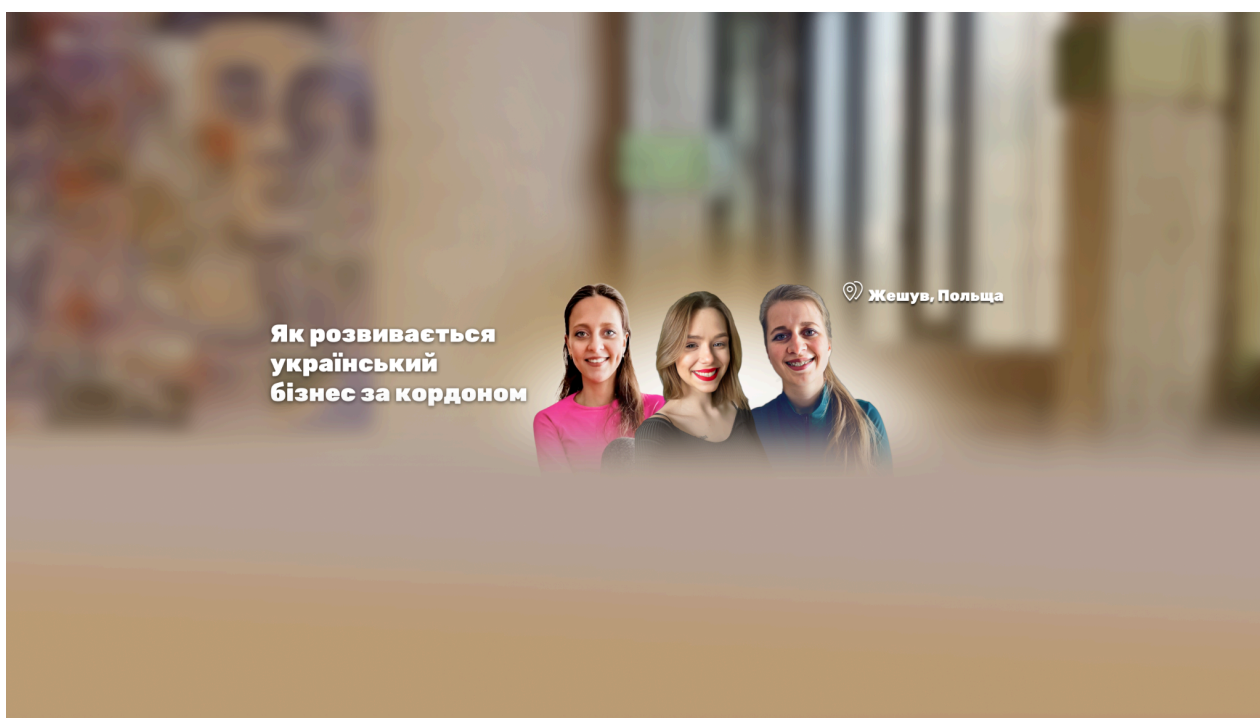


Рис. 3. Шапка каналу OSADCHA на Youtube до другого випуску серії відеоінтерв'ю “Як розвивається український бізнес за кордоном. Жешув,

Польща”.

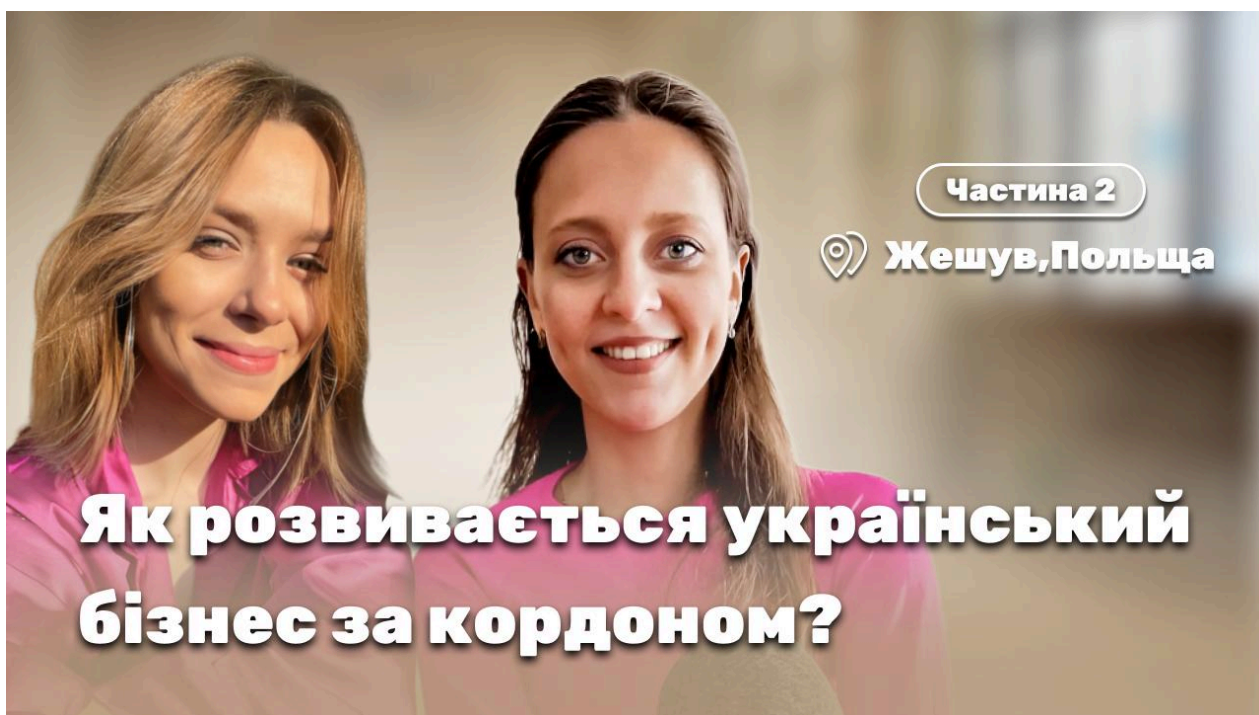


Рис. 4. Обкладинка відеоінтерв'ю “Як розвивається український бізнес за кордоном | Жешув, Польща | Частина 2”.

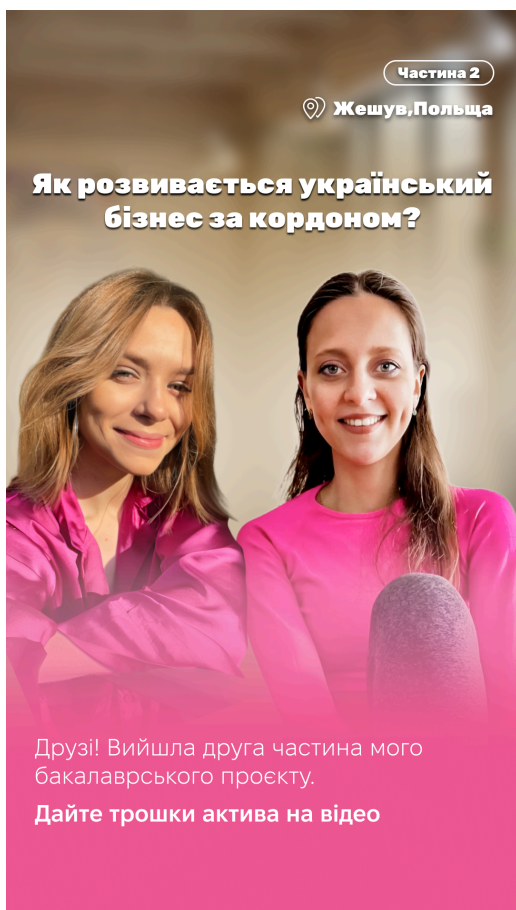


Рис. 5. Рекламне сторіс до виходу відеоінтерв'ю “Як розвивається український бізнес за кордоном | Жешув, Польща | Частина 2”.

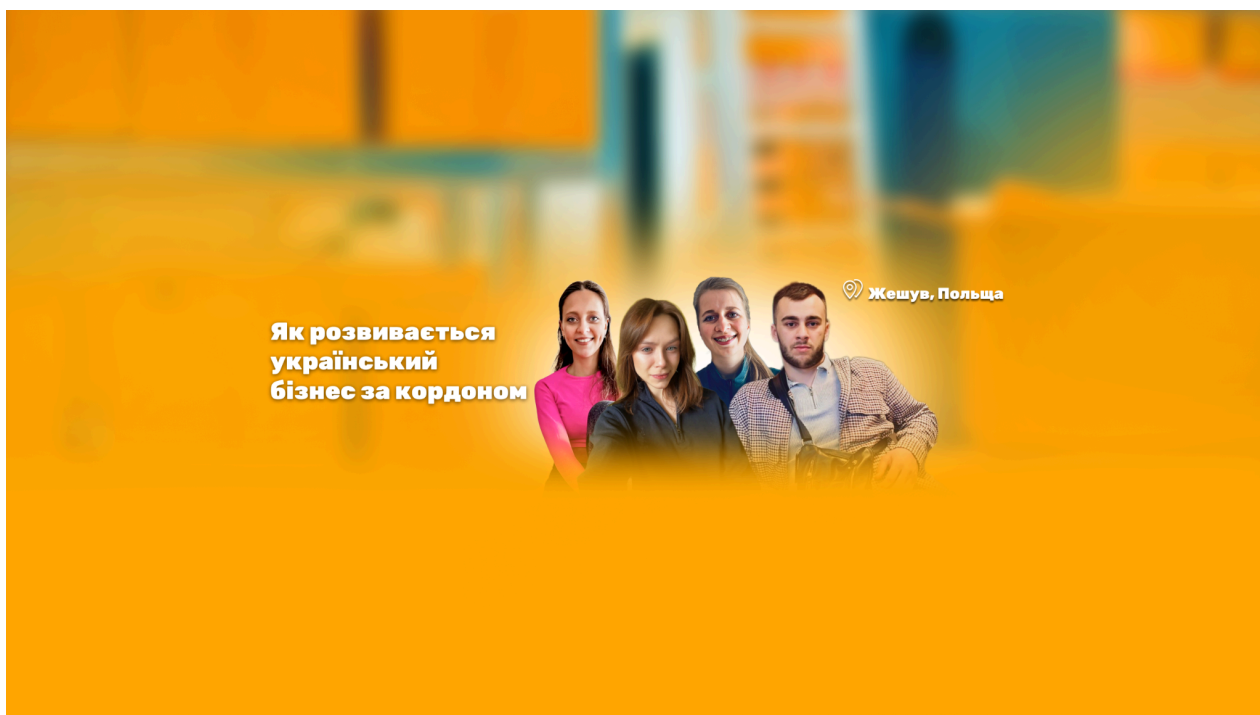


Рис. 6. Шапка каналу OSADCHA на Youtube до третього випуску серії відеоінтерв'ю “Як розвивається український бізнес за кордоном. Жешув, Польща”.

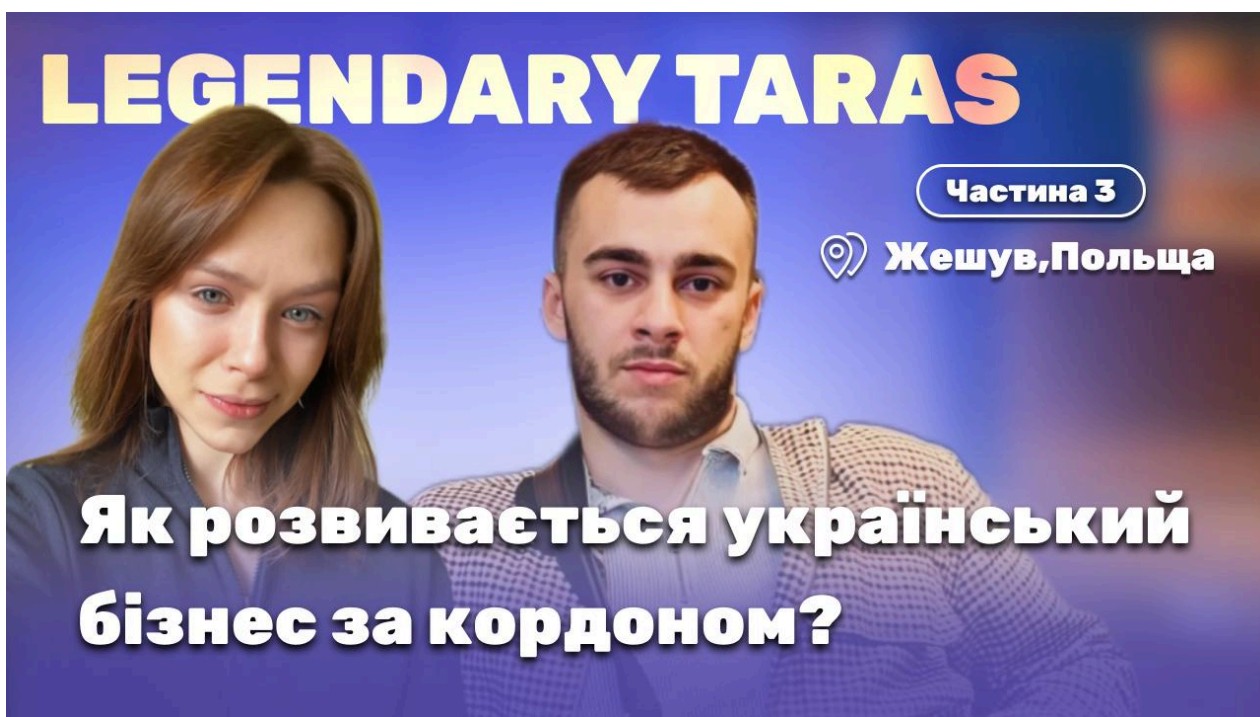


Рис. 7. Обкладинка відеоінтерв'ю “Як розвивається український бізнес за

кордоном | Жешув, Польща | Частина 2”.

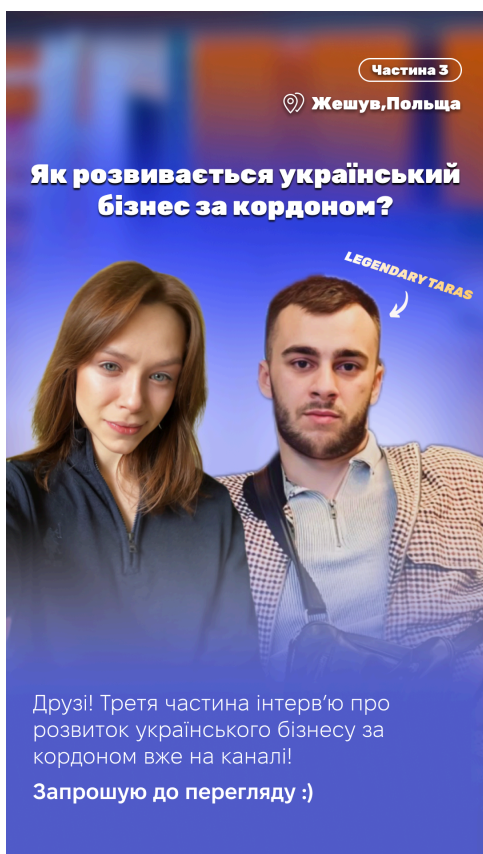


Рис. 8. Рекламне сторіс до виходу відеоінтерв'ю “Як розвивається український бізнес за кордоном | Жешув, Польща | Частина 3”.

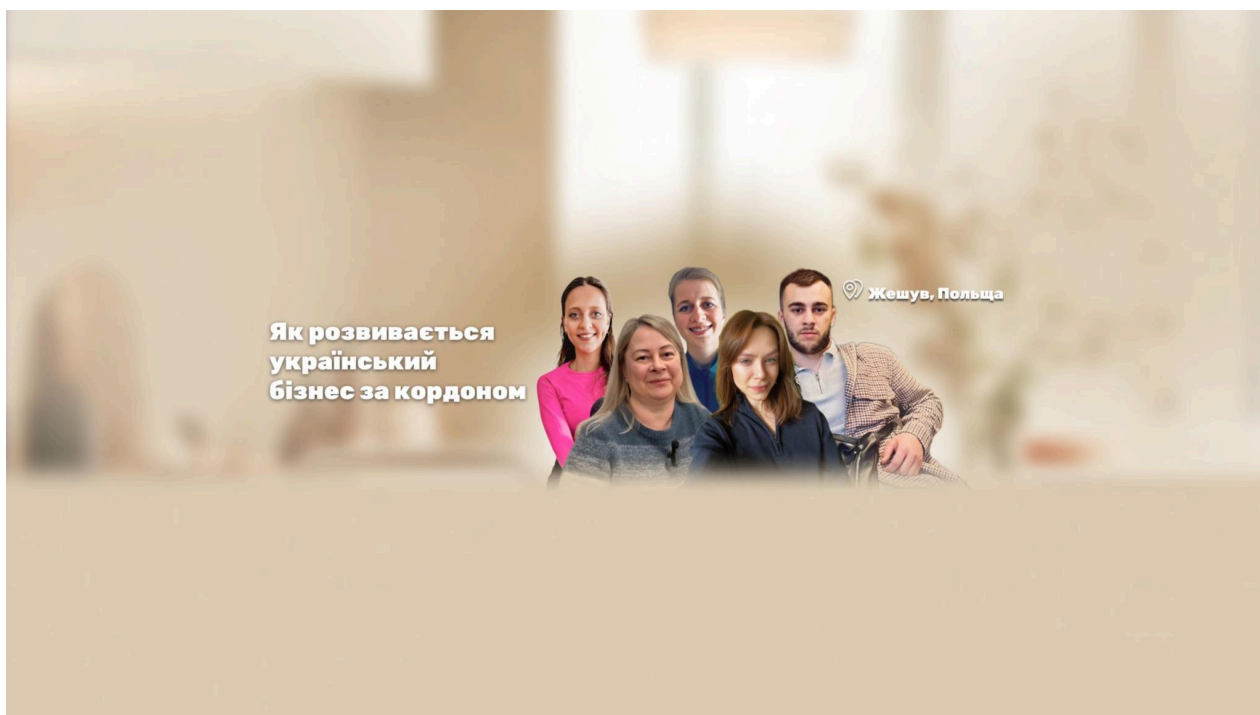


Рис. 9. Шапка каналу OSADCHA на Youtube до четвертого випуску серії відеоінтерв'ю “Як розвивається український бізнес за кордоном. Жешув, Польща”.

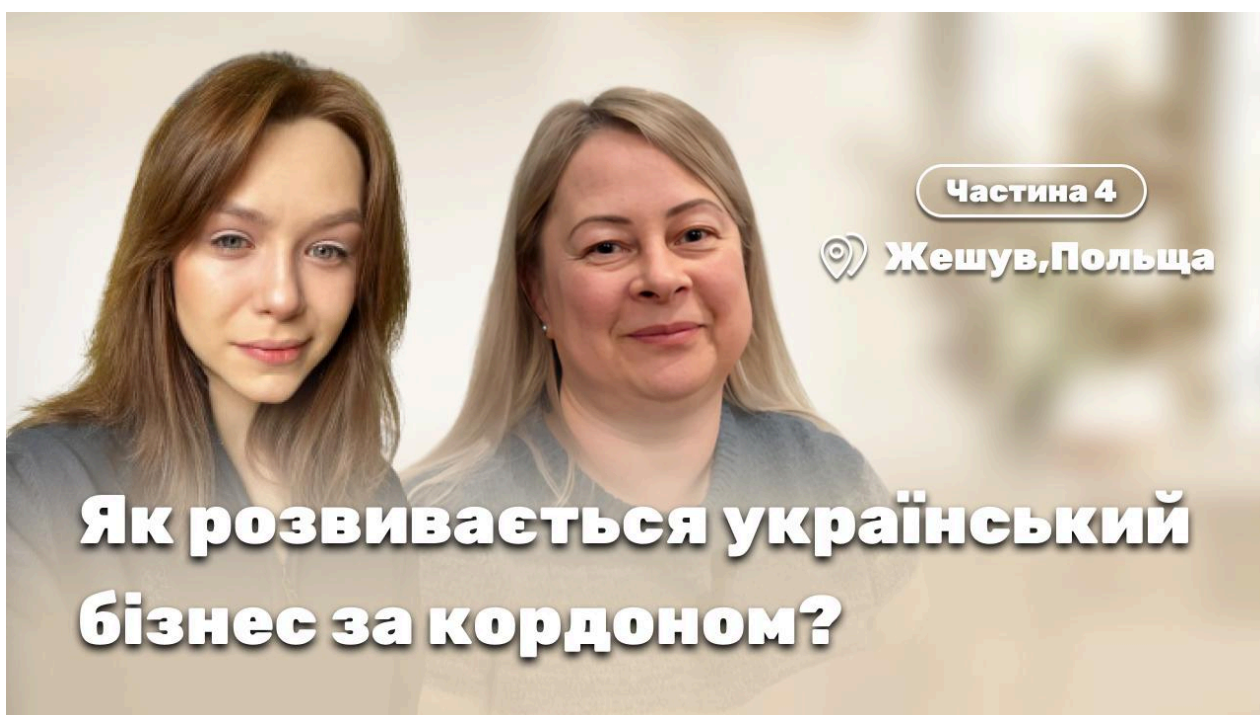


Рис. 10. Обкладинка відеоінтерв'ю “Як розвивається український бізнес за

кордоном | Жешув, Польща | Частина 4”.

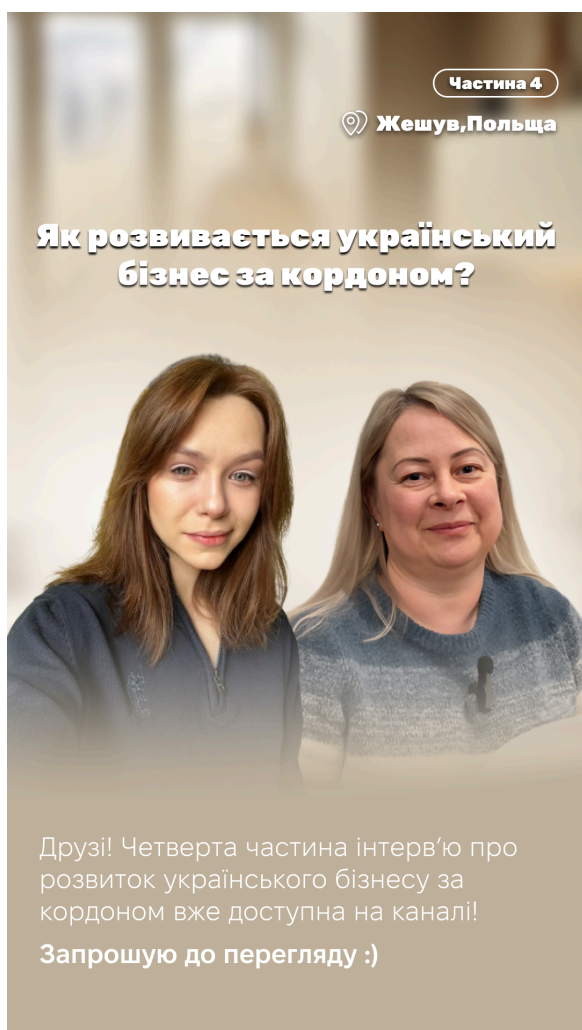


Рис. 11. Рекламне сторіс до виходу відеоінтерв'ю “Як розвивається український бізнес за кордоном | Жешув, Польща | Частина 4”.

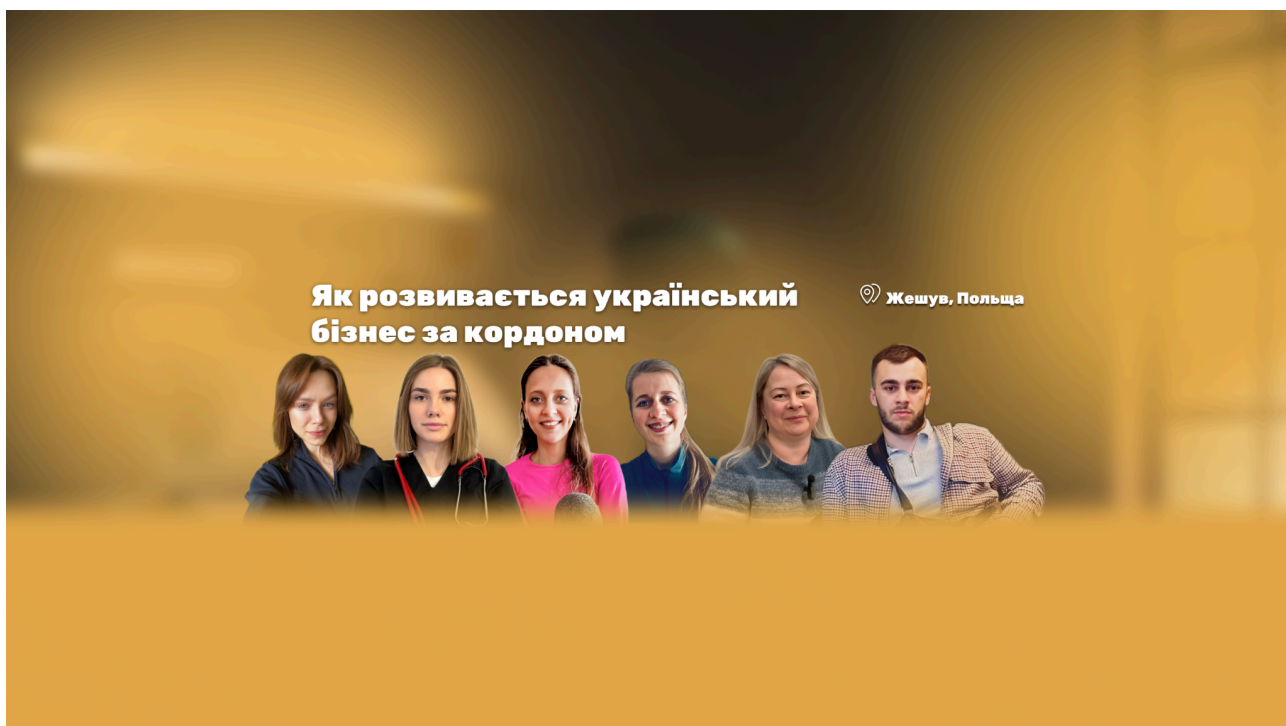


Рис. 12. Шапка каналу OSADCHA на Youtube до п'ятого випуску серії відеоінтерв'ю "Як розвивається український бізнес за кордоном. Жешув, Польща".

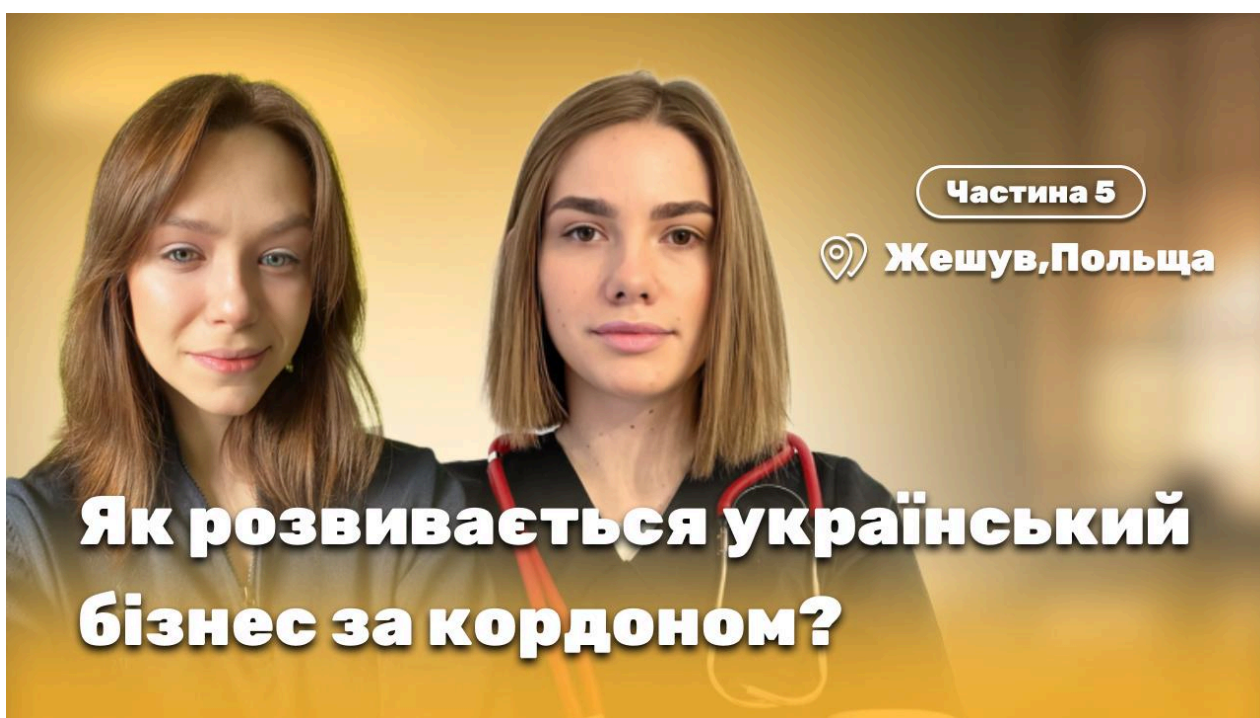


Рис. 13. Обкладинка відеоінтерв'ю “Як розвивається український бізнес за кордоном | Жешув, Польща | Частина 5”.

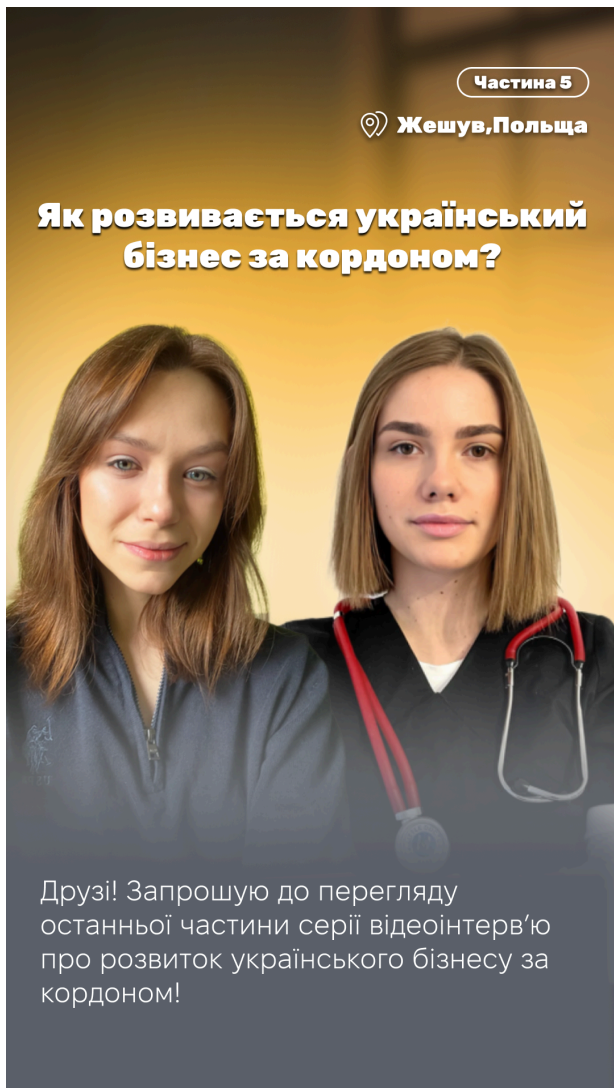


Рис. 14. Рекламне сторіс до виходу відеоінтерв'ю “Як розвивається український бізнес за кордоном | Жешув, Польща | Частина 5”.

АНОТАЦІЯ

Із початком повномасштабного вторгнення Росії на територію України велика кількість наших громадян знайшла собі притулок у різних куточках світу, де продовжила розвивати та засновувати нові українські бізнеси. Більшість наших співвітчизників переїхала до Польщі.

Метою роботи є популяризація українськомовного медійного контенту, мотивація та підтримка українців, які перебувають на території Польщі, у створенні нових бізнесів за кордоном. Адже розповідається про те, як розпочати свою підприємницьку діяльність у Польщі, які є труднощі, щоб у майбутньому наші співвітчизники не допустили помилок, а також даються корисні поради, які можна використати при відкритті власного бізнесу.

Нині в інформаційному просторі українців нарешті починає з'являтися українськомовний контент. На жаль, ще не у таких великих масштабах, як хотілося б, але ми рухаємося у правильному напрямку та створюємо підґрунтя для майбутніх поколінь. Саме тому був обраний формат відеоінтерв'ю, який частково зможе задовольнити потреби українців у заміщенні подібного російськомовного контенту на популярному відеохостингу YouTube.

Ключові слова: відеоінтерв'ю, бізнес за кордоном, Польща, підприємницька діяльність, розвиток українського бізнесу.

ABSTRACT

With the beginning of the full-scale invasion of Russia on the territory of Ukraine, a large number of our citizens found shelter in different parts of the world, where they continued to develop and establish new Ukrainian businesses. Most of our compatriots moved to Poland.

The purpose of the work is to popularize Ukrainian-language content and motivate and support Ukrainians living in Poland in creating new businesses abroad. After all, it tells about how to start one's entrepreneurial activity in Poland, what are the difficulties, so that our compatriots do not make mistakes in the future, as well as useful tips that can be used when opening one's own business.

Nowadays, Ukrainian-language content is finally starting to appear in the information space of Ukrainians. Unfortunately, not yet on such a large scale as we would like, but we are moving in the right direction and creating the foundation for future generations. That is why the video interview format was chosen, which can partially satisfy the needs of Ukrainians in replacing similar Russian-language content on the popular YouTube video hosting.

Keywords: video interview, business abroad, Poland, entrepreneurial activity, development of Ukrainian business.

Кваліфікаційна робота містить результати власних досліджень. Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають покликання на відповідне джерело _____ Г. А. Осадча