

**Заклад вищої освіти «Український католицький університет»**

**Факультет суспільних наук**

**Кафедра управління та організаційного розвитку**

## **Пояснювальна записка**

до дипломного проекту (магістерської роботи)

магістр

(освітній ступінь)

**на тему: «Розробка та менеджмент освітньо-інструкторських програм для спеціалістів допомагаючих професій (на базі освітнього центру «Mindspot» в м. Одесі)»**

Виконала: студентка 6 курсу, групи СУН-17/М  
спеціальності 073 «Менеджмент»

Яблонська В.В.

Керівник: Корнецький А.О., к.е.н., доцент

Рецензентка: Вуйцик О.І., к.е.н., доцент

Львів – 2022 року

Яблонська В.В. Розробка та менеджмент освітньо-інструкторських програм для спеціалістів допомагаючих професій (на базі освітнього центру «Mindspot» в м. Одесі): Магістерська робота (073 Менеджмент «Управління неприбутковими організаціями») / В.В. Яблонська / Український католицький університет. Кафедра менеджменту; Наук. кер.: А.О. Корнецький, к.е.н., доцент – Львів: УКУ, 2022. – 96 с.

**Анотація.** У роботі розглянуто теоретичні аспекти визначення термінів допомагаючі професії та освітньо-інструкторська програма, зокрема у сфері майндфулнес освіти. Проаналізовано вітчизняний та міжнародний досвід менеджменту та реалізації освітньо-інструкторських програм, на основі чого розроблено рекомендації по створенню нової освітньо-інструкторської програми, стратегію маркетингу та SMM для освітньо-інструкторських програм центру «Mindspot». Для цього проаналізована цільова аудиторія та розроблена ціннісна пропозиція освітньо-інструкторських програм «Mindspot».

**Ключові слова:** допомагаючі професії, освітньо-інструкторська програма, майндфулнес інструктор, цільова аудиторія, ціннісна пропозиція, конкурентоспроможність, стратегічний менеджмент, стратегія маркетингу.

**Abstract.** The theoretical aspects of the definition of the terms «helping professions» and «educational and instructor programs», in particular, in the field of mindfulness education, are considered in the thesis. The local and foreign experience of management and implementation of educational and instructor programs are analyzed, on the basis of which the strategy of marketing and SMM for educational and instructor programs of the center «Mindspot» is developed. For this purpose, the target audience was analyzed and the value proposition of the educational and instructor programs «Mindspot» was developed.

**Keywords:** helping professions, educational and instructor programs, mindfulness instructor, target audience, value proposition, competitiveness, strategic management, marketing strategy.

## ЗМІСТ

ВСТУП.....	4
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ УПРАВЛІННЯ ОСВІТНЬО-ІНСТРУКТОРСЬКИМИ ПРОГРАМАМИ ДЛЯ СПЕЦІАЛІСТІВ ДОПОМОГАЮЧИХ ПРОФЕСІЙ.....	7
1.1. Допомагаючі професії: детермінація, релевантні ознаки та компетенції спеціаліста.....	7
1.2. Місце інструктора практик усвідомленості на карті допомагаючих професій.....	14
1.3. Менеджмент освітньо-інструкторських програм.....	21
РОЗДІЛ 2 МЕНЕДЖМЕНТ ОСВІТНІХ ПОСЛУГ ОСВІТНЬОГО ЦЕНТРУ «MINDSPOT».....	31
2.1. Стратегічний менеджмент «Mindspot».....	31
2.2. Програмна діяльність «Mindspot».....	40
2.3. Місце освітньо-інструкторських програм «Mindspot» на ринку програм усвідомленості для допомагаючих професій в Україні та закордоном.....	47
РОЗДІЛ 3 РОЗРОБКА ОСВІТНЬО-ІНСТРУКТОРСЬКИХ ПРОГРАМ ДЛЯ СПЕЦІАЛІСТІВ ДОПОМОГАЮЧИХ ПРОФЕСІЙ ДЛЯ ЦЕНТРУ «MINDSPOT».....	54
3.1. Специфіка програми Mindspot Mindfulness Instructors Training.....	54
3.2. Визначення цільової аудиторії та ціннісної пропозиції.....	60
3.3. Стратегія маркетингу та SMM для освітньо-інструкторських програм.....	69
ВИСНОВКИ.....	78
ПЕРЕЛІК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	80
ДОДАТКИ.....	89

## ВСТУП

Сьогодні в умовах конкурентного середовища діяльність допомагаючого практика на ринку праці розглядається як унікальний продукт, створений для вирішення запиту клієнта, що тягне за собою зростання значущості підприємницьких і менеджерських навичок допомагаючого спеціаліста. Особливо гостро це питання постає для професій, які виникли та оформилися в українському освітньому просторі у 2010-2020 роках – зокрема, для фахівців практик усвідомленості. У цьому контексті ситуація вимагає від освітніх установ оптимізації наявних і розробки нових навчальних програм, що відповідають запитам часу та ринку.

**Актуальність роботи** обумовлена новизною проблематики. У регіональному науковому контексті не представлені дослідження, присвячені управлінню навчальними програмами для інструкторів практик усвідомленості. У науковій літературі розглядаються особливості маркетингу класичних освітніх послуг в закладах середньої та вищої освіти (О. Дмитрів [1], В. Крижко, О. Старокошко, С. Немченко [2], Л. Карташова [3], велика кількість робіт присвячена стратегічному менеджменту освітніх установ (О. Мармаза [4], Л. Щоголева [5]), у той час, як практичне дослідження сучасної освітньої системи додаткової освіти в Україні багато в чому залишається за межами наукового інтересу [6]. У цьому контексті дана робота є інноваційною та пропонує рішення щодо управління освітньо-інструкторськими програмами для фахівців практик усвідомленості в Україні.

**Метою дослідження** є розробка та реалізація освітньо-інструкторської програми для фахівців практик усвідомленості одеського освітнього центру «Mindspot».

### **Завдання дослідження:**

- вивчити релевантні ознаки та еволюцію поняття «допомагаючі професії», принципи менеджменту інструкторсько-освітніх програм;

- визначити місце інструктора практик усвідомленості та роль інструкторсько-освітніх програм центру «Mindspot» серед навчальних програм для професій, що допомагають в Україні та світі;
- описати місію, бачення та стратегію розвитку центру усвідомленості «Mindspot»;
- розробити ціннісну пропозицію та проаналізувати цільову аудиторію інструкторсько-освітніх програм центру «Mindspot»;
- прописати маркетингову стратегію центру «Mindspot»;
- зробити управлінські висновки на основі вивченого матеріалу та розроблених концепцій.

**Об’єкт дослідження** – інструкторсько-освітні програми для спеціалістів, що допомагають в Україні та світі.

**Предмет дослідження** – специфіка створення та управління інструкторсько-освітніми програмами для спеціалістів практик усвідомленості освітнього центру «Mindspot».

Теоретичним та методологічним підґрунтям дослідження стали роботи вітчизняних і закордонних вчених, які стосуються питань допомагаючих професій, освітнього менеджменту та маркетингової стратегії освітніх установ

Для вирішення завдань, що були поставлені у дослідженні використовувались системний підхід та абстрактно-логічний метод. В даній роботі були також використані такі **методи дослідження**, як: опитування користувачів, глибинні інтерв’ю з учасниками освітньо-інструкторських програм, збір відгуків, метод порівняльного аналізу досвіду європейських країн із розробки інструкторсько-освітніх програм для спеціалістів. Також використовувався досвід українських практиків у сфері менеджменту програм для спеціалістів світської медитації та практик усвідомленості.

**Наукова новизна** роботи полягає у зверненні вітчизняної теорії менеджменту до проблематики управління освітньо-інструкторських програм для сучасних спеціалістів-інструкторів практик усвідомленості.

**Практичне значення** отриманих результатів полягає в успішній практичній реалізації роботи та реалізації освітньо-інструкторських програм центру «Mindspot».

Робота складається зі вступу, трьох розділів, а також висновків та списку використаних джерел. У першому розділі розглянуто теоретичні засади управління освітньо-інструкторськими програмами для спеціалістів допомагаючих професій. Другий розділ присвячений практичним особливостям управління освітніх послуг освітнього центру «Mindspot». У третьому розділі розроблено та проаналізовано основні етапи розробки освітньо-інструкторських програм для спеціалістів допомагаючих професій освітнього центру «Mindspot».

Загальний обсяг роботи становить 96 сторінок, обсяг основного матеріалу – 79 сторінок друкованого тексту. Список використаних джерел налічує 69 найменувань.

# РОЗДІЛ 1

## ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ УПРАВЛІННЯ ОСВІТНЬО-ІНСТРУКТОРСЬКИМИ ПРОГРАМАМИ ДЛЯ СПЕЦІАЛІСТІВ ДОПОМОГАЮЧИХ ПРОФЕСІЙ

### 1.1. Допомагаючі професії: детермінація, релевантні ознаки та компетенції спеціаліста

Поняття «допомагаючі професії» міцно увійшло до наукового лексикону – на цю тему проводяться численні наукові дослідження. Автори педагогічних, психологічних та соціологічних робіт початку 2000-х використовували його для опису діяльності, що допомагає. Таким чином поняття «допомагаючі професії» стало в один синонімічний ряд із поняттям «соціономічні професії», що давно існує, та яке виділив відомий психолог Є. Клімов у 1980-х. Згідно з цією класифікацією, яка здобула велику популярність у східноєвропейському науковому просторі, відповідно до різних типів об'єктних систем, можна виділити 5 типів професій:

- «людина – техніка та нежива природа», або технономічні професії;
- «людина – жива природа», або біономічні професії;
- «людина – знакова система», або сигнономічні професії;
- «людина – художній образ», або артономічні професії;
- «людина – людина», або соціономічні професії.

Цей клас професій ще називають «людинознавчі» професії, оскільки їхня особливість полягає в тому, що як суб'єктом діяльності, так і об'єктом його уваги є людина. Між суб'єктом та об'єктом складаються особливі людські відносини, а основна праця здійснюється задля взаємодії між ними.

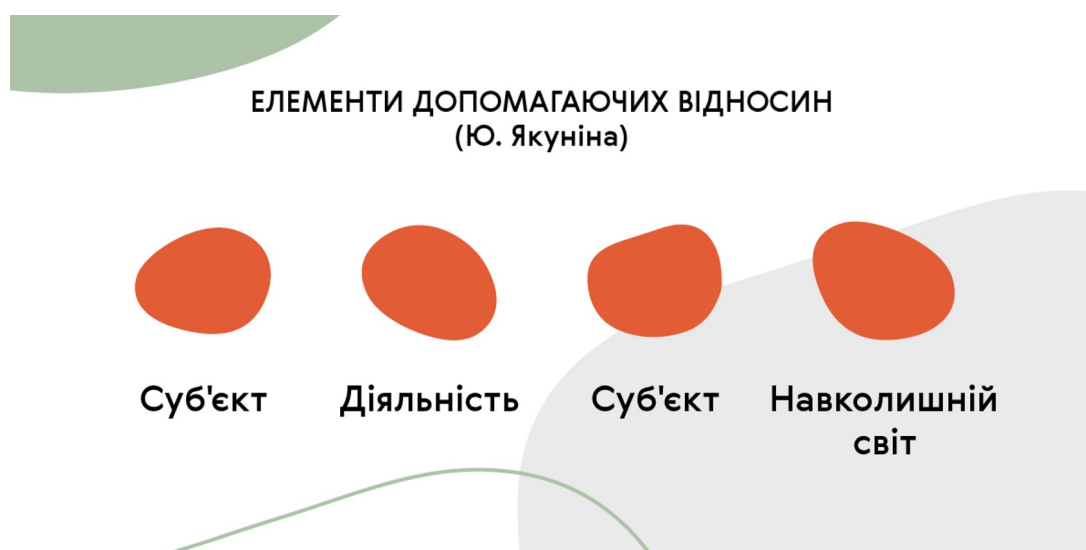
Серед яскраво виражених ознак соціономічних професій Є. Клімов виділяв особливі особистісні характеристики: підвищену увагу, емоційну стійкість, емпатію, розвинені комунікативні здібності, організаторські здібності, швидке перемикання уваги [7].

Подальші дослідження (Ю. Якуніна, З. Сорокоумова, У. Мілакова та ін.) феномена соціономічних професій виявили *їхні релевантні особливості, крім відносин типу «людина – людина».*

- *Взаємодія двох суб'єктів*

Основною характеристикою професій цього кластеру є наявність ознак спільної дії у взаємодії суб'єкта та об'єкта, тобто суб'єкт-суб'єктних відносин. [8].

Схема діяльності у соціономічних професіях зазнає змін: замість «суб'єкт – діяльність – об'єкт – навколишній світ» вона має вигляд «суб'єкт (1) – діяльність – суб'єкт (2) – навколишній світ» [9]. Ця особливість обумовлена природою об'єкта – предметом вивчення, перетворення, розвитку та обслуговування представниками допомагаючих професій, є люди різного віку, групи населення, спільноти та цілі соціальні системи, що володіють власною активністю та оцінкою, які можуть сприяти або протидіяти діям суб'єкта. І хоча один суб'єкт перебуває в діяльності у дещо підлеглому становищі стосовно іншого, загальний результат діяльності залежить від об'єднаних дій двох чи більше суб'єктів.



**Рис.1.1. Елементи допомагаючих відносин за системою Ю. Якуніної,**  
*Джерело: розробка автора*



- *Просоціальна активність, структурована допоміжна поведінка*

В. Мілакова зазначає, що «базовою характеристикою, «фундаментом» професій, що допомагають, є просоціальна активність особистості, яка бере свій початок у повсякденному житті, однак успішно перетворилася через комплекс мотивів у професійну діяльність» [10]. До категорії просоціальної активності у своєму найбільш загальному розумінні належить поведінка, що допомагає. Допоміжна поведінка, або допомагаюча діяльність — це така поведінка або діяльність, в якій «принаймні одна зі сторін має намір сприяти іншій в особистому зростанні, розвитку, налагодженні життєдіяльності, здобутті зрілості, в умінні жити з іншими [11].

Відповідно до західних досліджень [12] допомагаюча діяльність може бути неструктурованою (дружба, допомога в сім'ї тощо) та структурованою. До групи структурованої допомагаючої діяльності відносяться:

- професійна діяльність соціальних працівників, психологів, вчителів, нянь тощо;
- парапрофесійна діяльність інтерв'юерів, спеціалістів ментального здоров'я, працівників виправних установ;
- волонтерська робота.

Коли допомога стає професією, відбувається трансформація самого поняття «допомога». Тепер воно обмежене рамками професії. Професія має на увазі наявність спеціальних знань та навичок, підтверджених дипломами навчальних закладів, є суспільно корисною діяльністю, джерелом матеріальних засобів для існування. Допомога в рамках професійної діяльності передбачає утилітарні смисли та свідомо сприймається суб'єктом як професія

Погляд на структуровану допомагаючу діяльність як на головний елемент професійної діяльності видається виправданим: суб'єкт починає усвідомлено та цілеспрямовано застосовувати свої особистісні характеристики для досягнення професійних цілей, «професійні компетенції усвідомлено використовуються

фахівцем (під час безпосередньої взаємодії з людиною, яка звернулася за допомогою) з метою надання фізичної, соціальної та психологічної допомоги для покращення якості її життєдіяльності» [13].

- *Відсутність єдиних вимог до продукту допомагаючої діяльності*

Проте, слід зазначити, що разом із набором конкретних релевантних властивостей соціономічні професії характеризуються відсутністю єдиних і жорстких вимог до процесу професійної взаємодії та відповідно до продукту діяльності фахівця, що допомагає. Результат праці в професіях, що допомагають, як правило, не визначений і заданий у вигляді загального уявлення. А продукт діяльності не матеріал, і тому не може бути оцінений об'єктивно.

Часто, цей продукт описується лише через необхідні наслідки: треба зробити щось, щоб, наприклад, людина почувалася краще, це передбачає максимальну участь внутрішнього контролю професійної діяльності та «правильного» уявлення професіонала про її предмет, засоби і т. д. [14]. Таким чином, продукт діяльності допомагаючого спеціаліста можна розглядати як особистісний внесок, тобто його існування невіддільне від особистості автора. І оцінка ефективності професійної діяльності багато в чому залежатиме від особистісного сприйняття процесу обома сторонами — фахівцем та клієнтом.

- *Афіліативний інтерес*

Ще одним професійним маркером допомагаючої діяльності, є *афіліативний інтерес*, на якому базується міжособистісне розуміння в суб'єкт-суб'єктних відносинах допомагаючого практика та клієнта. Афіліативний інтерес формується з потреби людини у створенні теплих, довірливих, емоційно значущих відносин з іншими людьми. «Багато інших моделей містять елементи альтруїстичного інтересу, але у тих, інших, позиціях істинний інтерес до людей формується для будь-якої інструментальної мети та може відвернути людину від основної функції її посади» [14]. У соціономічних професіях допомога

іншим — сенс роботи, і справжнє розуміння цінностей інших людей характеризує найкращих виконавців.

- *Високі особистісні вимоги до носія професії*

Через те, що об'єктом професійної діяльності допомагаючого спеціаліста є інша людина або група людей, до представників цих професій висувають високі психологічні, професійні та особистісні вимоги. Численні дослідники сприймають особистість фахівців допомагаючих професій, як найважливіший професійний «інструмент».

Як зазначає М. Підгурська: «Професійна діяльність соціального працівника, незалежно від різновиду роботи, яку він виконує, належить до групи професій з підвищеною моральною відповідальністю за життя окремих людей, груп населення і суспільства в цілому». [15].

С. Спенсер та М. Спенсер особливу увагу звертають на кластер особистісних характеристик соціономічних професій. «Хоча жодна з компетенцій особистої ефективності не була сама по собі найважливішою, кластер особистої ефективності містить близько чверті поведінкових індикаторів для всіх фахівців сфери соціального обслуговування. Це має певний сенс, бо люди користуються собою, своїми реакціями, позиціями та переконаннями як невід'ємним інструментом своєї роботи» [16].



**Рис. 1.2. Релевантні ознаки спеціалістів допомагаючих професій**

*Джерело: розробка автора*

Специфіка соціального предмета та об'єкта діяльності професій, що допомагають, а також відмінності у функціях, що здійснюються фахівцем, дозволяють говорити про те, що клас соціономічних професій охоплює різні типи професій, що висувають людині різні психологічні вимоги, і є неоднорідним.

Феномен неоднорідності та розгалуженості професійних вимог, які висувають представникам допомагаючих професій, є однією з причин труднощів, що виникають під час пояснення визначення цього поняття. Попри те, що поняття «допомагаючі професії» було виділене на початку 2000-х, воно досі не отримало єдиного загальноприйнятого змісту, і коло спеціальностей, що належать до категорії «допомагаючі», ще до кінця не визначене.

Згідно з класифікацією Є. Клімова, соціономічні професії передбачають постійну роботу з людьми й можуть бути пов'язані (приклади див. у Таблиці 1.1.):

- із соціальним та медичним обслуговуванням;
- з вихованням, навчанням та керівництвом людьми;
- з побутовим обслуговуванням;
- з правовим захистом.

*Таблиця 1.1*

### **Класифікації допомагаючих професій (за Є. Клімовим)**

<b>Сфера</b>	<b>Приклади</b>
Соціальне, медичне обслуговування	Соціальний працівник, лікар, медична сестра, тілесний терапевт,
Виховання, навчання, керування	Вихователь, вчитель, менеджер, тренер, гувернер, інструктор практик усвідомленості
Побутове обслуговування	Перукар, продавець, офіціант, провідник
Юридичний захист	Дільничний інспектор, юрист, працівник митної служби

*Джерело: розроблено автором на основі [7\_с\_81]*

В. Третякова пропонує більш актуальну, на наш погляд, диференціацію допомагаючих професій. В її основі якої лежить предмет і тип діяльності — відповідно виділяють виконавські, творчі та керівні професії, що допомагають [17]. Детальний опис кожної групи представлений в Таблиці 1.2.

*Таблиця 1.2*

### **Класифікації допомагаючих професій (за В. Третяковою)**

<b>Тип допомагаючих професій</b>	<b>Приклади</b>
Виконавчі – виконання стандартних завдань, робота за суворо визначеним зразком, стереотипне вирішення проблем	Медсестра, працівник банку, офіціант
Творчі – аналіз, дослідження, конструювання, розробка нових зразків та прийняття нестандартних рішень	Медіум, лікар, інструктор практик усвідомленості, навігатор, педагог, психолог, продюсер
Керівні – планування та організація, координація та контроль, прийняття управлінських рішень	Директор, менеджер, HR-спеціаліст, керівник відділу, адміністратор програми, project-менеджер

*Джерело: розроблено автором на основі [17\_с. 152]*

Ще одне проблемне поле професій цього типу – проблема розробки базису якості професійної підготовки спеціалістів. Швидкість змін у соціально-професійному середовищі, стрімка цифровізація та автоматизація одноманітної праці вимагають оновлення та створення нових кваліфікаційних вимог до суб'єктів, що допомагають професійній діяльності.

Для одних, які давно оформилися у професію спеціальностей (психолог, коуч, медична сестра тощо) сформовані та активно використовуються *професійні стандарти*, відповідність яким гарантує якість продукту – допоміжної діяльності спеціаліста.

Так, в Україні професійний стандарт «практичний психолог навчального закладу» закріплений державою, передбачає наявність 9 професійних компетенцій та переглядається раз на 5 років [18]. Більшою мірою проблема

формування базису якості освіти стосується нових соціономічних професій, що остаточно оформилися у 2010-2020 роках: інструктор практик усвідомленості, тілесний терапевт, навігатор, медіатор, ментор, доула тощо. Більшість з них не представлені в національному класифікаторі. В такому випадку гарантом якості послуг, які надає допомагаючий практик, можуть виступати професійні асоціації та спільноти.

Так, Міжнародна асоціація коучингу визначила наступні кваліметричні характеристики для отримання сертифіката РСС ICF – 500 годин коучингу (450 з них платні) мінімум з 25 клієнтами. Для інструктора з майндфулнес практик єдиної кваліметрії не розроблено: кожна організація встановлює її самостійно.

Зміна вимог до професійних компетенцій фахівців допомагаючих професій призвела до зміни та методологічних вимог у сфері професійної освіти. Схема діяльності соціономічних професій, яку ми розглядали вище («суб'єкт – діяльність – суб'єкт – навколишній світ»), зазнає змін. Діяльність допомагаючого практика на ринку праці в умовах конкурентного середовища починає розглядатися як унікальний продукт, створений для вирішення запиту клієнта, що тягне за собою зростання значущості підприємницьких і менеджерських навичок допомагаючого спеціаліста.

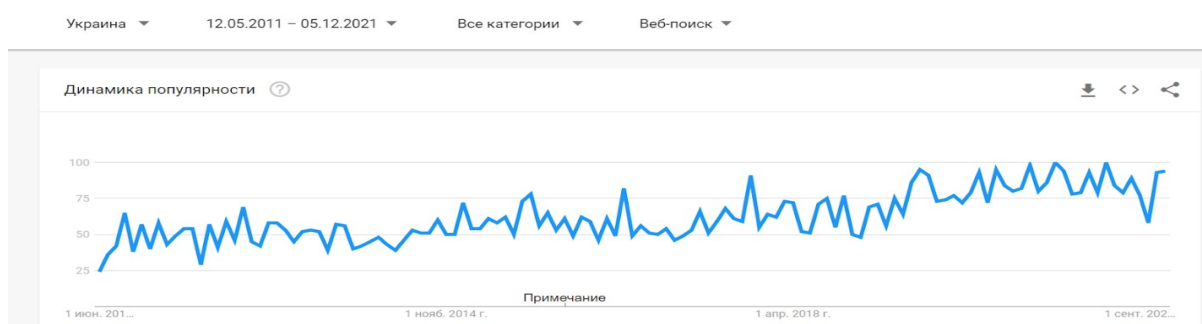
## **1.2. Місце інструктора практик усвідомленості на карті допомагаючих професій**

Практики усвідомленості дозволяють вирішувати чимало завдань: дуже складно виділити сферу діяльності, де тренінг практик усвідомленості не був би корисним. В експерименті 2010-го року психологи з Гарварду провели опитування населення, вони питали людей по всьому світу про їхні почуття, думки та про те, чим вони були зайняті у випадкові моменти. У 47% випадків із 250 000 відповідей люди відзначали блукання розуму, що, як з'ясували вчені, корелювало з почуттям незадоволеності [19].

Очевидно, що сучасне суспільство має низький рівень здатності керувати своїм станом (47% часу, у який люди не сплять — вони не сфокусовані), при цьому вони постійно відчують труднощі з регуляцією та контролем уваги та емоцій. Наслідком цього може бути втрата соціального блага суспільства. Для компаній це означає зниження продуктивності та фінансові втрати. Таким чином, опановування навичок, які дає практика медитації, серед яких навмисна тривала уважність – безсумнівно принесло б користь окремим людям і як наслідок – суспільству в цілому.

Водночас споглядальна практика без належного керівництва та супервізії може не принести результату – професія інструктора практик усвідомленості збільшує свою цінність у полі допомагаючих професій. Зростання інтересу до освітньо-інструкторських програм з майндфулнес, підтверджують статистичні дані – у всьому світі відзначається статистика зростання інтересу до феномену медитації.

Згідно з Google Trends, кількість запитів за словом «медитація» за останні 10 років в Україні зросла в 4 рази, що підтверджує загальносвітову тенденцію.



**Рис. 1.3. Динаміка зростання популярності запиту «медитація» з 12.05.2011 по 05.12.2021 в Україні**  
*Джерело: скриншот Google Trends*



**Рис. 1.4. Динаміка зростання популярності запиту «медитація» з 12.05.2011 по 05.12.2021 по всьому світу**  
*Джерело: скриншот Google Trends*

Сучасна історія практик усвідомленості починається з робіт Джона Кабат-Зінна, який відкрив клініку для зниження наслідків стресу в лікарні Массачусетського університету. Перші наукові дослідження медитації та усвідомленості пов'язані з іменами Р. Девідсона та Д. Гоулмана. З середини 1980-х практики усвідомленості починають проникати в психотерапію, що призводить до появи третьої хвилі когнітивно-поведінкової терапії [20].

З кінця 1990-х стало можливим інструментально досліджувати процес медитації та занурення в момент, що призвело до зародження та розвитку нової трансдисциплінарної науки – споглядальної нейрофізіології. Поняття «усвідомленість» та «медитація» остаточно втратили релігійну кореляцію. Таким чином, до початку 2000-х корпус американських та західноєвропейських популярних книг, наукових досліджень досяг значних розмірів, що дозволило ідеям усвідомленості поширитися на нові східноєвропейські регіони та імплікуватися зі своїми особливостями.

Проблема кваліфікації та сертифікації фахівців усвідомленості є однією з таких особливостей. В американському та західноєвропейському професійному середовищі існують асоціації, які підтримують постійне навчання, практику та розвиток інструкторів уважності.

Так у 2016 році було створено Міжнародну асоціацію інструкторів усвідомленості (ІМТА). Вони працюють з провідними програмами підготовки вчителів усвідомленості у США та за кордоном, щоб створити загальні критерії



навчання та підготовки для сучасних вчителів медитації. Деякі з провідних програм для вчителів включають зниження стресу на основі усвідомленості (MBSR) Університету Массачусетсу, UCLA Mindful Awareness Research Center при Каліфорнійському університеті в Лос-Анджелесі MARC та Центр здорового розуму при Університеті Вісконсину. Ці установи надають списки випускників та їх контактну інформацію, що також може стати гарантією послуг для споживача.

На східноєвропейських територіях процес формування професійних стандартів та стандартів навчання був розпочатий з середини 2010-х років та триває до сьогодні. Дотепер одним з найпопулярніших стандартів роботи інструктора практик усвідомленості є програма MBSR (програма зниження стресу на основі майндфулнес), запропонована основоположником практичної медитації Дж.Кабат-Зінном у 1979 [21].

Слід зазначити, що з'являються і нові освітньо-інструкторські програми-компіляти, що відповідають вимогам часу, економічним та соціальним запитам суспільства та освоюють повний обсяг поняття «усвідомленість». Такою, наприклад, є освітньо-інструкторська програма «Mindspot Mindfulness Instructors Training», розроблена Віктором Ширяєвим.

Аналіз розвитку професії інструктора практик усвідомленості на східноєвропейських теренах неможливий без точного розуміння, що стоїть за поняттям «усвідомленість».

В Оксфордському словнику англійської мови визначення поняття «усвідомленість» представлено у двох значеннях:

- факт запам'ятовування когось чи чогось та розгляду цього, коли ви щось робите;
- психічний стан, що досягається шляхом концентрації на цей момент, при спокійному прийнятті почуттів і думок, які приходять до вас, використовується як техніка, що допомагає розслабитися. [22]

У тлумачному словнику української мови «усвідомленість – абстр. ім. до усвідомлений. [23].

Відсутність єдиної термінології щодо практик усвідомленості та тих, хто їх освоїв, може бути обумовлена відносною новизною самого явища, історія якого на східноєвропейських землях у його секулярному варіанті розпочалася лише у 2010-х роках. Крім цього, важливо зазначити, що в мові, у професійних колах кореляція поняття «усвідомленість» і «стан моменту» виникла разом із самими практиками.

Згодом, з поширенням секулярної (світської) медитації у східноєвропейському професійному просторі словосполучення «практики усвідомленості», «практики уважності», «майндфулнес техніки», «практики спостережливості» стали використовуватися як синоніми.

Сьогодні *інструктор світської медитації та практик усвідомленості* – це спеціально навчений фасилітатор, який володіє:

- навичками присутності у моменті;
- навичками саморефлексії;
- здатний навчити цьому інших людей.

Мета інструктора усвідомленості – запропонувати учням інструменти, які сприяють проживанню моменту. Інструмент – це навички присутності у моменті та саморефлексії. Опанування цих інструментів допомагає клієнту вирішувати різноманітні життєві завдання та покращувати свій добробут.

Порівняльна характеристика інструктора практик усвідомленості та інших фахівців допомагаючих професій представлена в Таблиці 1.3.

*Таблиця 1.3*

### **Порівняльний аналіз представників допомагаючих професій**

	<b>Тілесний терапевт</b>	<b>Психолог</b>	<b>Коуч</b>	<b>Інструктор усвідомленості</b>
<b>Об'єкт уваги</b>	тіло	психіка	мотивація	якість уваги

<i>Продовж. Табл. 1.3</i>				
<b>Головний інструмент</b>	тілесні практики	розмова, метафоричні карти, регрес, гіпноз тощо.	питання	ментальні вправи, практики усвідомленості, споглядання
<b>Ціль роботи з фахівцем</b>	тілесна усвідомленість	саморефлексія, екологічне проживання травматичних дослідів	саморефлексія прояснення цілей	увага, самоусвідомлення, саморегуляція, самоперевершення
<b>Фокусировка</b>	на теперішньому	на минулому, теперішньому, майбутньому	на майбутнє	на даний момент, момент справжнього
<b>Навичка самопомоги</b>	-	-	+-	+

*Джерело: розробка автора*

Очевидно, що на карті допомагаючих професій, інструктор практик усвідомленості займає дуже особливе місце через предмет його професійної діяльності – людську увагу. До обов'язків інструктора практик уважності не входить розв'язувати проблеми людей, консультувати чи служити. До їхніх обов'язків також не входить надання медичних консультацій або проведення психотерапії. Самонавчання та навчання усвідомленості – це вузькоспеціалізована навичка, опанування якої вимагає багатогодинної роботи з увагою та корелюючими з нею когнітивними структурами.

Проте у класифікаторі професій України немає професії «інструктор практик усвідомленості». Такі регулятивні форми вимагають великого часового інтервалу для внесення до Реєстру. А ось в «Атласі нових професій» — спільної розробки Агенції стратегічних ініціатив та МШУ «Сколково» — серед нових

професій найближчого майбутнього визначені тренер з майнд-фітнесу, тренер творчих станів, розробник систем навчання станам свідомості [24].

Автори атласу зазначають, що раніше люди могли дозволити собі освоїти якийсь вузькоспеціалізований набір навичок та роками мати попит. Але тепер успішному професіоналу потрібен принципово інший рівень гнучкості — і для майбутніх професій буде вірною нова модель навичок [24]. Вона представлена у Таблиці №1.4

*Таблиця 1.4*

**Нова модель навичок (згідно з «Атласом нових професій»)**

<b>Тип</b>	<b>Опис</b>
<b>контекстні/ спеціалізовані навички</b>	Розвиваються та застосовуються у конкретному контексті: професійні навички (програмування конкретною мовою), фізичні навички (наприклад, керування автомобілем) або соціальні навички (наприклад, блогінг). У новому світі, де все швидко змінюється, це найповерховіші навички, які доводиться постійно оновлювати.
<b>крос-контекстні навички</b>	Їх можна застосовувати у ширших сферах соціальної чи особистої діяльності: навички читання, письма, тайм-менеджменту, навички роботи у команді. Їх потрібно підтримувати в тонусі та періодично доповнювати, але вони працюватимуть у різних професіях.
<b>екзистенційні навички – основа моделі</b>	Навички, які можна універсально застосовувати протягом усього життя: здатність ставити цілі та досягати їх (сила волі), самосвідомість/спроможність до саморефлексії (усвідомленість), здатність вчитися/розучитися/перевчитися (саморозвиток).

*Джерело: розроблено автором на [24\_с.468]*

Підбиваючи короткий підсумок вищесказаному, можна впевнено внести інструктора практик усвідомленості до списку спеціалістів, що допомагають, за наявності наступних ознак:

- структурована допоміжна діяльність майндфулнес спеціаліста;

- суб'єкт-суб'єктні відносини, що формуються під час взаємодії інструктора та клієнта – результат цієї взаємодії залежить від діяльності обох;
- високі етико-деонтологічні особистісні характеристики – турбота про ментальне здоров'я, здатність співпереживати, уважність, доброзичливість, готовність надати підтримку.

Сучасні програми мають високий освітній потенціал та виводять професію викладача світської медитації та практик усвідомленості у топ професій майбутнього, оскільки фахівець з майндфулнес безпосередньо взаємодіє з когнітивною сферою людини, розвиваючи навичку усвідомленості та навчаючи клієнтів застосовувати її у різних життєвих контекстах.

### **1.3. Менеджмент освітньо-інструкторських програм**

Менеджмент – це теорія, технологія та мистецтво управління, що постійно оновлюється банком новітніх ідей, практичних рекомендацій, звернення до яких дає можливість свідомо осмислювати та виконувати обов'язки менеджера як професійно підготовленого і функціонально обізнаного, тобто присутність елементів оптимізації управлінських структур відіграють важливу роль в системі освіти.

Як зазначає Т. Оболенська «співвідношення сучасного ринку освітніх послуг і ринку праці потребує як узгодження й оптимізації пропонування молодих фахівців, так і підвищення кваліфікації присутніх на ринку праці працівників, які <...> конкурентоспроможні на власному сегменті ринку праці» [25]. В Україні цей процес, починаючи з 2000-х, привів до появи програм та установ, що навчають нових компетенцій та видів діяльності.

Сьогодні неможливо не відзначити зростання інтенсивних семінарів, вебінарів, різноманітних курсів, лабораторій та майстер-класів в українському освітньому просторі. Все це свідчить, на наш погляд, про ривок у розвитку сучасного ринку освітніх послуг.

В економічній літературі немає єдиної думки, що таке освітня послуга. Виділяючи загальні елементи різних підходів, можна сказати, що освітня послуга – це:

- 1) система знань та вмінь, що використовується з метою задоволення освітніх потреб клієнта;
- 2) комплекс дій, спрямований на задоволення потреб клієнта;
- 3) діяльність освітнього закладу, спрямована на розвиток професійних компетенцій, необхідних для реалізації у процесі праці;
- 4) робоча сила, якість якої залежить від витраченої праці викладачів та учнів.

Таким чином, *можна визначити освітню послугу як комплексний процес, спрямований на передачу знань, умінь та навичок загальноосвітнього, професійного характеру споживачеві з метою задоволення та розвитку особистих, групових та суспільних потреб.*

Специфіка освітніх послуг проявляється у поєднанні традиційних характеристик послуг (невідчутність, невіддільність від джерела, непостійність якості, незбереження) та властивим лише їм рисам [26].

Невідчутність освітньої послуги зумовлена неможливістю її демонстрації, тобто ні в процесі, ні на момент остаточного отримання послуги її неможливо побачити, спробувати на смак, на дотик, почути тощо, в повному обсязі.

Сучасний менеджмент ставить перед освітніми послугами вимогу певної матеріалізації, щоб вони були відчутні для потенційного клієнта: ліцензія, документи про акредитацію, сертифікати, дипломи про освіту, навчально-методичні матеріали, а також інформаційні матеріали про методи, форми та умови надання послуг.

Ще одна характеристика послуг проявляється через нерозривний зв'язок освітніх послуг джерела: освітня послуга не існує окремо від виробника. В результаті купівлі-продажу такої послуги продавець втрачає право власності на

свій специфічний товар, але покупець такого права не набуває: товар купується і споживається в той самий момент часу.

Непостійність якості освітньої послуги обумовлено її здатністю до істотних змін залежно від того, хто, коли, як і де її надає.

Незбереження освітньої послуги означає, що її не можна зберігати для подальшої реалізації або використання. Зазначимо, що ця характеристика може бути обумовлена тим, що людині властиво забувати отриману у процесі навчання інформацію, а знанням властиво старіти.

До перерахованих вище характеристик послуг, на нашу думку, необхідно також додати таку особливість – відсутність володіння, тобто освітня послуга не є чиясь одноосібною власністю, нею може одночасно володіти значна кількість осіб.

Крім спільних з іншими послугами характеристик, *освітні послуги мають свої релевантні особливості*[27]:

- тривалість,
- оцінка якості послуги через призму майбутнього працевлаштування,
- дискретна періодичність (сезонність),
- зростання потреби у процесі споживання послуги,
- необхідність безпосередніх контактів між їх виробниками та споживачами,
- жорстка залежність якості освітньої послуги як від конкретного виробника, так й від конкретного споживача,
- підвищена працемісткість їх створення,
- тенденція до збільшення фондомісткості,
- відстроченість у виявленні результату,
- очікування споживача на можливість отримання доходу від освоєння спожитої послуги.

Ті особливі якості, які притаманні послугам у цілому, і ті виняткові характеристики, притаманні освітнім послугам, накладають відбиток на суб'єкти ринкових відносин.

Сучасний *менеджер додаткової освіти* повинен бути не тільки управлінцем-адміністратором, але й мати широкий спектр метанавичок, необхідних для ефективної реалізації освітніх послуг.

О. Мармаза зазначає, що суттєві відмінності менеджера нової генерації від традиційного обумовлені новими концептуальними та технологічними підходами до його діяльності, а саме «гуманізацією та демократизацією, людиноцентристським поглядом, управлінням за результатами, програмно-цільовим підходом до управління та іншими інноваціями в менеджменті» [28].

Для ефективної реалізації освітніх послуг у сучасному освітньому просторі, для реалізації професійних функцій менеджера в освіті необхідно розвивати:

- *емоційний інтелект* – тобто бути спеціалістом з управління людськими ресурсами, що має важливу з багатьох наявних форм людського інтелекту – емоційний інтелект, що впливає на активність людей у споживанні інформації, знань, компетенцій.

Вперше Д. Гоулман у «Emotional Intelligence» обґрунтував роль емоційного інтелекту як якості, що забезпечує як індивідуально-особистісну успішність, так і успішність у професійній кар'єрі [29].

- *комунікативні навички* – тобто вміння керувати взаємовідносинами та вибудовувати соціальні взаємозв'язки, щоб досягти інших бажаних результатів і досягти особистих цілей, а також здатність досягати взаєморозуміння з різними діловими партнерами та створювати гармонію. Компетентності, пов'язані з цією складовою, це: лідерство, вміння ефективно проводити зміни, управління конфліктами, вплив у процесі взаємодії, вміння створювати команду та керувати нею. [30]



- *навичка створення гармонійних для розвитку просторів*, А. Панфілова пропонує розглядати менеджера освітніх послуг як «соціального архітектора» [31].

- *навичка модерації* – тобто вміння структурувати роботу групи, а також вживати превентивні заходи проти фрустрації, пов'язаної з комунікацією та поведінковими реакціями працівників – учасників групової роботи. Контроль – одна з операційних функцій управління. Він сприяє забезпеченню стабільності, оптимальності функціонування послуги та її надання на вищому якісному рівні.

- *навичка фасилітації* – тобто вміння створювати команду, навичка, що прищеплює організації корпоративні принципи, реалізує мотиваційний підхід до управління та культури ділового спілкування. Фасилітативне управління дозволяє утримувати певну рівновагу між цілями та результатами, яких необхідно досягти, та можливостями реальних людей та способами досягнення.

- *навичка менторства* – тобто наставництво, вміння професіонала будувати відносини з людиною, яка не має досвіду діяльності у даному виді роботи [32]. Це може бути як класичне спонсорське наставництво (по вертикалі), так і наставництво, що розвиває, де взаємодія наставника й учня є взаємовигідною.

- *навичка роботи в онлайн-просторі* – тобто опанування вміння форматувати освітні послуги без втрати якості та надавати в онлайн-форматі. Як зазначає О. Аніщенко, онлайн-освіта – один із трендів організаційних форм освіти сьогодні [33].

- *маркетингові навички* – тобто бути інноватором, презентувати та продавати освітні послуги відповідно до умов, що швидко змінюються. В умовах пандемії COVID-19 організації, які змогли швидко відповісти на розширення онлайн-частки освітнього ринку в Україні модернізацією та

підстроюванням програм під онлайн-навчання, змогли зберегти бізнес і не зазнали серйозних збитків.

У зв'язку з вищесказаним ми можемо розглядати сферу додаткової освіти як інноваційний майданчик для створення та розвитку нових методик викладання, технологій та моделей інноваційних освітніх послуг.

Нові підходи до розуміння освітньої послуги, формування нових принципів управління у сфері освіти та освоєння менеджерами нових неспецифічних навичок забезпечують реалізацію головної мети будь-якого виду освіти – ефективного функціонування освітньої програми.

Освітньо-інструкторська програма – це комплекс освітніх послуг, спрямований на зміну освітнього рівня чи професійної підготовки споживача, забезпечений необхідними освітніми ресурсами [34].

Для ефективного функціонування в освітньому просторі освітня програма має пройти кілька етапів. Розглянемо ключові етапи менеджменту освітньо-інструкторських програм, представлені А.Панфіловою [35]:

*1 етап – аналіз проблем.*

Що змінить дана програма у соціумі та освітньому просторі? Аналіз відповіді це питання дозволить сформулювати місію освітньо-інструкторської програми та визначити її соціальну роль розвитку суспільства.

*2 етап – визначення цільової аудиторії програми.*

Хто є безпосереднім споживачем послуг: стать, вік, інтереси, мотивація? Споживач – це суб'єкт освітньої діяльності, який задовольняє свої особисті, сімейні, професійні та інші потреби у результаті освоєння освітньо-інструкторської програми чи участі в освітньому проєкті. Основним споживачем освітньо-інструкторської програми може бути: людина, яка відчуває потребу у розвитку компетенцій, бізнес, організація, суспільство та соціальні інститути, держава. Ясність цього пункту обумовлює подальший

вибір стейкхолдерів, педагогічних моделей та освітніх форматів надання послуги.

*3 етап – вибір стейкхолдерів (зацікавлених партнерів чи правовласників) програми.*

Слід зазначити, що стейкхолдери як зацікавлена сторона націлені на досягнення якісних результатів реалізації освітньо-інструкторської програми та можуть залучатися вже на етапі пошуку ресурсів.

*4 етап – формулювання конкретних цілей та завдань програми: освітніх, культурно-просвітницьких, соціальних.*

*5 етап – прогнозування конкретних результатів у процесі реалізації освітньо-інструкторської програми: що має змінитися у споживачів після закінчення програми.*

*6 етап – вибір методів, засобів, технологій та форматів для досягнення цілей освітньо-інструкторської програми: тривалість навчання, педагогічні технології та моделі навчання, навчально-методичний супровід освітньо-інструкторської програми, фонди оцінювальних засобів, які дозволять здійснити діагностику рівня формування компетенцій та реалізувати сертифікацію учнів, маркетинг.*

*7 етап – розробка сценарного плану: визначення послідовності та тривалість кожного елемента програми, уточнення формату взаємодії учнів.*

*8 етап – пошук та визначення ресурсів, необхідних для реалізації поставленої мети освітньо-інструкторської програми: технічне оснащення, методологія, педагогічна модель, людський ресурс.*

*9 етап – оцінка ризиків та соціальної відповідальності.*

Ризики освітньо-інструкторської програми можуть як лежати у зовнішньому середовищі: економічна нестабільність, висока конкуренція, так і бути внутрішньоорганізаційними: недостатня компетентність робочого складу,

важкий психолого-емоційний фон, людський чинник, низька вмотивованість виконавців.

Своєчасне виявлення ризиків та реалізація профілактичних заходів дозволить реалізувати освітньо-інструкторську програму на високому рівні.

А корпоративну соціальну відповідальність підприємства для формування корпоративної стратегії можна розглядати як спосіб ефективного управління соціальними та бізнес-процесами з метою забезпечення позитивного впливу компанії на суспільство[36].

*10 етап – запуск та реалізація освітньо-інструкторської програми.*

*11 етап – збирання та структурування зворотного зв'язку по завершенню освітньо-інструкторської програми, висновки.*

Варто зазначити, що запуск та реалізація освітньо-інструкторської програми неможливі без попередньо проведених маркетингових досліджень щодо визначення ринку освітніх послуг, унікальності наданої послуги, цінової політики, позиціонування та просування освітньо-інструкторської програми.

Маркетингова стратегія продукту обов'язково передбачає такі стадії [35]:

1. аналіз ринкових можливостей та маркетингового середовища (SWOT, SMART, Marketing-mix 4P, 5P, 7P);
2. сегментування ринку освітніх послуг (методики визначення профілів споживачів: VALS-1, VALS-2, LOV, RISC, Schwartz);
3. формування унікальності освітньої послуги (унікальна торгова пропозиція, ключова конкурентна перевага, ключова компетенція, копірайтинг, комерційна пропозиція, бриф);
4. ціноутворення – встановлення адекватної ціни освітніх послуг відповідно до особливостей цільового сегмента, визначення цінового ліфта та формування цінової політики;
5. позиціонування (акцентування на унікальних властивостях освітньої послуги);

б. просування (методи, бренд, імідж, престиж).

*Підбиваючи підсумки розділу*, відзначимо актуальність та потрібність професій соціономічного профілю. Специфіка професійної взаємодії (суб'єкт – суб'єкт) дозволяє бути соціально значущими протягом десятиліть. Проте, якщо значущість соціономічних професій відзначається абсолютною більшістю дослідників, то релевантні ознаки та система базису якості освіти практиків, що допомагають, характеризуються неоднорідністю.

Діяльність допомагаючого практика на ринку праці в умовах конкурентного середовища починає розглядатися як унікальний продукт, створений для вирішення запиту клієнта, що тягне за собою зростання значущості підприємницьких і менеджерських навичок допомагаючого спеціаліста.

Особливо гостро це питання постає для професій, що допомагають новій генерації – які виникли та оформилися в українському освітньому просторі у 2010-2020 роках – зокрема, для майндфулнес фахівців. Однак у класифікаторі професій України немає професії «інструктор практик усвідомленості». Такі регулятивні форми вимагають великого часового інтервалу для внесення до Реєстру.

Проте, безперечно, інструктор практик усвідомленості – допомагаючий практик. Низка проблем (різноманітність термінологічних описів, відсутність єдиних стандартів якості тощо) обумовлена новизною цього явища в українському освітньому просторі. Сьогодні інструктор світської медитації та практик усвідомленості – це спеціально навчений фасилітатор, який:

- володіє навичками присутності у моменті;
- має навички саморефлексії;
- здатний навчити цьому інших людей.

Розвиток суспільства та технологій призводить до формування нових вимог до якості та рівня освіти, що породжують нові виклики для виробників

освітніх послуг. Виробники освітніх послуг стикаються з їх дискретністю, необхідністю безпосередніх контактів між їх виробниками та споживачами, жорсткою залежністю якості освітньої послуги, як від конкретного виробника, так і від конкретного споживача, підвищеною працемісткістю їх створення.

Ті особливі якості, які притаманні послугам у цілому, і ті виняткові характеристики, притаманні освітнім послугам, накладають відбиток на суб'єкти ринкових відносин. Сьогодні менеджеру освітніх послуг для успішної реалізації освітньо-інструкторських програм необхідно мати широкий спектр професійних та метанавичок: модерації, фасилітації, менторства, комунікативні навички, емоційний інтелект, навички маркетолога тощо.

У зв'язку з вищесказаним, ми можемо розглядати сферу додаткової освіти як інноваційний майданчик для створення та розвитку нових методик викладання, технологій та моделей інноваційних освітніх послуг. Сучасний процес створення освітньо-інструкторських програм та управління ними має враховувати актуальні тенденції розвитку суспільства та технологічні аспекти. Потрібними та актуальними стають освітньо-інструкторські програми, які пропонують навчання «під ключ»: з видачею сертифікату, правом та досвідом практики й викладання.

Нові підходи до розуміння освітньої послуги, формування нових принципів управління у сфері освіти та освоєння менеджерами нових неспецифічних навичок забезпечують реалізацію головної мети будь-якого виду освіти – ефективного функціонування освітніх програм.

## РОЗДІЛ 2

### МЕНЕДЖМЕНТ ОСВІТНІХ ПОСЛУГ ОСВІТНЬОГО ЦЕНТРУ «MINDSPOT»

#### 2.1. Стратегічний менеджмент «Mindspot»

Центр «Mindspot» діє з 2017 року. У перший рік компанія розвивалася як івент-майданчик: у центрі проводилися практики з різних напрямків для дорослих та дітей, спеціалісти організували зустрічі та дискусії фахівців з практик усвідомленості з усієї України, а викладачі «Mindspot» організували виїзні практики (ретрити мовчання, індивідуальні програми) у Києві, Харкові, Дніпрі, Івано-Франківську, Вінниці.

У подальшій історії центру є низка успішних кейсів інтеграції практик усвідомленості у публічному та корпоративному секторі:

- інструктори центру розробили та провели понад 8 потоків спеціалізованого 8-тижневого курсу «Як практики уважності змінюють шкільний клімат?».

- виступали для широкої аудиторії вчителів (понад 2000 осіб) України на конференціях та публічних обговореннях, організованих партнером EdCamp – платформою для підтримки практикуючих та майбутніх педагогів у партисипативному підвищенні кваліфікації протягом життя (входить до топ-100 світових освітніх інновацій за версією HunderED) [37].

- 16-19 листопада 2018 року в Одесі, Києві та Львові пройшов перший всеукраїнський форум «Life Engineering Forum» про смисли та майбутнє усвідомленості у XXI столітті. [38]. Форум об'єднав понад 1000 учасників, у його рамках відбулася панельна дискусія між представниками корпоративного сектору, держави та спеціалістами у сфері майндфулнес.

- восени 2021 року освітній центр «Mindspot» виграв грант на право представляти Україну у проєкті «You(th) in the moment» в рамках некомерційної програми Європейського Союзу з обміну студентами та викладачами «Еразмус» [39]. Разом з освітніми організаціями Естонії, Швеції, Італії, Греції, Латвії

команда центру бере участь у створенні майндфулнес програм для соціальних працівників, які контактують з молоддю.

Організаторська та популяризаторська діяльність центру «Mindspot» — додаткові напрямки роботи.

*Основне завдання центру* – це формування та розвиток професійної спільноти в Україні через надання освітніх послуг у сфері практик усвідомленості.

Для цього команда центру розробила інфраструктуру. Під інфраструктурою управління навчальним закладом розуміється сукупність умов (наука, інформація, кадри) і суб'єктів (люди, організації, установи, громадські об'єднання), які забезпечують виробництво, упровадження та поширення в «Mindspot» нововведень, що «дозволяють поліпшити якість освітнього процесу та отримати освітній, економічний, соціальний чи іншого виду ефект» [40 ].

З 2017 по 2022 роки фахівці центру провели понад 20 потоків тематичних профільних курсів, навчили практикам mindfulness понад 370 вчителів, випустили 74 сертифікованих інструктори для дорослих та 14 майндфулнес інструкторів для дітей з України, Білорусі, Молдови, Росії, Латвії, Китаю. Понад 6986 осіб стали клієнтами центру за цей час. Це результати *освітньої стратегії центру*.

Стратегія «Mindspot» передбачає багатовимірні, довгострокові, продумані, активні, наполегливі й скориговані, за потреби, дії керівництва і всього персоналу, що забезпечують поетапне ефективне вирішення завдань, досягнення цілей, виконання місії центру [41]. До стратегії входить популяризація та проведення програм у наступних напрямках (див. рис. 2.1):

1. популяризація та просвітництво у темі практик усвідомленості (онлайн-курси «Базова усвідомленість», «Емоційне благополуччя» та інші, ведення сторінки центру в Instagram);

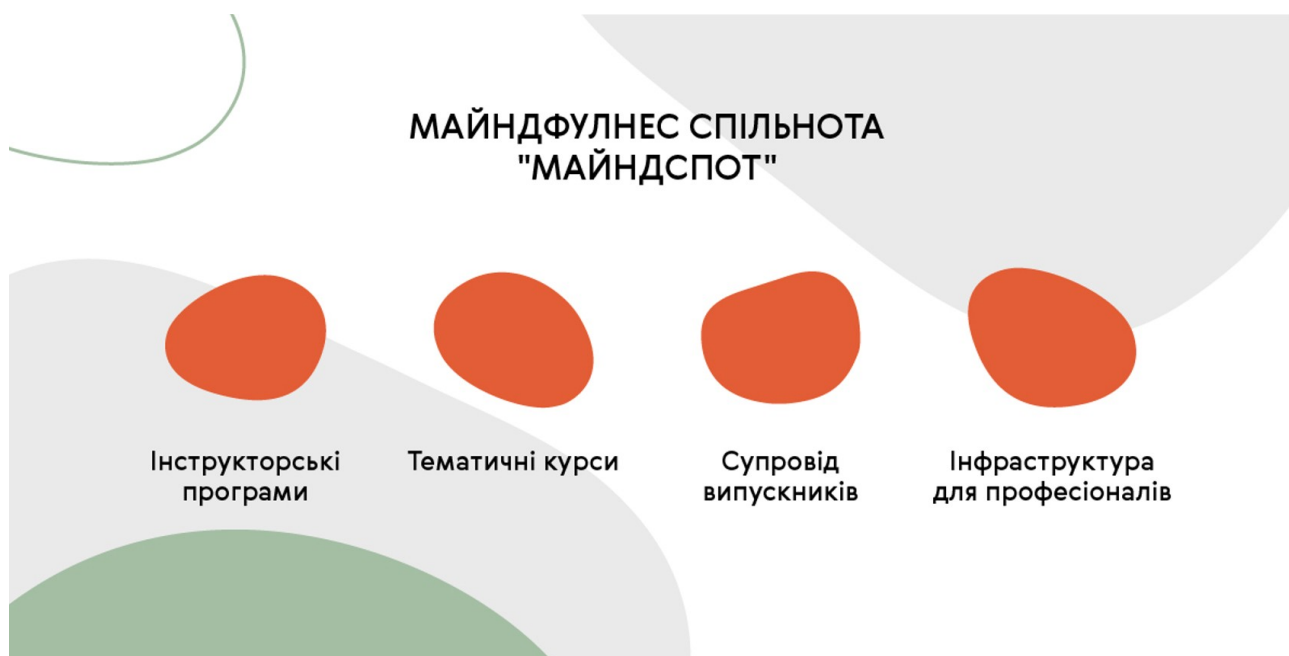


2. розробка, проведення та оновлення освітньо-інструкторських програм для дорослих (ММІТ 1, ММІТ 2). На кінець 2021 року професійна спільнота інструкторів практик усвідомленості об'єднувала 8 країн та понад 7000 фахівців.

3. розробка та проведення навчання інструкторів для роботи з дітьми. Компанія обрала шлях соціальної відповідальності та підтримки української середньої школи – понад 350 вчителів зі 110 шкіл України були навчені практикам усвідомленості. Наступний крок у цьому напрямі та мета на 2022 рік – розробка базових відеокурсів про майндфулнес для понад 450 000 вчителів українських шкіл;

4. супровід випускників на початковій стадії становлення як спеціаліста (ретрити, супервізії);

5. підтримка та створення інфраструктури для зростання й розвитку фахівців з майндфулнес (інтервізія, ретрити для досвідчених практиків, запрошені фахівці та ін.)



**Рис. 2.1** Майндфулнес спільнота «Mindspot»

*Джерело: власна розробка автора*

Восени 2021 року в Карпатах команда Mindspot провела виїзну дводенну стратегічну сесію. Серед внутрішньо командних завдань, які були поставлені перед стратегічною сесією, можна виділити такі:

1. Цілісна стратегія розвитку 2024
2. Роль інструктора та очікування від нього
3. Перехід на наступний рівень розвитку організації
4. Формулювання спільних цінностей організації
5. Підтримка корпоративної культури: правила комунікації, традиції та ритуали
6. Вектор та амбіції керівництва
7. Згуртуватися навколо спільної мети
8. Сформулювати місію 1 пропозицією
9. Адаптація нових членів команди
10. Розподіл ролей: система, організаційна структура
11. Ревізія досвіду, продукту, команди, процесів
12. Синхронізація команди/цілей
13. Визначення ніші та позиціонування
14. Втілення ідей майндфулнес
15. Аналіз структури, хаотичності в процесах
16. Прояснення потреб/інтересів автора програм та співзасновника
17. Розподіл ролей, функцій, завдань, команди.

Серед зовнішніх завдань освітньої діяльності центру на стратегічній сесії обговорювалися наступні:

1. Розуміння цінності діяльності центру – що робить центр для світу
2. Надання досвіду – оцінка того, що вже зроблено
3. Визначення амбітних можливостей – збирання зон зростання
4. Вибір пріоритетного напрямку
5. Послідовна та системна побудова екосистеми

6. Цінність майндфулнес для широкої аудиторії.
7. Ревізія цільової аудиторії
8. Визначення партнерів та конкурентів (психологи, коучі, НГО, держава)
9. Ревізія професійної спільноти, її сегментація
10. Позначити корпоративну соціальну відповідальність
11. Визначити хто ми: бізнес із КСВ чи соціальні підприємці
12. Сформулювати посліл для широкої цільової аудиторії
13. Створення ціннісних пропозицій для різних сегментів ЦА
14. Брейншторм із вигадування продуктів для нової аудиторії: дітей, сім'ї
15. Обговорення COVID-ризиків та можливостей.

За підсумками проведеної стратегічної сесії було сформульовано та уточнено місію та візію проєкту.

У майбутньому команда «Mindspot» бачить себе в українському та онлайн просторі інститутом, який формує стандарти якості у сфері майндфулнес освіти, має право сертифікації та інтегрований у міжнародний контекст.

*Візію «Mindspot» на 2030-2035 роки можна визначити так:*

- 26% людей у Східній Європі, зокрема в Україні від 20 до 55 років, погоджуються з тим, що важливо підтримувати та піклуватися про своє ментальне здоров'я. 13% знають про майндфулнес, а 2% мають позитивний досвід використання методу усвідомленості для себе.

- Практики усвідомленості – звичний інструмент і для спеціалістів, 40% з яких лояльні до інструментів і методів майндфулнес, а 10% використовують їх у своїй роботі.

- Клієнтам центру доступна широка лінійка інформаційних, навчальних та підтримуючих майндфулнес-продуктів у всіх українських райцентрах та містах-мільйонниках, а також онлайн.

Реалізація цих цілей можлива через формування сильної освітньої організації, здатної генерувати прибуток і бути фінансово стійкою, розширювати свою присутність на ринку через створення ефективної бізнес-моделі [40], надання ключових послуг, успішна побудова команди та підвищення ефективності.

Розробка місії є важливим та відповідальним етапом у процесі стратегічного планування діяльності та управління навчальним закладом, а її формування має вирішальне значення у майбутньому щодо подальшого функціонування закладу [42].

*Місія «Mindspot»* – підвищення якості життя клієнта, допомога в усвідомленні потреби та надання можливості турбуватися про своє ментальне здоров'я через можливості майндфулнес практик.

У зв'язку з цим на стратегічній сесії командою освітнього центру була сформульована *лінія розвитку на найближчі 4 роки*, яка передбачає роботу у кількох напрямках:

- 1) навчання – розширення продуктової лінійки, підвищення якості послуг;
- 2) розвиток професійної екосистеми – супровід та сертифікація спеціалістів;
- 3) масштабування – формування та посилення бренду компанії, актуалізація соціальної місії, участь у міжнародних проєктах, грантах, маркетинг у соціальних мережах, збільшення B2B продажів, співпраця з лідерами думок в Україні та відкриття офісу у Києві.

*Бренд* – це комплекс понять, які узагальнюють уявлення людей про відповідний товар, послугу, компанію або особистість. [43] Бренд освітньої установи включає в себе:

- образи позитивної візуалізації;
- проголошені цінності,
- норми та правила;

- якість освітніх послуг;
- корпоративну культуру;
- відповідальність усіх суб'єктів установи.

Важливу роль у досягненні названих цілей грає етап створення іміджу освітнього закладу. Це сприяє підвищенню конкурентоспроможності освітньо-інструкторських програм на ринку майндфулнес послуг, залученню інвестицій, встановленню та розширенню партнерських зв'язків.

Імідж ми розуміємо як символічний образ суб'єкта чи об'єкта, що характеризується динамічністю, неподільною єдністю чуттєвих та змістовних компонентів та відтворює потреби соціальної групи. Імідж – це цілеспрямовано створена форма зображення певного продукту «Mindspot» та самого центру у свідомості інших людей. Формування іміджу освітньо-інструкторських програм та самого центру є одним із ключових завдань «Mindspot» на 2022 рік та передбачає поетапний рух за наступними пунктами [44]:

1. виявлення соціальних груп, зацікавлених у наданні освітніх послуг, сформованих уявлень про установу;
2. з'ясування актуальних уподобань та очікувань аудиторії центру – офлайн та відвідувачів сайту і соцмереж;
3. розробка концепції та створення іміджу освітньої установи;
4. формулювання іміджевих цілей та способів їх досягнення;
5. безпосереднє формування іміджу через реалізацію освітньо-інструкторських програм;
6. моніторинг та подальше вдосконалення іміджу «Mindspot»

Позначимо ще один стратегічний елемент розвитку - структуру управління [45] та розглянемо рівень відповідності принципів побудови команди освітнього центру завданням його розвитку.

Участь у розробці іміджевої карти центру і в цілому – у прийнятті стратегічних рішень – це одна з відмінних рис викладацького складу «Mindspot». Ще одна характеристика – це відданість ідеям та філософії майндфулнес: лекторами центру можуть стати лише випускники освітньо-інструкторських курсів ММІТ, ММІТ 1 та ММІТ 2. Викладачі центру входять до складу співробітників освітнього центру.

На цьому етапі розподіл функцій між співробітниками представлений наступними ролями.

1. Автор проєкту. Обличчя бренду, автор концепції створення центру, ідеолог, носій ідеї усвідомленого підходу у житті.

2. CEO (Chief Executive Officer) – генеральний директор.

3. Головний бухгалтер.

4. Матеріально-технічний відділ – клінінг та майстри ремонту;

5. Адміністратори;

6. Методолог;

7. Project менеджери;

8. Маркетолог;

9. Фахівець SMM;

10. Дизайнер;

11. Контент-фахівець;

12. Клієнт-менеджер/ менеджер з продажу;

13. Майндфулнес інструктори.

Докладно функції кожної посади розписані в Додатку А.

Відповідно до класичної моделі життєвих циклів та розвитку організації, розробленої у 1970-х професором Гарвардської школи бізнесу Ларрі Грейнером, в організаційному розвитку компанії визначається 6 етапів [46]:

1. творчість

2. управління
3. делегування
4. координація
5. співпраця
6. ріст через створення альянсів

Важливо зазначити, що за результатами обговорень на стратегічній сесії команда *Mindspot* перебуває на етапі управління та переживає кризу автономії. Тільки адміністратори та фахівці з маркетингу переходять у фазу делегування.

Ще однією відмінністю команди є її багатофункціональність: один і той же співробітник може виконувати суміжні функції в залежності від поставлених завдань: так, наприклад, автор проєкту може виступати методологом і розробником навчальної програми, а CEO бути викладачем індивідуальних програм майндфулнес.

Багатофункціональність педагогічного складу центру дозволяє бути гнучкими на ринку освітніх послуг та підтримувати високий рівень конкурентоспроможності у нестабільних ринкових умовах та вирішувати поставлені на стратегічній сесії завдання без залучення додаткових кадрів.

Порівняно новим елементом стратегічного менеджменту вважають *організаційну культуру* [47]. Складовими організаційної культури «Mindspot» є філософія майндфулнес, яка виражає:

- зміст існування школи та ставлення до її працівників (не лише педагогів) і учнів;
- пріоритетні цінності рівності та поваги;
- норми і правила поведінки, які визначають принципи взаємовідносин в організації;
- атмосферу в освітній установі та стиль взаємодії із зовнішнім середовищем; порядок проведення певних церемоній.

## 2.2. Програмна діяльність «Mindspot»

На щорічній сесії у січні 2020 року учасники Всесвітнього економічного форуму в Давосі запустили «Революцію перепідготовки» — ініціативу, яка ставить за мету до 2030 року забезпечити 1 мільярд людей найкращими навичками, освітою та робочими місцями. В підсумковому звіті «Професії майбутнього» спрогнозували вектор розвитку професійної сфери. Зі звіту випливає, що більшість компетенцій майбутнього є когнітивними та пов'язані з якістю уваги (див. Рис. 2.2) [48].



**Рис. 2.2 Топ-10 навичок 2025 року**

*Джерело: [48]*

Зростання інтересу до теми ментального здоров'я на міжнародному рівні призводить до появи нових можливостей на ринку освітніх послуг – гранти, розробка мобільних програм, колаборації.

Сучасний ринок майндфулнес послуг характеризується переходом в онлайн-формат, що сприяє розширенню конкурентного середовища та виводить питання конкурентоспроможності компанії на перший план: утримання лідерства в обраній ніші та виділення компанії на тлі конкурентів є одним з актуальних пріоритетів маркетингової стратегії центру «Mindspot».

У широкому сенсі конкуренцію програмної діяльності центру можуть скласти заходи, присвячені темам ментального здоров'я, заходи, що проводяться



фітнес-тренерами, психологами, ембодимент-практиками, коучами, нлп-тренерами та представниками езотеричних професій.

Перевагою освітньо-інструкторських програм «Mindspot» серед цих конкурентів є їхня секулярність (нерелігійність), наукова обґрунтованість та відповідність високим стандартам якості та етики. Крім цього, придбання програм освітнього центру «Mindspot» відкриває доступ до професійної спільноти практиків усвідомленості, куди входять понад 7000 представників професії з більш ніж 8 країн.

За 4 роки існування освітнього центру, продуктова лінійка «Mindspot» зазнала якісних та кількісних змін. Сьогодні це понад 30 освітніх послуг у ніші практик усвідомленості, які можна розділити на кілька категорій залежно від (див. Таблицю 2.1):

- змісту (тематичного/професійного),
- формату (онлайн/офлайн),
- характеристики цільової аудиторії (широка/вузька) тощо.

Таблиця 2.1

### Продуктова лінійка освітнього центру «Mindspot»

Категорія	Продукти та формати
<i>Навчання</i>	«Базова усвідомленість» з Віктором Ширяєвим, «Емоційне благополуччя», «Усвідомлена продуктивність», «Робота зі стресом»
<i>Професійне навчання</i>	ММІТ 1, ММІТ 2, ММІТ Kids
<i>Ретрити</i>	Ретрит одноденний онлайн, ретрит одноденний офлайн, ретрит одноденний онлайн для просунутих, виїзні ретрити
<i>Промо-івеннти</i>	Вебінар, марафон, практикум, ефіри в інстаграм

<i>Продовж. Табл.2.1</i>	
<i>Індивідуальні заняття</i>	Одноразові, пакетна система
<i>B2B</i>	Вебінар, марафон, практикум, ретрит, Tailor-made програма, базові заняття, пакет індивідуальних тренувань
<i>Підтримка спільноти</i>	Інкубатор, група підтримки, зустрічі профспільноти в Одесі, інтервізії, супервізії
<i>Учительські</i>	Онлайн-курси, спільнота Mindfulness-Ukraine
<i>Інше</i>	Зустрічі Slow Art, практики в Зеленому театрі

*Джерело: власна розробка автора*

Детальний огляд продуктів «Mindspot», їхня цільова аудиторія та конкурентні переваги представлені у Додатку Б.

Вони, згідно з методичними рекомендаціями, можуть стосуватися: якості продукту (послуги); ціни товару; умови надання послуги; зручності та доступності споживання; репутації (бренду) продукту. [49]

У рамках магістерської роботи раціональним є розгляд конкурентних переваг кожної категорії продуктів.

Серед конкурентних переваг освітніх та інструкторських програм – методологія, програма, роздатковий матеріал, практичний аспект, можливість просунути у темі та отримати результат, група підтримки на практиці. Докладніше вони будуть розглянуті в наступному розділі диплома.

Переваги ретритів «Mindspot» – формат, простір, доступність, результат, ведучі.

Вигоди промо-івентів для клієнта – користь, доступність інформації, знайомство з методом та інструкторами, а для центру – охоплення, ліди.

Серед переваг індивідуальних форматів – індивідуальний підхід, зручний для клієнта формат/оплата.

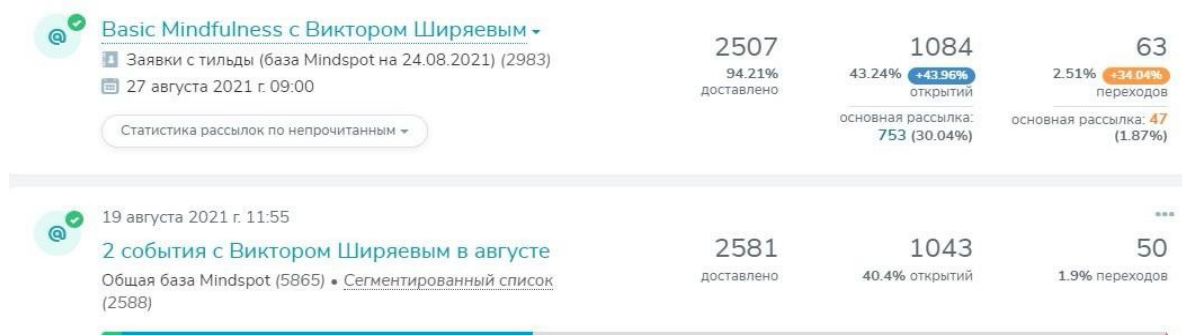
Плюси майндфулнес продуктів для корпоративного сегмента клієнтів – індивідуальний підхід, ексклюзивна пропозиція, гнучкість, експертність, результативність навчання.

Завдання підтримки професійної спільноти вирішують кілька продуктів, що розроблені центром. Клієнти інкубатора отримують унікальний продукт, 6 місяців практичного досвіду у бізнесі, можливість використання розвинутої інфраструктури продукту. Клієнти груп підтримки – підтримку у практиці та почуття приналежності до групи однодумців – із загальними інтересами та професійним бекграундом. Плюси регулярних зустрічей професійної спільноти офлайн в Одесі – спілкування, навчання через розвагу, нетворкінг.

Продукти центру, розроблені для вчителів, дозволяють підтримувати сформовану педагогічну майндфулнес спільноту в закладах освіти, роблять «Mindspot» впізнаваним та реалізують соціальну відповідальність компанії.

Практики на свіжому повітрі у «Зеленому театрі» (Одеса) приваблюють доступністю, атмосферою. Потенційному клієнту потрібно докласти мінімум зусиль для покупки продукту – це точка входу у майндфулнес.

Конкурентні переваги Slow art (спостереження за творами мистецтва) – унікальність формату, новий погляд на мистецтво, точка входу у майндфулнес, можливість партнерства з музеями.



**Рис. 2.3. Інтерес користувачів до продуктів «Mindspot»**

*Джерело: скриншот статистики розсилки корпоративної пошти центру*

На 2022 рік спеціалістами «Mindspot» заплановане розширення лінійки продуктів, діяльність та послуги для допомагаючих спеціалістів, пов'язані з популяризацією практик усвідомленості та підтримкою професійної спільноти:

- спецкурси
- супервізія
- інтервізія
- майстермайнди
- групові сесії
- введення абонементів
- методологічна підтримка випускників
- участь у професійних конференціях
- здобування грантів.

Модернізація освітньо-інструкторських програм центру проходитиме за 4 напрямками згідно з аналізом ринкових можливостей та маркетингового середовища – концепції 4P (product, price, placement, promotion) Е. Дж. Маккарті [50 ]:

- У галузі продукту – додавання тематичних блоків розвитку підприємницьких компетенцій, розмежування доступів до можливостей профспільноти залежно від статусу учня; розроблено офлайн-блоки (ретрит у Карпатах) тощо.

Так, наприклад, з 2021 року освітньо-інструкторська програма ММІТ зазнала змістовних, методологічних змін й у 2022 проводитиметься в новому – послідовному, ступеневому форматі: ММІТ 1 (перший ступінь) та ММІТ 2 (другий ступінь). Ці зміни обумовлені у тому числі ринковими механізмами, що вимагають від сучасної системи освіти зміни оцінювальних підходів до професійного фахівця, у тому числі допомагаючому практику.

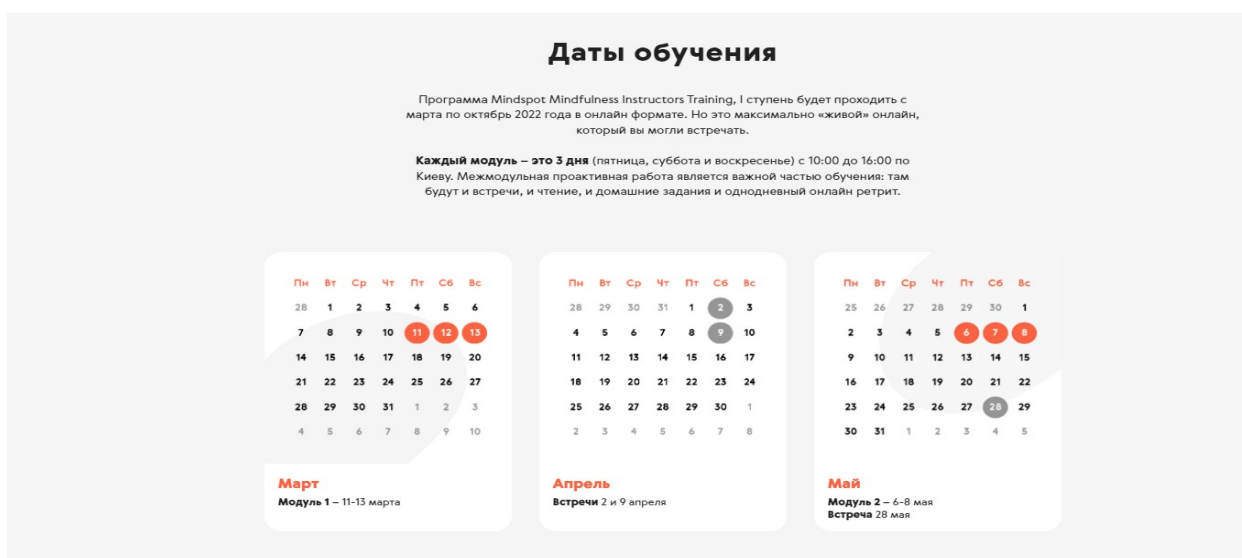
Трансляція теоретичних знань у рамках навчання інструкторів усвідомленості за 3 роки набула сталої освітньої форми. Це дозволило при розробці нової програми приділити увагу та час розвитку надпрофесійних (у тому числі підприємницьких) компетенцій.

- У сфері цінової політики, яка є ключовим елементом для навчальних закладів, де основа фінансування – оплата навчання. Правильне позиціонування «Mindspot» й освітньої програми з погляду ціни послуг як “з оптимальним поєднанням якості й ціни” є важливим компонентом маркетингової стратегії центру. Випускники також опосередковано характеризують якість освітніх продуктів «Mindspot». Залежно від рівня підготовки й набору наявних у них знань і вмінь, їхня стартова зарплатня на ринку праці є різною та відбиває якість наданих навчальним закладом освітніх послуг. [51]

- перегляд підходів до формування ранньої ціни, умов розстрочки, витрати на планування та реалізацію програми.

- У місцях продажу – оновлення опису на сторінці в Інстаграм, розміщення детальної інформації про ММІТ 1 та ММІТ2 (календарний план, ілюстративна інформація, дати модулів тощо).

- У сфері маркетингової стратегії та каналів просування – покращення показників читання розсилок, апробація AIDA-підходу до залучення користувачів в Інстаграм, формування завдань на 2022 рік.



**Рис. 2.4** Приклад оформлення сторінки освітньо-інструкторського курсу ММІТ1 на сайті центру  
Джерело: скриншот, власна розробка автора

Модернізація освітніх програм та послуг центру сприяє залученню нових клієнтів і зумовлює підвищення лояльності та як наслідок сприяє появі повторних покупок у постійних клієнтів. Таким чином, цикл, який проходить клієнт центру, може бути представлений наступним чином (див. Таблицю 2.2).

Таблиця 2.2

### Шлях клієнту «Mindspot». Повний цикл

0	Пости в Інстаграм, ефіри, марафони безкоштовно
1	Ретрити 1 дн, вебінари, практикуми, конференції
2	Ретрити 5-10 днів, програма/курс для допомагаючих професій, спец.курси
3	Інкубатор, ММІТ-1
3.1	ММІТ-2
4	Інтерв'їзія, Сертифікація+++ , Абонемент

Джерело: власна розробка автора

### **2.3. Місце освітньо-інструкторських програм «Mindspot» на ринку програм усвідомленості для допомагаючих професій в Україні та закордоном**

Економічний та соціальний розвиток суспільства тісно корелює з освітніми процесами, насамперед це відображається у формуванні запиту та зростанні затребуваності специфічних освітньо-інструкторських програм.

У звіті ВЕФ за 2020 рік «Майбутнє професій» були опубліковані пріоритети онлайн-навчання на базі онлайн-платформи Coursera.org у семи економічних кластерах. Кластер «Економіка догляду» є широким і вміщує в тому числі навички професій соціономічного типу. У рамках нашого дослідження особливо цікавою є навичка медитації, представлена в підрозділі «Наука про благополуччя» в кластері «Економіка догляду». Ця ж навичка представлена як критично важлива для опанування в кластері «Продажі, маркетинг та контент» [52].

Вочевидь, у суспільстві розширюються сфери застосування навичок роботи з увагою. У цьому ракурсі освітньо-інструкторські програми майндфулнес набувають ключового значення, оскільки дозволяють як освоїти практики усвідомленості, так і навчити ним інших людей.

Проблеми, з якими стикається молодий ринок майндфулнес освітніх послуг, були розглянуті в першій частині дипломної роботи. Тут лише зазначимо, що на східноєвропейських територіях процес формування професійних стандартів навчання майндфулнес перебуває на початковій стадії. Діяльність інструкторів усвідомленості не ліцензується, оскільки відсутній регуляторний орган. Гарантом якості послуг певною мірою може виступати рівень та досвід викладацького складу та система, за якою учень проходить навчання та сертифікацію.

У західній традиції сертифікація є обов'язковою умовою завершення більшості фундаментальних освітньо-інструкторських програм, тим самим гарантуючи якість роботи учнів, що випускаються.

Одним із найпопулярніших стандартів роботи інструктора практик усвідомленості є програма MBSR (Mindfulness-based stress reduction) – це 8-ми тижнева науково обґрунтована програма з використання практик усвідомленості для зниження стресу, що реалізує британський стандарт якості [53]. Сертифікований за нею інструктор отримує право викладати цей курс та навчати інших його викладати.

Змістовно програма була розроблена в Медичному центрі Массачусетського університету в 1970-х роках професором Джоном Кабат-Зінном і з того часу не змінювалася [54]. На європейському просторі ця програма часто використовується без змін (з франшизи) або адаптується автором – у цьому випадку на ринок виходить авторський курс.

Другим за популярністю серед фахівців, що допомагають професій, є курс МВСТ (Mindfulness-based cognitive therapy) — це підхід у психотерапії, який використовує методи когнітивно-поведінкової терапії разом із практиками усвідомленості та аналогічними психологічними стратегіями для лікування депресивних станів [55].

Серед сучасних західних програм, що не мають жорстких тематичних рамок та дозволяють освоїти навички соціальної медитації всім охочим, можна назвати систему УМ (Unified Mindfulness) [56]. Вона була розроблена відомим дослідником і практиком медитації Шинзеном Янгом і є компілятом адаптованої буддійської концепції п'яти скандг і нейрофізіологічних досліджень [57]. Основними характеристиками цієї програми, що стала квінтесенцією 50-річного досвіду американського вченого, є секулярність, що дозволяє медитувати незалежно від присвяченості та релігійних переконань, і точність – гранична ясність у описах та наукова обґрунтованість формулювань.

Саме ця програма стала основою першого в Україні та східноєвропейському просторі професійного курсу інструкторів практик усвідомленості Mindspot Mindfulness Instructors Training (ММІТ), розробленого



у 2017 році учнем Шинзена Янга Віктором Ширяєвим [58]. Цей курс зберіг принципи секулярності та наукової обґрунтованості.

У 2020 році на східноєвропейському освітньому ринку майндфулнес з'явилися нові учасники: освітньо-інструкторський курс MBSR центру MindUP [59], який працює за франшизою Mindful Academy Soltereno [60], та авторська освітньо-інструкторська програма проєкту «Жити уважливо» [61], розроблена Максимом Кузьмінім.

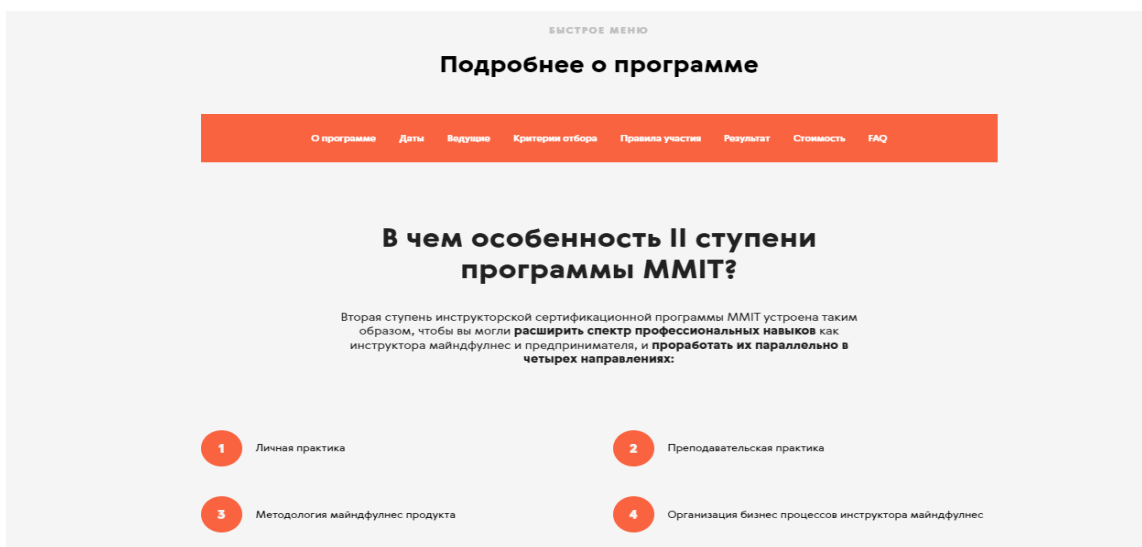
Аналіз конкурентів дозволив *виділити переваги освітньо-інструкторських програм ММІТ та зони розвитку*, що зумовило у майбутньому оновлення розглянутого освітнього продукту з метою підвищення його конкурентоспроможності на ринку освітніх майндфулнес послуг. Розглянемо основні з них.

ММІТ – це сучасна програма навчання інструкторів секулярним практикам усвідомленості, що базується на принципах наукової обґрунтованості та граничної ясності формулювань. Програма ММІТ синхронізована з програмами міжнародних курсів, тобто актуальна, відповідає запитам часу й міжнародному та британському стандартам якості.

Особливу увагу у програмі ММІТ займає етика викладання технік усвідомленості, методологія створення авторських програм та практичне відпрацювання отриманих знань, що дозволяє випускникам програми по закінченню впевнено називатися досвідченими фахівцями. Випускник ММІТ вміє вибирати та знаходити чисту описову, зрозумілу учню, мову та створювати, розписувати майндфулнес тренування під різні запити.

З погляду змісту, крім високого рівня переданих знань, перевагою ММІТ є поява тем, *присвячених підприємницьким навичкам [62, 63]* та реалізації спеціаліста з майндфулнес на ринку праці. У випускників є розуміння цільової аудиторії, навичка формування продуктів, знання з просування та приклади популяризації майндфулнес продуктів. Включення елементів бізнес-освіти

робить програму ММІТ унікальним освітнім продуктом в українському онлайн-просторі.



**Рис. 2.5 Особливість освітньо-інструкторського курсу ММІТ 2**  
Джерело: скриншот сайту центру, власна розробка автора

Як ще одну перевагу програми ММІТ можна розглянути цінову політику, яку проводить центр. У 2021 році ціна за один місяць навчання за програмою ММІТ вигідно вирізняла її серед конкурентів та становила 102,8 євро на місяць (250 євро/місяць – ціна у проекті «Жить внимательно», 204 євро/місяць – поетапне навчання за програмою MBSR).

Таким чином випускник програми має навички, що дозволяють йому реалізуватися у 3 іпостасях:

1. професійний практик;
2. інструктор;
3. частково як підприємець..

Детальне дослідження конкурентних переваг освітньо-інструкторських програм «Mindspot» у порівнянні з програмами MBSR та «Жить внимательно» представлено в Додатку В.

Проведений аналіз конкурентів виявив позиції, що вигідно відрізняють програму освітнього центру «Mindspot» від аналогічних програм на ринку майндфулнес послуг, і дозволив управлінській команді вже в середині 2021 року

здійснити змістовні та маркетингові зміни з урахуванням умов, що змінилися, для підвищення конкурентоспроможності послуг, що надаються.

Програма Mindspot Mindfulness Instructors Training була розширена та поглиблена, з'явилися шаблі ММІТ 1 та ММІТ 2. При розробці було реалізовано принцип етапності навчання, коли кожен може вибрати для себе комфортну глибину занурення.

Крім того, у лінійці освітніх продуктів з'явилися нові продукти, що сприяють розвитку підприємницьких навичок інструкторів усвідомленості:


- інкубаційна програма «Mindspot Business Incubator» для фахівців, допомагаючих професій;
- онлайн-практикум «Інструменти майндфулнес для психологів, психотерапевтів та коучів».



**Mindspot Business Incubator**  
Комплексная программа реализации вашего бизнес продукта от идеи до запуска и первых продаж для специалистов помогающих профессий

**Старт 19 февраля**  
**Онлайн в Zoom**

[Подробнее](#)



**Практикум «Инструменты майндфулнес для психологов, психотерапевтов и коучей»**

Здесь мы поделимся конкретными техниками для саморегуляции и повышения качества своей работы для дальнейшего применения в терапии.

Все спикеры практикума – это **практикующие специалисты на стыке нескольких областей**: майндфулнес-инструкторы и психологи, психотерапевты, коучи, которые имеют многолетний практический опыт сочетания нескольких методов в своей работе.

**15-17 декабря**  
**онлайн**  
**Стоимость – от 865 гривен**

[Подробнее](#)

**Рис. 2.6** Опис нових підприємницьких програм

*Джерело: скриншот сайту центру, власна розробка автора*

Поява вищеназваних освітніх продуктів дозволила говорити про старт нового напрямку діяльності центру – бізнес-освіти для допомагаючих практиків.

*Резюмуючи вищесказане, відзначимо, що на східноєвропейських територіях процес формування професійних стандартів навчання майндфулнес перебуває на початковій стадії. Діяльність інструкторів усвідомленості не ліцензується, оскільки відсутній регуляторний орган. Гарантом якості послуг певною мірою може виступати рівень та досвід викладацького складу та система, за якою учень проходить навчання та сертифікацію.*

Також сучасний ринок майндфулнес послуг характеризується переходом в онлайн-формат, що сприяє розширенню конкурентного середовища та виводить питання конкурентоспроможності компанії на перший план.

Утримання лідерства в обраній ніші та виділення компанії на тлі конкурентів є одним з актуальних пріоритетів маркетингової стратегії центру «Mindspot». Також до стратегії входить популяризація та проведення програм у наступних напрямках:

1. популяризація та просвітництво у темі практик усвідомленості;
2. розробка, проведення та оновлення освітньо-інструкторських програм для дорослих (ММІТ 1, ММІТ 2);
3. розробка та проведення навчання інструкторів для роботи з дітьми;
4. супровід випускників на початковій стадії становлення як спеціаліста (ретрити, супервізії);
5. підтримка та створення інфраструктури для зростання й розвитку фахівців майндфулнес (інтервізія, ретрити для досвідчених практиків, запрошені фахівці та ін.)

Зростання інтересу до теми ментального здоров'я на міжнародному рівні, що призводить до появи нових гравців і продуктів на ринку освітніх послуг. Якщо у 2017 році центр «Майндспот» був єдиним виробником майндфулнес послуг в Україні та на східноєвропейському просторі, то у 2020 році на ринку з'явилися нові гравці. Але досвід, отриманий центром за 3 роки функціонування

програм, став ваговою конкурентною перевагою та ліг в основу змін, що плануються у короткостроковій та довгостроковій перспективах.

У найближчому майбутньому команда «Mindspot» бачить себе в українському та онлайн просторі інститутом, що формує стандарти якості у сфері майндфулнес освіти, має право сертифікації, інтегрована у міжнародний контекст, та підтримує розвиток професійної спільноти.

*Місія «Mindspot»* – підвищення якості життя клієнта, допомога в усвідомленні потреби та надання можливості турбуватися про своє ментальне здоров'я через можливості майндфулнес практик.

Для реалізації поставлених завдань було проведено аналіз конкурентів, виділено переваги освітніх продуктів центру та розпочато процес модернізації продуктової лінійки.

Фундаментальні зміни торкнулися насамперед освітньо-інструкторських програм ММІТ [64]. Крім того, у лінійці освітніх продуктів з'явилися нові продукти, що сприяють розвитку підприємницьких навичок інструкторів з майндфулнес. Можливість освоєння бізнес-навичок підвищує конкурентоспроможність ММІТ 1 та ММІТ 2 та забезпечує їхню актуальність для сучасної онлайн-освіти в Україні. Разом з тим, програма включає освітній центр «Mindspot» до низки українських флагманів інтеграції бізнес-ідей у професійну освіту.

### РОЗДІЛ 3

## РОЗРОБКА ОСВІТНЬО-ІНСТРУКТОРСЬКИХ ПРОГРАМ ДЛЯ СПЕЦІАЛІСТІВ ДОПОМОГАЮЧИХ ПРОФЕСІЙ ДЛЯ ЦЕНТРУ «MINDSPOT»

### 3.1. Специфіка програми Mindspot Mindfulness Instructors Training

В освітній стратегії центру «Mindspot» освітньо-інструкторські програми є пріоритетним напрямком. Трансляція теоретичних знань у рамках навчання інструкторів усвідомленості за 3 роки набула сталої освітньої форми. Це дозволило під час розробки нової програми приділити увагу та час розвитку надпрофесійних (у тому числі підприємницьких) компетенцій та вмінню вибудовувати особисту траєкторію професійного зростання.

Соціальне замовлення на бізнес-освіту існує як з боку суспільства, зацікавленого у соціально відповідальних суб'єктах підприємницької діяльності, так і з боку самих цих суб'єктів, стурбованих викликами повсякденності та своєю відповідністю новітнім тенденціям у сфері економіки та бізнесу [65, 66].

Основні зміни, що стали основою ММІТ 2, торкнулися коштів і каналів **розвитку підприємницьких компетенцій** учасників. Розглянемо їх докладніше з погляду управлінських рішень.

Було розширено тематику освітньо-інструкторського курсу – до вже існуючих компонентів програми було додано бізнес-блок. Тематика блоку 3 детально представлена в Таблиці 3.1

*Таблиця 3.1*

### Планування теоретичних та практичних бізнес-занять ММІТ 2

<b>МОДУЛЬ 1</b> онлайн	23 квітня	10:00-12:00	Інтро. Бізнес-канва. Огляд	1. Екшен план запуску Марафону 2. Критерії готовності Марафону як продукту 3. Портрет та шлях клієнта – учасника марафону
		12:30-14:30	7 базових маркетингових інструментів для запуску свого проекту	
		16:00-18:00	Продукт Які продукти бувають? Критерії готовності продукту. Бізнес модель, MVP. Бізнес процеси (у тому числі за моделлю марафону)	

<i>Продовж. Табл.3.1.</i>				
між модулями			Зустріч із ментором про Марафон (дата за запитом)	
<b>МОДУЛЬ 2</b> онлайн	18 червня	10:00-11:30	Зустріч, рефлексія Ціннісна пропозиція (2 години)	1. Ціннісна пропозиція для учасників марафону 2. Список партнерів для марафону 3. Есе - прописати концепцію «Моя представленість у соціальних мережах/Інтернеті» з контент-планом
		12:00-13:30	Партнерство (під марафон) (1 год)	
		14:30-16:00	Особисте позиціонування	
		16:30-18:00	Чек-лист сил ОБ	
між модулями			Аналіз ринку 1	
<b>МОДУЛЬ 3</b> Карпати	12 серпня	16:00-18:00	Рефлексія про марафон	1. Оформити особистий профіль та/або зробити сайт-візитку 2. Записати відео про концепцію свого продукту та ЦА + презентація?
	14 серпня	14:30-16:00	Скільки я коштую?	
		16:30-18:00	Сервіс та продажі	
	15 серпня	12:00-13:30	4 Р	
		14:30-16:00	Клієнти, ЦА, запити	
		14:30-16:00	Як розробити свій продукт SWOT-аналіз	
між модулями			Аналіз ринку 2 Юридичний аспект	
<b>МОДУЛЬ 4</b> онлайн	15 жовтня	10:00-11:30	Зустріч, рефлексія Калькуляція собівартості продукту Доходи та витрати	1. Підготовка свого продукту (здати заповнену бізнес-канву, портрети та шлях ЦА) 2. Порахувати фінанси
		12:00-13:30	Канали просування – платні та безкоштовні	
		14:30-16:00	Партнерство для індивідуального продукту	
		16:30-18:00	Підготовка до пітчінгу, акценти та як презентувати	
між модулями			Передзахист свого продукту в малих групах	
<b>МОДУЛЬ 5</b> офлайн	8-9 грудня		Захист проєктів	
	11 грудня		Завершення, святкування, сертифікація	

*Джерело: власна розробка автора*

Якщо раніше теми підприємництва та просування займали 4 сесії (6%) від усього обсягу матеріалу, то в ММІТ 2 підприємницький блок включений до кожного з 5 модулів та становить 18 сесій (35 %) та передбачає іспит – захист авторського проєкту.

Навчання на ММІТ 2 передбачає апробацію теоретичного матеріалу: у міжмодульний час учасники отримують домашні завдання: скласти портрет та шлях клієнта (учасника марафону), проаналізувати стейкхолдерів та оформити список партнерів для марафону. Таким чином, учасники програми ММІТ 2 набувають підприємницького досвіду.

Розглянемо *основні етапи*, теоретичне обґрунтування яких представлено у розділі 1, *які пройшла та які має пройти* оновлена програма до її запуску навесні 2022 року.

Освоєння програми ММІТ 1 передбачає інтеграцію компетенцій майдфунес у свою основну практику. Програма ММІТ 2 розроблена з метою розвитку підприємницьких навичок спеціалістів майдфунес та формування умінь створювати, упаковувати та просувати авторські продукти на ринку майдфунес послуг.

2. *Визначення цільової аудиторії програми* (дивіться частину 3.2).

3. *Вибір стейкхолдерів* (зацікавлених партнерів чи правовласників) програми. На цей час ведеться збір інформації про компанії, що зацікавлені в участі у програмі.

4. *Прогнозування конкретних результатів* у процесі реалізації освітньо-інструкторських програм. Результати ММІТ 1 та ММІТ 2 можуть бути представлені наступним чином.

Основні навички випускника *ММІТ 1*:

- Викладати 4 базові техніки у кількох різновидах
- Відповідати на типові питання щодо практики
- Розповідати про історію, методика та нейрофізіологію майдфунес



- Пояснювати, як долати можливі складнощі в процесі практики
- Записувати аудіопрактики та відео з веденням практики
- Проводити майндфулнес заняття для групи

Результати ММІТ 2 лежать у трьох площинах – особиста практика, викладацькі навички, підприємницькі компетенції.

В особистій практиці випускники мають можливість:

- напрацювати 70 годин особистого досвіду практики
- пройти 5-денний мовчазний ретрит
- скласти програму практики під особистий запит
- отримати досвід практики «Просто сидіти»
- отримати цілісне розуміння моделі практик Майндфулнес Віктора

Ширяєва

У викладацькій площині випускники ММІТ 2 вміють:

- компетентно викладати різноманітні техніки методу майндфулнес іншим – індивідуально та у групі
- конструювати техніки під індивідуальний запит
- створювати майндфулнес продукти з урахуванням методології
- розробляти індивідуальні програми для клієнтів,
- супроводжувати та вести до результату
- проводити та створювати вебінар для базових аспектів майндфулнес
- знімати якісне відео на одну з тем у сфері майндфулнес

Результати навчання бізнес-треку на програмі ММІТ 2 – це навички:

- розробки та презентації власного бізнес-продукту,
- отримання зворотного зв'язку
- розробки та проведення разом із колегами марафону практик усвідомленості

- навички створення та проведення вебінару про базові аспекти майндфулнес, зйомки відео в тематиці майндфулнес
- опрацювання акаунту в соціальних мережах з погляду особистого бренду
- ведення заняття Slow Art у музеї для свого портфеля майндфулнес продуктів

5. Вибір методів, засобів, технологій та форматів для досягнення цілей освітньо-інструкторських програм: на даному етапі ММІТ 1 та ММІТ 2 повністю розроблено: визначено тривалість навчання, педагогічні технології та моделі навчання, навчально-методичне супроводження, фонди оціночних засобів, розроблено маркетингову стратегію. Приклад оформлення ММІТ 2 наведено у Таблиці 3.2

Таблиця 3.2

### Приклад оформлення форматів ММІТ 2

теми	як ми навчасмо? (формат)	як перевірити?
1. Огляд пройдених технік першого ступеня <b>зустріч</b> 2. Огляд фокусів <b>відео</b> 3. Просто сидіти <b>відео+ зустріч-розбір</b> 4. Соціальна медитація? <b>відео + зустріч-розбір</b> 5. Стадії у практиці (глибше) <b>відео</b> 6. Ритми практики, прискорювачі практик <b>відео + зустріч-розбір</b> 7. Підбір техніки під власний запит <b>зустріч + інтерв'язія</b>	- відео про техніку (всі фокуси, просто сидіти, соціальна медитація?) - зустріч-розбір для техніки (після відпрацювання) - інтерв'язія про особисті кейси	- щоденник - 8 тижнева програма для себе - для опрацювання конкретного запиту (отримує ОС куратора)
1. Історія медитації та практик усвідомленості <b>відео</b> 2. Найновіші наукові дослідження медитації та практик усвідомленості <b>відео+ зустріч-розбір</b> 3. Нейрофізіологія людини <b>відео</b> 4. Нейрофізіологія медитації <b>відео+ зустріч-розбір</b>	- все на відео - Дод. література	- тест - Завдання вивчати дослідження - першоджерела?

<i>Продовж. Табл. 3.2</i>		
<p>1. Голос і мова інструктора Майндфулнес. Навички самопрезентації <b>відео + практикум</b></p> <p>2. Ембодімент інструктора майндфулнес <b>практикум</b></p> <p>3. Лайфахи проведення онлайн заняття <b>відео</b></p>	<p>- відео</p> <p>- практикум (голос, мова; ембодімент)</p>	<p>- відеозапис живого заняття з презентацією</p>
<p>1. Етика інструктора Майндфулнес <b>зустріч</b></p>	<p>- жива зустріч про якості та втілення, етику - інше - в есе</p>	<p>- есе про мотивацію</p> <p>- есе про професійний розвиток</p> <p>- автентичність – у створенні свого продукту</p> <p>- Втілення - відеозапис заняття</p>
<p>1. «Ловимо єдинорогів»: мова чистих інструкцій <b>відео + роздатка + зустріч</b></p> <p>2. Відповіді на часті питання <b>домашня робота + зустріч-розбір</b></p> <p>3. Робота зі складними кейсами.</p> <p>4. Травма інформованість <b>відео + дод. читання + зустріч-розбір</b></p> <p>5. Викладання для різних ЦА</p>	<p>- відеозапис теорія</p> <p>- групова робота про питання-відповіді</p> <p>- інтервізія про складні кейси</p>	<p>тест</p>
<p>1. Види клієнтів, види запитів. Стадії розвитку самості глибші?</p> <p>2. Алгоритми підбору техніки під індивідуальний запит</p> <p>3. Інтервізія про кейси</p>	<p>- групова робота про зв'язку техніка - навичка/якість/результат</p> <p>- інтервізія про запити/кейси</p>	<p>щоденник викладання, есе (як провів від запиту до результату), можна, як варіант, розписану програму роботи з запитом для індивідуального клієнта</p>
	<p>- записане відео про алгоритми</p> <p>- Жива зустріч-обговорення</p>	
<p>1. Феномени групи: атмосфера, тема, ролі, стадії <b>відео практикум</b></p>	<p>- Записане відео про теорію</p> <p>- Жива зустріч-обговорення</p>	<p>відеозапис живого заняття</p>
<p>1. Огляд форматів викладання зустріч</p> <p>2. Викладання у групі</p> <p>3. Викладання індивідуальне</p> <p>4. Марафон, інтенсив, курс, корпоративна програма</p>		<p>груповий продукт, індивідуальний продукт</p>

*Джерело: власна розробка автора*

7. *Розробка сценарного плану проведена:* визначено послідовність та тривалість кожного елемента програми, обрано формати взаємодії учнів.

8. *Пошук та визначення ресурсів, необхідних для реалізації поставленої мети* ММІТ 1 та 2 завершено: підібрано технічне оснащення, опрацьовано методологію та педагогічну модель, закрито вакансії кураторів та адміністраторів курсів.

9. *Оцінка ризиків та соціальної відповідальності.* Основні ризики ММІТ 1 та ММІТ 2 — у нестабільній ситуації з COVID-19, оскільки модулі передбачають офлайн заходи – ретрит у Карпатах. Формування соціальної відповідальності освітньо-інструкторських програм та проекту забезпечено: визначено гонорари викладачів та запрошених фахівців, підготовлені для підписання договори, програми відповідають стандартам якості освітніх послуг.

10. *Запуск та реалізація освітньо-інструкторських програм* намічені на березень 2022 року.

Варто зазначити, що їм передують проведені маркетингові дослідження щодо визначення ринку освітніх послуг, унікальності наданої послуги, позиціонування, які вже були розглянуті вище, та просування освітньо-інструкторських програм.

### **3.2. Визначення цільової аудиторії та ціннісної пропозиції**

Для роботи над цільовою аудиторією освітньо-інструкторських програм центру «Mindspot» та виявлення характеристик, що лягають в основу ціннісної пропозиції, є раціональним використання шаблону, запропонованого Александром Остельвальдером [67].

Цільову аудиторію освітньо-інструкторських програм ММІТ 1 та ММІТ2 можна розділити на 4 сегменти залежно від завдань клієнтів:

1. Допмагаючі практики
2. Майндфулнес спеціалісти
3. Охочі здобіти нову професію

#### 4. Управлінці

##### 1. *Допомагаючі практики.*

Фахівці допомагаючих професій, які мають на меті інтегрувати можливості майндфулнес у свій професійний досвід: психологи, психотерапевти, коучі, викладачі йоги, арт-терапевти, фахівці у підході BodyMind та інші; вік – 28-40 років; частка клієнтів – 50%. Таким клієнтам не треба доводити цінність продукту, вони готові купити і чекають зручного часу. Швидкість ухвалення рішення про купівлю – висока, 1 місяць.

Представники цього сегменту обирають освітньо-інструкторську програму, переслідуючи переважно дві цілі:

- 1) зміна кваліфікації;
- 2) розширення фонду професійних інструментів.

У 90% випадків допомагаючі практики обирають тільки ММІТ 1 як найбільш відповідну їхнім завданням, 10% - вирішує йти на ММІТ 2 у процесі навчання.

##### *Вигоди сегменту «допомагаючі практики»:*

- а) здобуття професії, що дозволяє перекваліфікуватися та вигідно відрізнитися від конкурентів на ринку праці;
- б) дотримання трендів – підтримка сучасних освітніх тенденцій;
- в) можливість створювати авторський майндфулнес продукт, відповідний інструктору, його ніші, його цінностям тощо, на основі знань принципів та законів побудови програм соціальної медитації;
- г) навчання та професійна взаємодія з автором програм ММІТ 1 та ММІТ2 Віктором Ширяєвим, які є у своєму роді рольовою моделлю у світі майндфулнес та особою бренду «ММІТ»;
- г) освоєння навичок пакування та просування авторського продукту – підвищення конкурентоспроможності на ринку послуг.

2. *Майндфулнес спеціалісти* – практикуючі фахівці з досвідом роботи від 2 років, які бажають поглибити свою практику та оформити свій досвід та знання в єдину, логічно вибудовану та ідейно вивірену систему; вік – 22-45 років; частка клієнтів – 25%.

Представники цього сегменту вже усвідомлюють цінність пропозиції, понад 50% з них – це фоловери автора програми Віктора Ширяєва, які давно спостерігають за його діяльністю, носії майндфулнес філософії, організатори тематичних заходів у своїх містах. Процес сертифікації сприймають як додаткову послугу, для них важлива практична та методологічна наповненість ММІТ 1 та ММІТ 2. Швидко приймають рішення про купівлю – менше ніж 1 місяць, більш ніж у 50% випадків вирішують продовжувати навчання та переходять на ММІТ 2.

*Вигоди сегменту:*

- а) систематизація накопиченого досвіду та знань;
- б) професійна спільнота;
- в) спільнота однодумців;
- г) підвищення майстерності майндфулнес

Чинники вигоди освітньо-інструкторських програм ММІТ 1 та ММІТ 2:

а) унікальна авторська система Віктора Ширяєва, яка не має аналогів на ринку

б) контроль та супровід у практиці – робота у трійках, супервізії, інтервізії, розвинена інфраструктура – щоденники медитації «Slap», домашні завдання, форми зворотного зв'язку, тематичні вебінари;

в) edutainment (від «education» і «entertainment») підхід – це підхід у навчанні, що передбачає розважальний метод передачі теоретичних знань. В освітньо-інструкторських програмах центру «Mindspot» використовуються різні формати навчання: онлайн (вебінар, аудіоуроки, відеоуроки) та офлайн (сертифікація, ретрит); розроблено широку лінійку супровідних документів,

роздавальних матеріалів, домашніх завдань (есе, завдання, запис відео, практика у трійках тощо)

г) професійна підтримка на 5 рівнях:

- адміністратор програми
- Бадді – однокурсник
- мінігрупа (5-7 осіб) – формується для відпрацювання навичок
- індивідуальний куратор – це практикуючий спеціаліст майндфулнес, який має свій продукт на ринку, інструктор, випускник ММІТ або ММІТ 1
- автор та ведучий програми Віктор Ширяєв – коментарі до щоденників спостережень, індивідуальні консультації, супервізії, інтервізії, майстер-класи.

3. *Охочі здобути сучасну професію* – люди з вищою та середньою спеціальною освітою, завдання яких – змінити сферу діяльності та здобути нову професію – інструктор практики усвідомленості; вік – 30-35 років; частка клієнтів – 15%.

Зазвичай це люди, які мають якусь професійну реалізацію, але не мають відчуття реалізованості, шукають можливості соціальної реалізації та фінансової стабільності. У 80% випадків – це споживачі короткострокових освітніх курсів центру («Базова усвідомленість», «Емоційне благополуччя», «Усвідомлена продуктивність» та інші). На ухвалення рішення про покупку ММІТ 1 йде 12-18 місяців, заздалегідь планують продовжувати навчання на ММІТ 2.

*Вигоди сегменту:*

- а) нова професія;
- б) затребуваність та фінансова стабільність;
- в) конкурентоспроможність на ринку послуг, навички просування та упакування продукту;
- г) досвід роботи у процесі навчання.

*Чинники вигоди освітньо-інструкторських програм «Mindspot»:*

а) комплексний характер освітньо-інструкторських програм, що охоплює весь спектр тем, освоєння яких необхідне професійної реалізації; екзаменація та сертифікація;

б) супровід та допомога у працевлаштуванні випускникам програми; внесення до списків випускників ММІТ на сайті центру;

в) тематичні блоки, присвячені розвитку підприємницьких навичок, ММІТ 1, програмна частина ММІТ 2; досвід просування та реалізації майндфулнес продукту (марафон); трансляція базових принципів створення майндфулнес програм, тренувань, що дозволяють створювати авторські продукти та продукти, що точно відповідають запитам клієнта;

г) практики в мінігрупах, необхідний мінімум годин особистої практики та викладання для сертифікації та проходження іспиту; 5 рівнів професійної підтримки – від адміністратора до провідних програм.

4. *Управлінці* – HR-фахівці, менеджери та керівники, перед якими стоїть короткострокове завдання освоїти метод майндфулнес в особистих цілях та в довгостроковій перспективі впровадити окремі техніки майндфулнес у своїй компанії; вік – 35-45 років; частка клієнтів – 10%.

Розвиток свідомого підходу до життя перебуває в периферії інтересів цього сегмента. Часто вони демонструють знижені вимоги до тематики програми, відмовляються від сертифікації, їм цікава колективна взаємодія та практичне застосування отриманих знань. Рішення про купівлю приймають швидко, часто участь у програмі оплачує компанія, яка надіслала співробітника.

*Вигоди сегменту:*

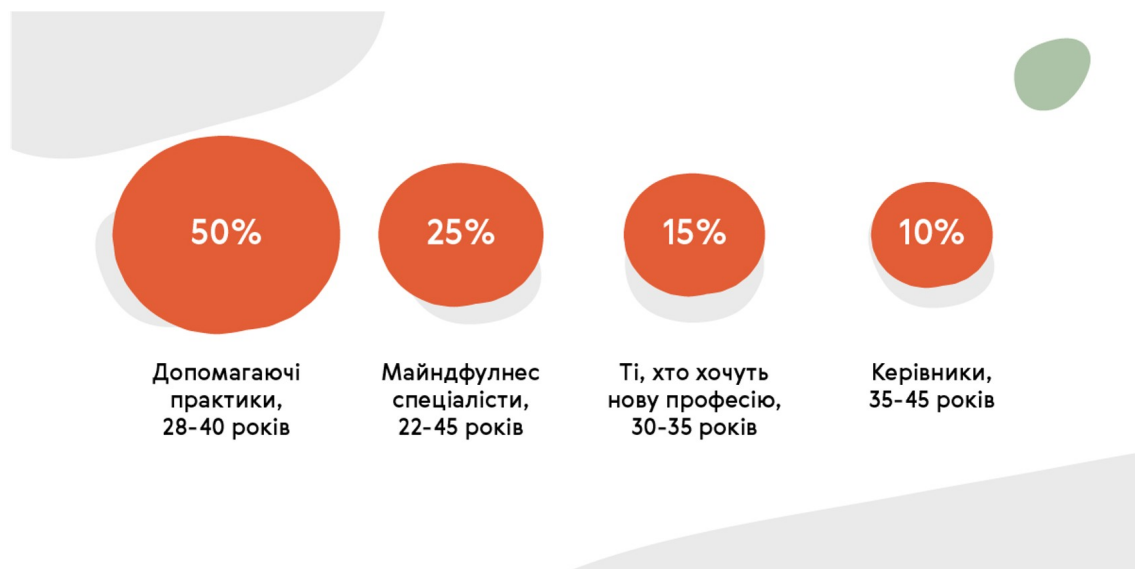
а) утилітарність набутих навичок;

б) довгострокова перспектива впровадження майндфулнес технік у трудовий колектив.

*Чинники вигоди освітньо-інструкторських програм «Mindspot»:*



- а) теорія та практика освоєння принципів світської медитації, що дозволяють практикувати споглядальні практики вже у процесі навчання;
- б) можливість викладати майндфулнес техніки; трансляція філософії майндфулнес



**Рис. 3.1 Цільова аудиторія освітньо-інструкторських програм "Mindspot"**

*Джерело: власна розробка автора*

Проблеми, з якими стикаються споживачі освітньо-інструкторських програм, та способи роботи з запереченнями ММІТ 1 та ММІТ2 позначені та систематизовані в Таблиці 3.3.

*Таблиця 3.3*

**Проблеми споживачів освітньо-інструкторських програм та способи їх вирішення**

Сегмент ЦА	Проблеми	Вирішення
Допомагаючі практики	Відсутність підприємницьких навичок Нерозуміння, що продукт - це більше, ніж індивідуальне тренування	Бізнес-блок ММІТ 1 та ММІТ 2 Практика упаковування, просування та реалізації продукту майндфулнес
Майндфулнес спеціалісти	Професійний конфлікт методів та підходів на базі досвіду	Фокус на синергію здобутих знань і досвіду, вибудовування єдиної системи без внутрішніх протиріч Системний підхід Віктора Ширяєва
Охочі здобути нову професію	Нерозуміння, як зробити викладання світської медитації своєю професією Відсутність підприємницьких навичок Страх не впоратися, страх фундаментальності програми	Методологічні засади викладання майндфулнес Бізнес-блок Підтримка на 5 рівнях

<i>Продовж. Табл.3.3</i>		
Управлінці	<p>Нерозуміння цінності товару на етапі прийняття рішення</p> <p>Зниження мотивації під час навчання, страх фундаментальності програми</p>	<p>Ознайомчий вебінар</p> <p>Детальний та структурований опис програми на сайті</p> <p>Співбесіда-інтерв'ю, що прояснює питання</p> <p>Можливість відмовитись від сертифікації</p> <p>Edutainment підхід</p> <p>5 рівнів підтримки, підтримка запрошених спікерів</p>
Спільні	<p>Нестача часу</p> <p>Щільний графік</p> <p>Відсутність фінансових можливостей</p> <p>Страх розпочинати практику</p> <p>Репутаційні ризики</p> <p>Неусвідомлення цінності програми</p> <p>Складності онлайн-навчання</p> <p>Пауза або покидання навчання (паралельне навчання, щільний графік тощо)</p>	<p>Календар потоків</p> <p>Детальний розклад одразу на курс</p> <p>Розстрочка</p> <p>Досвід практики викладання 6+ місяців</p> <p>Внесення до бази випускників, сертифікація</p> <p>Досвід проведення – 4 роки, відгуки</p> <p>Різноманітність форматів</p> <p>Підтримка на 5 рівнях</p> <p>Сертифікат учасника (можливість відмовитися від сертифікації інструктора)</p> <p>Edutainment підхід</p> <p>Модульна система, що дозволяє чергувати інтенсивність навчання</p>

*Джерело: власна розробка автора*

Робота з цільовою аудиторією велася за допомогою комунікації в соціальних мережах центру, розсилання опитувальників та проведення глибинного інтерв'ю. Після зарахування на програму учасники проходять опитування, у якому відповідають на питання, які допомагають організаторам простежити мотиваційний шлях клієнта та виявити основні характеристики цільової аудиторії.

Аналіз даних глибинного інтерв'ю дозволив сформулювати основні переваги програм центру серед конкурентів і виявив тенденцію до зміни запиту та мотивації цільової аудиторії: все більше претендентів при прийнятті рішення керувалися не тільки обіцяним обсягом професійних навичок, але й можливістю розвинути підприємницькі компетенції у вузькій професійній ніші практик.

ФИО	Опыт в практике	Что практиковала до mindfulness	Был ли опыт взаимодействия с Майдспот	1. Ключевая работа (цели)	2. Дополнительная работа (цели)	3. Контекст и события
Инна Турчик	3 2014-2015 года, изучала с онлайн-курсов, приложений, бесплатных материалов, Марк Вильямс, Оксфорд Майдфулнес Центр	Майдфулнес	Нет, нашла по запросу в Гугл "инструктор майдфулнес", слышала раньше, понравился сайт	Искала что-то более глобальное для получения образования инструктора (до этого проходила мини-курсы в Оксфордском центре)	Хочет вести группы как инструктор майдфулнес и применять знания в коучинге	Исследовала сайт, материалы Вити, писала выпускникам, что получить отзывы, поговорила с Верой, думала пол года (смотрела график, чтобы не совпадало с другой учебой)
Ксения Хизняк	с 2017 года	Сая Тхеджи Ба Ххин (випассана)	Нет, нашла по запросу "инструктор по медитации"	<p>Планирует продавать обучение майдфулнес через свой Инстаграм аккаунт, важна сертификация и уверенность в своих знаниях.</p> <p>"...привлекла отсюда теплую аудиторию, обучать людей медитации"</p> <p>"когда проводила марафон было немножко такое: ну я же не инструктор, я же не учитель, что я лезу, куда? Я всегда осторожна в вопросах преподавания чужо либо. И мне хотелось получить и сертификацию и знания для того, чтобы я могла преподавать с чистой совестью, понимая, что я делаю это правильно, корректно, не принеся им вреда, как минимум"</p>	"Это помогает людям, и на себе я вижу какую пользу дает и какой есть прогресс, когда занимаешься этим регулярно и на тех людях, которым я это дала"	<p>Делала несколько марафонов для своих подписчиков.</p> <p>"аде-то в Инстаграм выпала реклама (на козо-то я была подписана из практикующих учителей) инструкторских курсов в аде-то в Миске или Питере и я подумала: блин, классно, наверняка, у нас тоже такие должны быть, это как раз то, что мне нужно чтобы я получила какую-то базу и начала преподавать, зазугулила и перею, что мне выпало, это был Майдспот"</p> <p>"Я почитала про Майдспот, почитала про Витю как учителя, послушала, много посмотрела его видео, он мне очень отозвался как учитель, и вот я подала заявку"</p> <p>Читала до этого книгу "Осознанность", понравилась практикам</p>

**Рис. 3.2. Порівняльна таблиця даних глибинного інтерв'ю**  
*Джерело: скриншот, власна розробка автора*

Проведений аналіз цільової аудиторії виявив проблеми та вигоди споживачів освітньо-інструкторських програм «Mindspot» та сприяв пошуку рішень, що лягли в основу ціннісної пропозиції ММІТ 1 та ММІТ 2. Серед конкурентоспроможних переваг освітньо-інструкторської програми варто відзначити:

*Системний підхід* – формування єдиної системи практики та викладання, інтегрованої у професійну реалізацію, що нівелює внутрішні та міжсистемні протиріччя.

*Фундаментальність навчання та висококваліфіковані педагогічні склади.* Загальний стаж 11 викладачів центру складає 30 років. Усі співробітники, що працюють на програмі, є сертифікованими викладачами світської медитації та практик усвідомленості.

Вузькопрофесійні теми освітньо-інструкторських програм викладають запрошені фахівці: групова динаміка, психотерапія, техніка безпеки, нейрофізіологія, етика, складні клієнти, історія практик медитації, ембодимент. Це дозволяє забезпечити глибокий рівень знань упродовж усього навчання.

*Атестація і сертифікація.* Випускний іспит ММІТ передбачає проходження 3 етапів:

- 1) теоретичний тест;
- 2) відеовідповідь за однією з тем курсу (історія розвитку майдфулнес,

пози в практиці, робота з важкими випадками та інші практичні теми);

3) відео із записом практики для клієнта.

Після успішного проходження іспиту випускник отримує сертифікат, що засвідчує право практикувати та викладати техніки майндфулнес та вноситься до бази сертифікованих інструкторів на сайті центру.

*Допомога у працевлаштуванні та професійному зростанні* – цьому сприяють процедури супервізії, інтервізії, професійні ретрити, кураторство програми ММІТ.

*Здобуття професійного та підприємницького досвіду в процесі навчання* – досвід створення, упакування, просування та реалізації авторського майндфулнес продукту. Можливість освоєння бізнес-навичок підвищує конкурентоспроможність ММІТ 1 та ММІТ 2 та забезпечує їхню актуальність для сучасної онлайн-освіти в Україні. Тим самим програма включає освітній центр «Mindspot» до низки українських флагманів інтеграції бізнес-ідей у професійну освіту.

Формування автентичного підходу у викладацькій діяльності – цьому сприяє освоєння принципів і методології побудови та передачі майндфулнес технік та програм.

*Ціннісну пропозицію освітньо-інструкторських програм ММІТ 1 та ММІТ 2 можна кваліфікувати як успішну, оскільки вона відповідає наступним характеристикам [68]:*

1) Є частиною вдалої бізнес-моделі – за 4 роки існування програми випущено 74+ сертифікованих інструкторів практик усвідомленості та світської медитації.

2) Зорієнтовано найбільш значущі завдання, проблеми та вигоди кожного сегмента, без прагнення охопити всі можливі пункти, озвучені споживачами.

3) Пропонує розв'язання проблеми та шляхи отримання вигод.

4) Охоплює невелику кількість завдань, проблем та вигод, але робить це винятково на високому рівні – глибинне інтерв'ю для досліджень цільової аудиторії.

5) Не обмежується функціональними завданнями та враховує емоційні та соціальні завдання – побудова спільноти професіоналів та однодумців, етика викладання, формування авторського почерку у створенні продуктів.

6) Відповідає розумінню успіху споживачем – конкурентоспроможність випускника над ринком освітніх послуг.

7) Орієнтована на ті завдання, проблеми та вигоди, що є значущими для багатьох людей, або за які деякі готові платити великі гроші – різні формати участі.

8) Вирішує завдання споживачів значно краще, ніж пропозиції конкурентів: онлайн і офлайн заходи, власна база знань.

9) Перевершує пропозиції конкурентів як мінімум в одному аспекті – системний підхід, досвід функціонування 4 роки.

10) Погано піддається копіюванню – авторська методика Віктора Ширяєва, допомога у працевлаштуванні, інфраструктура програм.

### **3.3. Стратегія маркетингу та SMM для освітньо-інструкторських програм**

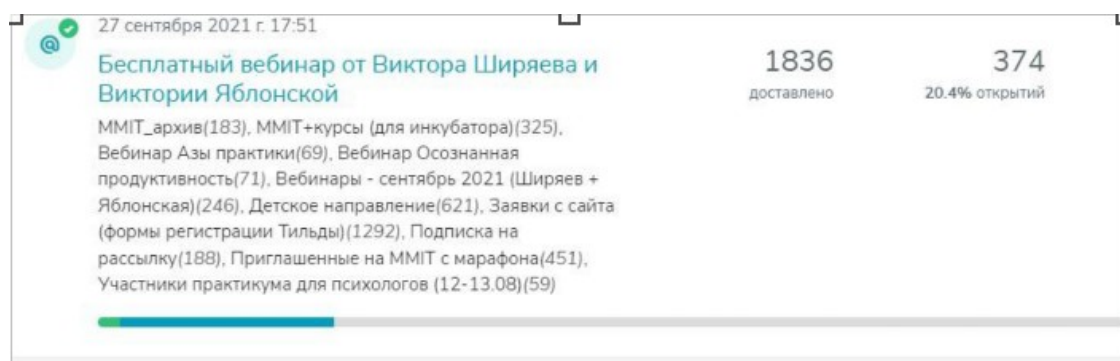
Модернізація освітньо-інструкторської програми ММІТ сприяла перегляду управлінських завдань за 4 напрямками:

1. Продукт – було додано бізнес-блок, розмежовано доступи до можливостей професійної спільноти залежно від статусу; розроблено офлайн-блоки (ретрит у Карпатах) тощо.

2. Цінова політика – переглянуто підходи до формування ранньої ціни, умови розстрочки, витрати на планування та реалізацію програми: гонорар авторів програми та запрошених спікерів; витрати на організацію ретриту (трансфер, оренда приміщення, оплата інструкторам); зарплата кураторам;

адміністрування курсу; дизайн роздавального матеріалу; відеомонтаж; маркетинг (реклама, таргет); організаційні витрати (пересилання договорів, мобільний зв'язок тощо).

3. Були внесені зміни до основного каналу продажу – розсилки, що призвело до збільшення відсотка відкриттів та переходів.



**Рисунок 3.3** Статистика розсилок анонсів ММІТ1 та ММІТ2

*Джерело: розробка автора*

Також фахівцями центру було проведено аналіз маркетингової та медіастратегії за 2021 рік та позначено вектори розвитку на 2022 рік.

Серед результатів маркетингової стратегії «Mindspot» варто відзначити успішність розвитку сторінки центру в Інстаграм класичної маркетингової концепції AIDA. Це модель впливу на потенційних покупців у вигляді поетапного залучення цільової аудиторії у процес здійснення покупки: увагу – інтерес – бажання – дію.

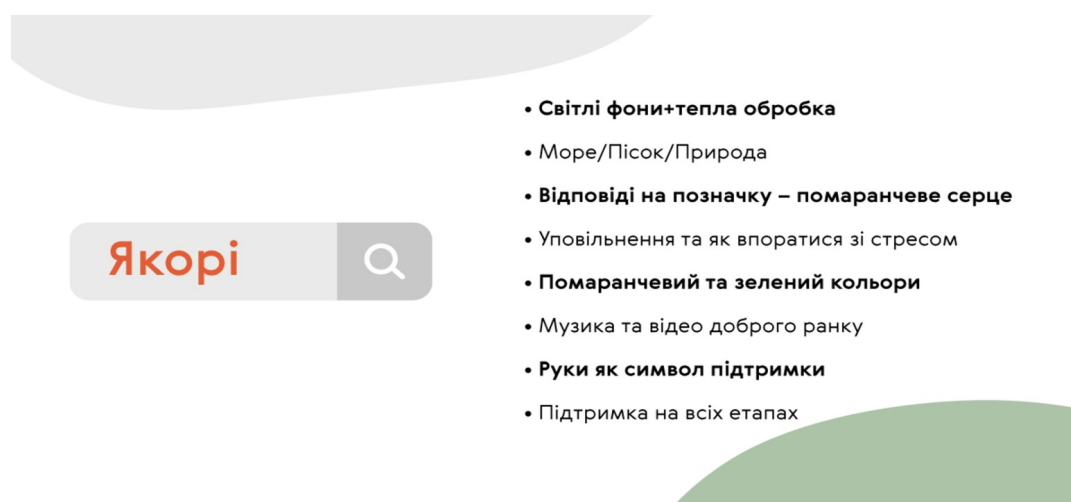
Для вирішення завдань «Mindspot» ця концепція застосовується в адаптованому вигляді.

Опис **особливостей застосування методу AIDA для інстаграм-сторінки центру «Mindspot»** базується на теоретичних дослідженнях Е. Касімової та О. Кузнєцової [69].

*1 етап. Увага. Залучення відвідувачів до облікового запису.*

Ті, хто керують акаунтом центру забезпечують приплив зацікавлених користувачів на сторінку компанії, використовуючи рекламні можливості таргету, а також, іменний візуал і зовнішню упаковку, які привертають увагу

відвідувачів акаунту: яскравий аватар (зелений та помаранчевий – фірмові кольори «Mindspot»), грамотно складена шапка профілю, контакти. Для пробудження інтересу автори сторінки мають лише кілька секунд, протягом яких відвідувач приймає рішення: залишитися або піти, і маркетологи «Mindspot» використовують вищезгадані способи для подальшого просування клієнта по воронці продажів.

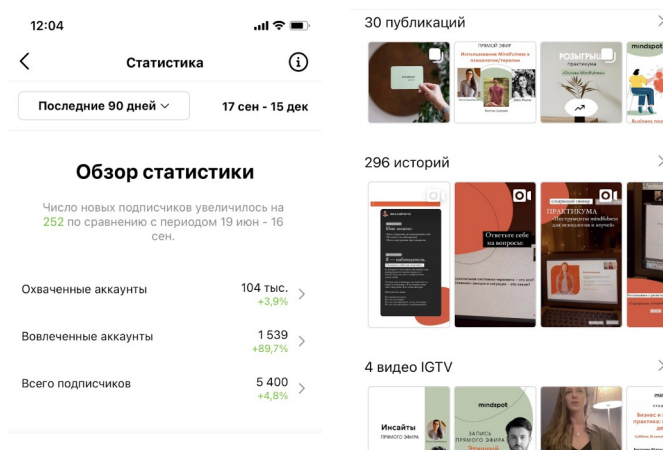


**Рис. 3.4 Якорі оформлення сторінки центру в Інстаграм**

*Джерело: скриншот презентації, розробка автора*

## *2 етап. Інтерес. Формування залучених користувачів.*

Воно починається з гармонійно оформленого внутрішнього упакування профілю – візуалу стрічки. Сторінка центру відповідає найбільш актуальним трендам 2021 року в оформленні стрічки – мінімалізм. Вивчаючи пости, відвідувач облікового запису зачіпляється за інтригуючі заголовки на тему усвідомленості та вирішує, наскільки корисним є для нього контент. Цей етап триваліший за перший, але результатом його ефективності стають вподобання, коментарі та поширення матеріалів «Mindspot». Так, наприклад у період з 17 вересня по 15 грудня 2021 року на сторінці центру в Інстаграм було опубліковано 30 публікацій, 296 історій та 4 IGTV-відео, що сприяло збільшенню кількості фоловерів на 4.9%, а залучених акаунтів на 89.7% у порівнянні з попереднім періодом.



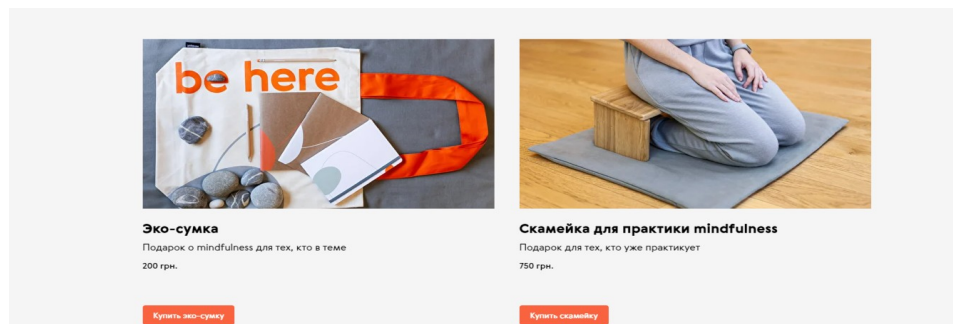
**Рис.3.5. Статистика публікацій, відвідувань та залучення аудиторії 17 вересня -15 грудня 2021**  
*Джерело: скриншот, розробка автора*

*3 етап. Бажання. Трансформація залучених користувачів в покупців освітньо-інструкторських програм.*

Для вирішення цього завдання в центрі «Mindspot» працює штат SMM-маркетологів, дизайнерів та залучених таргетологів, які використовують різні маркетингові інструменти для мотивування клієнта на прийняття рішення про покупку:

- пости та сторіс, що продають,
- меми на тему усвідомленості,
- тести, опитування,
- відео зсередини центру та деталі навчання – все, що викликає інтерес до освітньо-інструкторських програм.
- подарункові пропозиції (новорічна пропозиція «Mindspot»),
- анонс новинок (оновлений курс ММІТ1 та ММІТ 2),
- знижки та розіграші (рання ціна для швидкого вирішення, розіграш місця на курсі),
- мерчендайз (фірмові сумки, подушки, блокноти),
- марафони (практикум «Інструменти майндфулнес»).





**Рис. 3.6. Приклад фірмових товарів на сайті центру, скриншот сайту**  
*Джерело: скриншот, розробка автора*

#### *4. Дія. Формування пулу постійних клієнтів.*

Як відзначають дослідники, сфера онлайн-навчання є однією з найплідніших для здійснення повторних продажів [69], і досвід «Mindspot» це підтверджує: покупці освітніх продуктів центру транслюють для своїх підписників інформацію про компанію та її продукти, перетворюючись на референтів та лідерів думок. Для формування пулу задоволених клієнтів та внесення змін до програм, фахівці центру використовують результати аналізу зворотного зв'язку. Варто зазначити, що споживачі освітньо-інструкторських програм «Mindspot» можуть залишити відгуки як ведучим курсу, так і менеджеру з відгуків, який зв'язується з учасниками та випускниками програм згодом. Як показує практика «Mindspot» дані, передані викладачеві та менеджеру відрізняються, менеджеру надходять критичні заперечення у той час, як викладач після завершення освітньо-інструкторських програм отримує захоплені відгуки.

Формат глибокого інтерв'ю під час навчання також дозволяє провести аналіз зворотного зв'язку: вивчити труднощі, з якими стикаються учні під час навчання та виявити конкурентоспроможні відмінності освітньо-інструкторських програм очима клієнтів.

Повертаючись до можливостей концепції AIDA у досвіді розвитку інстаграм-сторінки «Mindspot», відзначимо специфічність воронки продажів через соцмережі. Зрештою її можна уявити так.



**Рис. 3.7. Воронка продажів на сторінці «Mindspot» в Інстаграм**  
*Джерело: розробка автора*

Проведений аналіз результативності маркетингової стратегії для освітньо-інструкторських програм центру став однією з причин змін у позиціонуванні самого центру: з облікового запису-вітрини з афішами стартів продажів та експертними постами, обліковий запис центру перетворюється на інструмент, який сприяє розвитку бренду компанії та спільноти клієнтів.

Для розуміння характеру змін на шляху до вищеназваної мети фахівцями центру було проведено SWOT-аналіз (від англ. strengths – сильні сторони, weaknesses – слабкі сторони, opportunities – можливості, threats – загрози маркетингової стратегії). Його дані представлені в Таблиці 3.4.

*Таблиця 3.4*

### SWOT-аналіз маркетингової стратегії

strengths	weaknesses
<ul style="list-style-type: none"> <li>– сильна експертність у mindfulness</li> <li>– особистий бренд центру та Віктора</li> <li>– хороші програми для профі, оновлені для підготовки інструкторів та інкубатор</li> <li>– активна ідейна команда</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– дуже важка точка входу для новачків</li> <li>– немає картинку ринку, немає аналізу конкурентів</li> <li>– немає безкоштовного/дешевого каналу трафіку</li> <li>– маркетинг включається на етапі після створення продукту</li> <li>– немає відділу продажу, здатного закривати ліди</li> </ul>
opportunities	threats
<ul style="list-style-type: none"> <li>– глибинні інтерв'ю як спосіб зрозуміти проблеми та болі покупців</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– один канал трафік</li> </ul>

<i>Продовж. Табл. 3.4</i>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>– диверсифікація на новачків та профі через різний контент та різні акаунти</li> <li>– використання бази випускників як бренд амбасадорів замість блогерів</li> <li>– створення сильної команди маркетологів + менеджер продажів, які дають зворотний зв'язок від людей та змінюють його</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– великі витрати на нові продукти</li> <li>– низька маржинальність продуктів коштом високої вартості залучення клієнта</li> </ul>

*Джерело: розробка автора*

В результаті аналізу була розроблена нова структура продажу освітньо-інструкторських курсів, заснована на збільшенні ролі відділу маркетингу та продажу:

1) Відділ маркетингу надає зворотній зв'язок з релевантності освітньо-інструкторських програм та способів їх позиціонування.

2) Менеджери з продажу ведуть холодні та гарячі продажі та передають до відділу маркетингу побажання з позиціонування ММІТ 1 та ММІТ2 (докладніше див. на рисунку 3.5).



**Рис. 3.8 Структура продажу освітньо-інструкторських програм «Mindspot» зараз і в майбутньому**

*Джерело: скриншот презентації, розробка автора*

Проведений аналіз маркетингової стратегії також дозволив сформулювати завдання на 2022 рік, що сприяють популяризації освітньо-інструкторських програм та підвищенню залучення клієнтів.

Серед них:

1. Виділення сегменту нових клієнтів в окремий обліковий запис з інфографічним візуалом
2. Створення вірусного контенту
3. Підвищення лояльності клієнтів через представлення команди центру, акцентування на особах викладачів освітньо-інструкторських програм
4. Планування та реалізація офлайн-продажів освітніх інструкторських програм з точкою входу флоатинг
5. Перехід від роботи з блогерами на амбасадорів-випускників
6. Оформлення елементів сторінки Інстаграм відповідно до нової продуктової матриці
7. Впровадження маркетингових кроків на ранньому етапі на основі даних глибинного інтерв'ю учасників освітньо-інструкторських програм
8. Аналіз ризиків та тестування альтернативних джерел трафіку – Tik-Tok, YouTube.

*Резюмуючи інформацію, подану у розділі, можна сформулювати основні етапи розробки та специфіку освітньо-інструкторських програм ММІТ 1 та ММІТ 2.*

Було здійснене сегментування споживачів освітніх послуг – виділено 4 сегменти цільової аудиторії, що мають різні вигоди та завдання, які вирішує програма: допомагаючі практики, майндфулнес спеціалісти, охочі здобути нову професію, управлінці.

Сформульовані конкурентні переваги освітньо-інструкторських програм:

- авторський системний підхід,
- фундаментальність програми,
- можливість сертифікації та відмови від неї,
- набуття досвіду створення, упаковки, просування та реалізації майндфулнес продукту;

- допомога випускникам у працевлаштуванні та ін.

Ціннісну пропозицію освітньо-інструкторських програм ММІТ 1 та ММІТ 2, розроблену на основі конкурентних переваг, можна кваліфікувати як успішну.

Встановлено ціну освітніх послуг відповідно до особливостей цільового сегмента, визначено ціновий ліфт. Правильне позиціонування «Mindspot» й освітньої програми з погляду ціни послуг як “з оптимальним поєднанням якості й ціни” є важливим компонентом маркетингової стратегії центру

Сформульовано основні елементи позиціонування у соціальній мережі Інстаграм з опорою на розвиток бренду. Серед результатів маркетингової стратегії «Mindspot» варто відзначити успішність розвитку в Інстаграм класичної маркетингової концепції AIDA.

Проведений аналіз результативності маркетингової стратегії для освітньо-інструкторських програм центру став однією з причин змін у позиціонуванні самого центру: з облікового запису-вітрини з афішами стартів продажів та експертними постами, обліковий запис центру перетворюється на інструмент, який сприяє розвитку бренду компанії та спільноти клієнтів.

На фінальному етапі визначено завдання для подальшого просування, ведеться робота над підвищенням залучення клієнтів, формування цінності освітньо-інструкторських програм серед різних сегментів цільової аудиторії.

## ВИСНОВКИ

У дипломній роботі було проведено огляд теоретичних основ управління освітньо-інструкторськими програмами для допомагаючих професій; вивчений східноєвропейський та світовий досвід їх реалізації

Особливу увагу в дипломній роботі було приділено опису структурних елементів, а також планування та реалізації етапів двох освітньо-інструкторських програм ММІТ 1 та ММІТ 2, що дозволило сформулювати маркетингову стратегію центру щодо них.

Це дозволяє констатувати виконання основної мети дипломного проєкту.

Досягнення мети диплома стало можливим завдяки виконанню поставлених завдань:

- ми визначили зміст понять «допомагаючі професії», «допоміжна діяльність», «інструктор з майндфулнес», «освітньо-інструкторська програма», узагальнили підходи до класифікації допомагаючих професій; розглянули релевантні ознаки освітніх послуг; визначили місце інструктора з майндфулнес серед допомагаючих професій;
- вивчили світовий досвід управління освітніми програмами для практиків, що допомагають, а саме для інструкторів з майндфулнес;
- проаналізували освітнє середовище центру «Mindspot» та виділили конкурентні переваги програм;
- описали основні структурні елементи освітньо-інструкторських програм центру та розпланували етапи їх реалізації;
- розробили маркетингову стратегію для подальшого позиціонування на ринку майндфулнес послуг.

Результати проведених досліджень дозволяють відзначити значущість соціономічних професій, яку підкреслює абсолютна більшість дослідників. Але релевантні ознаки та система базису якості освіти практиків, що допомагають, характеризуються неоднорідністю.

Безперечно, інструктор з практик усвідомленості – допомагаючий практик, попри те, що у класифікаторі професій України немає професії «інструктор з практик усвідомленості». Низка проблем (різноманітність термінологічних описів, відсутність єдиних стандартів якості тощо) обумовлена новизною цього явища в українському освітньому просторі.

Тому потрібними та актуальними стають освітньо-інструкторські програми, які пропонують навчання «під ключ»: з видачею сертифікату, правом та досвідом практики та викладання. Модернізовані програми мають високий освітній потенціал і виводять професію викладача світської медитації та практик усвідомленості у топ професій майбутнього, оскільки фахівець з майндфулнес безпосередньо взаємодіє з когнітивною сферою людини, розвиваючи навичку усвідомленості та навчаючи клієнтів застосовувати її у різних життєвих контекстах.

Для збереження конкурентоспроможності у мінливих ринкових умовах командою був проведений аналіз конкурентів, виділені переваги освітніх продуктів центру та розпочатий процес модернізації продуктової лінійки.

Фундаментальні зміни торкнулися насамперед освітньо-інструкторських програм ММІТ. Крім того, у лінійці освітніх продуктів з'явилися нові продукти, що сприяють розвитку підприємницьких навичок інструкторів з майндфулнес. Можливість освоєння бізнес-навичок підвищує конкурентоспроможність ММІТ 1 та ММІТ 2 та забезпечує їхню актуальність для сучасної онлайн-освіти в Україні. Разом з тим, програма включає освітній центр «Mindspot» до низки українських флагманів інтеграції бізнес-ідей у професійну освіту.

## ПЕРЕЛІК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Дмитрів А.Я. Функціональний підхід до застосування маркетингу для розвитку діяльності закладів вищої освіти. *Маркетинг і менеджмент інновацій*, 2011. №3. Т.1. С. 130-136. URL: <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/24138> (дата звернення 19.11.2021)
2. Крижко В. В. Теорія та практика менеджменту в освіті : навч. посіб. Київ : Освіта України, 2005. 256 с.
3. Карташова Л. А. Антикризовий менеджмент підвищення кваліфікації. *Вісник Національної академії педагогічних наук України*.2020. С. 1–10. URL:<https://visnyk.naps.gov.ua/index.php/journal/article/view/64> (дата звернення: 19.11.2021).
4. Мармаза О. І. Менеджмент в освіті: секрети успішного управління. Х.: Вид. група "Основа", 2005. Вип. 11(35). 176 с.
5. Щоголева Л.О. Моніторинг якості освіти: теоретико-методологічний аспект. *Педагогічний пошук*. 2014. № 2 (82). С. 36 – 40. URL: [http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis\\_nbuv/cgiirbis\\_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE\\_FILE\\_DOWNLOAD=1&Image\\_file\\_name=PDF/pedp\\_2014\\_2\\_12.pdf](http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&Image_file_name=PDF/pedp_2014_2_12.pdf) (дата звернення 20.11.2021)
6. Семенюк Н. В. Безперервна освіта як система. *Нова парадигма*. 2013. №. 117. С. 24-33.
7. Климов Е. А. Психология профессионального самоопределения : учебное пособие для студентов высших учебных заведений, обучающихся по специальностям: 031000 - Педагогика и психология, 031300 - Социальная педагогика, 033400 — Педагогика. Москва: Академия, 2010. 304 с.
8. Руденко Л. А. Формування світогляду майбутніх фахівців соціономічних професій: гносеологічний аспект. *Педагогіка і психологія професійної*



- освіти*. 2017. № 1. С. 27-36. URL : [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Pippo\\_2017\\_1\\_5](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Pippo_2017_1_5). (дата звернення: 15.07.2021).
9. Якунина, Ю. Е. Субъективные критерии эффективности профессиональной деятельности в профессиях типа "человек-человек": автореф. дис. ... канд. псих.наук: 19.00.03. Москва, 2004. 24 с. URL: <https://viewer.rusneb.ru/ru/rs101002734838> (дата звернення: 10.07.2021).
10. Милакова, В. В. Психологические особенности профессионального самоопределения будущих специалистов помогающих профессий социономического типа: автореф. дис. ... канд. псих.наук: 19.00.13. Астрахань, 2007. 23 с. URL: <https://viewer.rusneb.ru/ru/rs101003056586> (дата звернення: 10.07.2021).
11. Роджерс К. Взгляд на психотерапию. Становление человека. Москва: Прогресс, 1994. 256 с. URL: [https://www.litmir.me/br/?b=136587&p=11#section\\_21](https://www.litmir.me/br/?b=136587&p=11#section_21). (дата звернення: 18.07.2021).
12. Brammer, L. M. (1973). *The helping relationship: Process and skills*. Prentice-Hall. URL: <https://pdfcoffee.com/the-helping-relationship-proc-brammer-lawrence-mpdf-4-pdf-free.html> (дата звернення: 18.07.2021)
13. Сорокоумова С.Н., Исаев В.П. Специфика профессиональной деятельности специалистов помогающих профессий. *Педагогическое образование в России*. 2013. №4. С. 186-190. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/spetsifika-professionalnoy-deyatelnosti-spetsialistov-pomogayuschih-professiy> (дата звернення: 15.07.2021).
14. Эннс Е. А. Психологическая характеристика помогающих профессий. *Современная психология* : материалы I Междунар. науч. конф. (г. Пермь, июнь 2012 г.). Пермь : Меркурий, 2012. С. 92-93. URL: <https://moluch.ru/conf/psy/archive/34/2487/> (дата звернення: 19.07.2021).
15. Підгурська М. Взаємозбагачення змісту і сутнісного наповнення соціономічних професій. *Правова система України в умовах європейської*

- інтеграції : погляд студентської молоді : зб. тез доп. IV Міжнар. студ. наук. конф. (м. Тернопіль, 15 травня 2020 р.). Тернопіль, 2020. С. 461-463.*
16. Спенсер Л., Спенсер С. Компетенции на работе. Модели максимальной эффективности работы. Москва : ГИППО, 2009. 371 с.
17. Третьякова В. С. Социально-психологические профессии в парадигме социопсихологических требований к субъекту профессиональной деятельности. *Акмеология профессионального образования : Материалы 14-й Международной науч. конф. (Екатеринбург, 14–15 марта 2018 г.). Екатеринбург, 2018. С. 151-156.*
18. Професійний стандарт «Практичний психолог закладу освіти» от 24.11.2020. URL: [https://mon.gov.ua/storage/app/media/rizne/2020/12/Standart\\_Praktychnyyu\\_psukholoh.pdf](https://mon.gov.ua/storage/app/media/rizne/2020/12/Standart_Praktychnyyu_psukholoh.pdf) (дата звернення 23.07.2021).
19. Killingsworth, M. A., Gilbert, D. T. (2010). A wandering mind is an unhappy mind. *Science*, 330(6006), 932-932. URL: [https://renewanmaarsseveen.nl/wp-content/uploads/overig8/Wandering mind is an unhappy mind - Killingsworth and Gilber 2010.pdf](https://renewanmaarsseveen.nl/wp-content/uploads/overig8/Wandering%20mind%20is%20an%20unhappy%20mind%20-%20Killingsworth%20and%20Gilber%202010.pdf) (дата звернення 24.08.2021).
20. Brown K.W., Ryan R.M., Creswell J.D. Mindfulness (2009). Theoretical foundations and evidence for its salutary effects. *Psychological Inquiry*, 18, 211 - 237. URL: <https://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.458.9330&rep=rep1&type=pdf> (дата звернення: 24.08.2021).
21. Kabat-Zinn J. (2011). Some reflections on the origins of MBSR, skillful means, and the trouble with maps. *Contemporary Buddhism*, 12(1), 281-306. URL: <https://www.tandfonline.com/doi/pdf/10.1080/14639947.2011.564844> (дата звернення 24.08.2021).
22. Оксфордский словарь : веб-сайт. URL: <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/mindfulness> (дата звернення: 24.08.2021)

23. Великий тлумачний словник сучасної української мови : 250000 / уклад. та голов. ред. В. Т. Бусел. Київ; Ірпінь: Перун, 2005. VIII, 1728 с.
24. Атлас новых профессий : веб-сайт. URL: [https://atlas100.ru/upload/pdf\\_files/atlas.pdf](https://atlas100.ru/upload/pdf_files/atlas.pdf) (дата звернення: 22.08.2021)
25. Оболенська, Т. Є. Наукові засади формування конкурентного ринку освітніх послуг для функціонування ринку праці. Теорія і практика маркетингу в Україні: монографія. 2005. С.13-57.
26. Дмитрів А. Я. Характеристика особливостей освітньої послуги з погляду маркетингу. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. 2010. № 690 : Логістика. С. 40-43.
27. Дмитрієв В. Ю. Особливості ринку освітніх послуг у системі вищої освіти. *Народна освіта*. Київський обласний інститут післядипломної освіти педагогічних кадрів, Інститут педагогіки АПН України, Міжнародний освітній фонд ім. Ярослава Мудрого. 2012. № 3 (18). URL: [http://narodnaosvita.kiev.ua/Narodna\\_osvita/vupysku/18/statti/dmitriev.htm](http://narodnaosvita.kiev.ua/Narodna_osvita/vupysku/18/statti/dmitriev.htm) (дата звертання 20.08.2021)
28. Мармаза О. І. Менеджмент освітньої організації. Харків : Щедра садиба, 2017. 126 с.
29. Goleman, D. (2001). Emotional intelligence: Issues in paradigm building. *The emotionally intelligent workplace*, 13, 26.
30. Губа А. В. Теоретико-методичні засади формування управлінської культури вчителя-майбутнього менеджера освіти : автореф. дис. ... д-ра пед. Наук : 13.00.04. Луганськ, 2010. 44 с.
31. Панфилова А. П. Развитие социальной компетентности для эффективного управления человеческими ресурсами .Peer-reviewed materials digest (collective monograph) published following the results of the cilnter national research and practice conference and istage of the champion ship in psychology

- and educational sciences. London, 2015. С. 80–82. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/233944692.pdf> (дата звертання: 20.08.2021).
32. Ivanytska, O. (2018). Erasmus + coordinator as a tutor and mentor at higher educational establishments of Ukraine under the conditions of the academic mobility increase. *ScienceRise: Pedagogical Education*, (5 (25), 14–18. URL: [http://journals.uran.ua/sr\\_edu/article/view/134545/136913](http://journals.uran.ua/sr_edu/article/view/134545/136913) (дата звертання: 20.08.2021).
33. Аніщенко О. Тренди освіти дорослих: реалії та перспективи. *Науковий вісник Мелітопольського державного педагогічного університету імені Богдана Хмельницького*. Серія: Педагогіка. 2015. Т. 1. №. 15. С. 155-160. URL: <http://ojs.mdpu.org.ua/index.php/nv/article/view/1283/1413> (дата звертання: 22.08.2021).
34. Сиченко В. В. Сутність та особливості маркетингу освітніх послуг в Україні. *Державне будівництво*. 2007. № 2. - URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/DeVu\\_2007\\_2\\_23](http://nbuv.gov.ua/UJRN/DeVu_2007_2_23) (дата звертання 22.08.2021)
35. Дополнительное образование: менеджмент образовательных услуг : учебник для бакалавриата / Е. Н. Агапова, Т. Ю. Анисимов и др. Москва : Издательство Проспект, 2018. 432 с.
36. Харламова А. О. Корпоративна соціальна відповідальність необхідний чинник формування корпоративної стратегії. *Ефективна економіка*. 2012. №. 9. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=1410> (дата звернення 22.08.2021)
37. Ми об'єднуємо освітян і допомагаємо їм зростати : веб-сайт. URL: <https://www.edcamp.ua/> (дата звернення 23.09.2021).
38. Life Engineering Forum : сторінка у соціальній мережі. URL: <https://www.facebook.com/lifeengineeringforum> (дата звернення 20.09.2021)
39. Erasmus+: youth in action programme. URL: <https://www.salto-youth.net/downloads/4-17-3327/Salto%20brochure%20web%202018%20feb%20final.pdf> (дата звернення 22.09.2021)

40. Сас Н. Основи інноваційного управління навчальними закладами : навч.-метод. посіб. Полтава : ПНПУ імені В.Г. Короленка, 2013. 178 с.
41. Марухленко О. В. Стратегічне планування у вищих освітніх закладах. *Відкрите освітнє e-середовище сучасного університету*. 2017. №. 3.
42. Ільків, О. Особливості формування корпоративної культури освітньої установи. *Студентський науковий вісник Тернопільського національного педагогічного університету імені Володимира Гнатюка*. 2018. Вип. 43. С. 74–76.
43. Менеджмент в освіті : підручник / Крижко В. та ін. Київ : Освіта України. 2020 .465 с
44. Мармаза О. І. Інноваційний менеджмент. Х.: ТОВ «Планета-принт», 2016. 197 с.
45. Щоголева Л., Вознюк В. Стратегічне управління освітнім закладом як соціальною системою. *Нова педагогічна думка*. 2014. № 2. С. 237-240. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Npd\\_2014\\_2\\_70](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Npd_2014_2_70) (дата звернення 20.09.2021)
46. Кот О. В., Павлюк О. О. Визначення сутності поняття розвиток підприємства. *Бізнес Інформ*. 2013. №. 8. С. 256-261. URL: [http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis\\_nbuv/cgiirbis\\_64.exe?I21DBN=LINK&P21DBN=UJRN&Z21ID=&S21REF=10&S21CNR=20&S21STN=1&S21FMT=ASP\\_meta&C21COM=S&2\\_S21P03=FILE=&2\\_S21STR=binf\\_2013\\_8\\_45](http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?I21DBN=LINK&P21DBN=UJRN&Z21ID=&S21REF=10&S21CNR=20&S21STN=1&S21FMT=ASP_meta&C21COM=S&2_S21P03=FILE=&2_S21STR=binf_2013_8_45) (дата звернення 20.09.2021)
47. Захарчин Р. М. Особливості та стратегічні завдання сучасного менеджменту організацій. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. Серія: Економічні науки. 2015. №. 14 (2). С. 66-68. URL: [http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis\\_nbuv/cgiirbis\\_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE\\_FILE\\_DOWNLOAD=1&Image\\_file\\_name=PDF/Nvkhdu\\_en\\_2015\\_14\(2\)\\_\\_19.pdf](http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&Image_file_name=PDF/Nvkhdu_en_2015_14(2)__19.pdf) (дата звернення 21.09.2021)

48. These are the top 10 job skills of tomorrow – and how long it takes to learn them : веб-сайт. URL: [https://www.weforum.org/agenda/2020/10/top-10-work-skills-of-tomorrow-how-long-it-takes-to-learn-them?utm\\_source=facebook&utm\\_medium=social\\_scheduler&utm\\_term=Education%20and%20Skills&utm\\_content=21%2F10%2F2020%2021%3A30&fbclid=IwAR3h\\_yMNY73A-WrEH7Fjap-WqRNC0qMTaqlngJeIhHZXdyGMmO4ppJCZgAk](https://www.weforum.org/agenda/2020/10/top-10-work-skills-of-tomorrow-how-long-it-takes-to-learn-them?utm_source=facebook&utm_medium=social_scheduler&utm_term=Education%20and%20Skills&utm_content=21%2F10%2F2020%2021%3A30&fbclid=IwAR3h_yMNY73A-WrEH7Fjap-WqRNC0qMTaqlngJeIhHZXdyGMmO4ppJCZgAk) (дата звернення 21.09.2021)
49. Дудко П. М. Стратегічне управління вищим навчальним закладом на основі конкурентних переваг. *Вісник Київського національного університету технологій та дизайну*. Серія Економічні науки. Спецвипуск : Ефективність організаційно-економічного механізму інноваційного розвитку вищої освіти : матеріали VII Міжнародної науково-практичної конференції (6 жовтня 2017 р., м. Київ). 2017. С. 125-136. URL: <https://er.knutd.edu.ua/handle/123456789/7729> (дата звернення 21.09.2021)
50. Шумейко, В.М. Інновація торгової марки як засіб конкурентної боротьби. *Механізм регулювання економіки*. 2007. №4. с. 146-150. URL: <http://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/9134> (дата звернення 28.09.2021)
51. Мельник, Л.Г. Маркетингова цінова політика : навч. посіб. Суми : Університетська книга, 2007. 240 с. URL: <http://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/44615> (дата звернення 30.09.2021)
52. The Jobs Reset Summit : веб-сайт. URL: <https://www.weforum.org/events/the-jobs-reset-summit-2020> (дата звернення 30.09.2021)
53. Wikipedia: Mindfulness-based stress reduction : веб-енциклопедія. URL: [https://en.wikipedia.org/wiki/Mindfulness-based\\_stress\\_reduction#:~:text=Mindfulness-based%20stress%20reduction](https://en.wikipedia.org/wiki/Mindfulness-based_stress_reduction#:~:text=Mindfulness-based%20stress%20reduction)

- %20(MBSR,%2C%20anxiety%2C%20depression%20and  
%20pain.&text=While%20MBSR%20has%20its%20roots,the%20program  
%20itself%20is%20secular (дата звернення 30.09.2021)
54. Glomb T. M. et al. (2011) Mindfulness at work. *Resources Management (Research in Personnel and Human Resources Management, Vol. 30)*, Emerald Group Publishing Limited, Bingley, pp. 115-157.
55. Ващук В., Стадницька Ю. Майндфулнес-орієнтована когнітивна терапія як інструмент впливу на модифікацію схем особистості. *Наукові записки УКУ*. 2020. Педагогіка. Психологія, вип. 3. С. 33–39.
56. Unified Mindfulness: Live a Happier, Healthier, More Inspired Life Starting Today : веб-сайт. URL: <https://unifiedmindfulness.com/core> (дата звернення 30.09.2021)
57. Hülshager U. R., Alberts H. J., Feinholdt A., Lang J. W. (2013). Benefits of mindfulness at work: the role of mindfulness in emotion regulation, emotional exhaustion, and job satisfaction. *Journal of applied psychology*, 98(2), 310.
58. Mindspot Mindfulness Instructors Training : веб-сайт. URL: <https://mindspot.center/mmit-program> (дата звернення 03.10.2021)
59. Програма по зниженню стресса (MBSR) на основе майндфулнесс : веб-сайт. URL: <https://mindup.center/mbsr> (дата звернення 03.10.2021)
60. Mindfulness MBSR Teacher Training : веб-сайт. URL: <https://mbsr.website/> (дата звернення 03.10.2021)
61. Инструкторская программа «Жить внимательно» : веб-сайт. URL: <https://zhitvnimatelno.ru/instructors> (дата звернення 03.10.2021)
62. Петренко Е.С., Кот Ю.А., Климова С.Г., Богомолова Е.В. Социальные предприниматели на рынке социальных услуг: перспективы развития. М., Фонд «Общественное мнение», 2016. 345 с.
63. EntreComp: Рамка предпринимательской компетентности. URL: <https://eufordigital.eu/ru/library/entrecomp-the-entrepreneurship-competence-framework/> (дата звернення 05.10.2021)

64. Романовський О. О. Теорія і практика зарубіжного досвіду в підприємницькій освіті України: монографія. Деміур, 2002. 400 с. URL: [https://books.google.by/books?hl=ru&lr=&id=Q5rYDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA2&ots=d8NEC5dpYj&sig=ZtELZWgdyiD0-rF84BAXX\\_QfSJo&redir\\_esc=y#v=onepage&q&f=false](https://books.google.by/books?hl=ru&lr=&id=Q5rYDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA2&ots=d8NEC5dpYj&sig=ZtELZWgdyiD0-rF84BAXX_QfSJo&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false) (дата звернення 05.10.2021)
65. Хижняк Л. М. Замысел бизнес-образования и проблемы его реализации на различных этапах развития предпринимательства в Украине. *Методологія, теорія та практика соціологічного аналізу сучасного суспільства*. 2014. Вип. 20. С. 310-314. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Mtpsa\\_2014\\_20\\_54](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Mtpsa_2014_20_54) (дата звернення 18.10.2021)
66. Галашкина Ю. М. Теоретический аспект компетентности. Виды компетенции. Формирование компетенции как фактора конкурентоспособности работника. *Вопросы экономики и управления*. 2016. №. 5. С. 138-142. URL: <https://moluch.ru/th/5/archive/44/1525/> (дата звернення 05.10.2021)
67. Остервальдер А. Разработка ценностных предложений: Как создавать товары и услуги, которые захотят купить потребители. Москва: Альпина Паблишер, 2015. 312 с.
68. Остервальдер А., Пинье И. Построение бизнес-моделей: Настольная книга стратега и новатора. Москва: Альпина Паблишер, 2015. 289 с.
69. Касимова Э. Р., Кузнецова Е. В. Управление воронкой продаж в SMM. *Актуальные вопросы экономической теории: развитие и применение в практике российских преобразований* : материалы X Международной научно-практической конференции (Уфа, 28–29 мая 2021 года). Уфа: Уфимский государственный авиационный технический университет, 2021. С. 148-151. URL: [https://www.elibrary.ru/download/elibrary\\_46176309\\_55801675.pdf](https://www.elibrary.ru/download/elibrary_46176309_55801675.pdf) (дата звернення 09.11.2021)



## ДОДАТКИ

### Додаток А

#### *Ролі та функції команди освітнього центру «Mindspot»*

<b>№</b>	<b>Назва ролі</b>	<b>Основні функції</b>
<b>1</b>	<b>Автор проєкту</b>	Обличчя бренду, ідеолог + носій mindfulness, викладач ММІТ, робота з кураторами, івенти, ретрити, методологія ММІТ1, продукти для професійної спільноти
<b>2</b>	<b>Генеральний директор</b>	Фінансовий облік, бюджетування, затвердження бюджетів, заробітна плата, бонуси, гонорари, операційні завдання, оренда, супровід ФОП + ТОВ + юридичні питання, командоутворення, HR (набір + організація), календар відпусток, відпочинку, стратегія, партнерство, публічна участь у зовнішніх івентах, контент для продуктів, особа проєкту.
<b>3</b>	<b>Головний бухгалтер</b>	Розробка облікової політики, підсумки фінансової діяльності, звітність перед власниками, оплата товарів, робіт, послуг, видання грошей на зарплатню, гонорари, проведення великих платежів
<b>4</b>	<b>Матеріально-технічний відділ (клінінг, майстри)</b>	Прибирання, справність систем: флоат-капсула, фітостіни, ІТ та 1С.
<b>5</b>	<b>Маркетолог</b>	Аналіз ринку та моніторинг конкурентів, планування маркетингових активностей (щотижня), стратегічне планування + маркетинговий план на рік; розробка та запуск реклами; моніторинг та стимулювання продажів; аналітика сайту та соцмереж; координація роботи відділу та планування робіт на місяць/тиждень; рекрутинг та адаптація); створення партнерських програм та колаборацій; налаштування та контроль онлайн-майданчиків та програм; лідогенерація; бюджетування; звітність за підсумками місяця по усіх проєктах; система лояльності; сегментація бази; розробка пакування продукту; Зворотній зв'язок; воронка продуктів; сесії з командою про новий товар;

		інформування про облікові записи.
6	<b>SMM спеціаліст</b>	Розробка стратегії просування у соцмережах, оперативне ведення трьох майданчиків (фб, тг, інста), створення контент плану (текст+ візуал), комунікація у директі, створення контенту візуальних матеріалів для соцмереж, робота з блогерами та спільнотою, аналітика результатів за місяць; створення та розміщення анонсів; фото/відео/текст; супровід заходів (освітлення продуктів, постреліз, блоги); моніторинг конкурентів та спільноти у соцмережах.
7	<b>Дизайнер</b>	Створення макетів для реклами та соцмереж, створення сторінок на сайті, внесення правок на сайт, розробка поліграфії та друку матеріалів, розробка презентацій/сертифікатів та інших роздаткових матеріалів.
8	<b>Методолог</b>	Аналіз ринку, створення ідей для нових продуктів; актуалізація існуючих продуктів, навчання та супровід інструкторів, партнерство із зовнішніми спікерами, договір; супровід поточних івентів із контролем якості; збір зворотного зв'язку інструкторів та клієнтів, адаптація продуктів; створення контенту та безкоштовних івентів.
9	<b>Адміністратори</b>	<i>Головний адміністратор:</i> комунікація з командою (доведення до відома прийнятих рішень, інформування про продукти, навчання та супровід, контроль виконання рішень, якості роботи адміністраторів, закриття вакансій адмінів – пошук та стажування); з головним бухгалтером (розробка облікової політики, фінансування, зарплатня та інші виплати, збирання інформації для формування бюджетів івентів, внутрішня звітність, видача готівки); закупівля госптоварів, продуктів, інвентаризація, переміщення майна  <i>Адміністратори:</i> комунікація; флоат; супровід онлайн-курсів (чати, Zoom, комунікація, відмітки на заняттях); простір центру (підтримка чистоти, робочий стан усієї техніки, комунікація з техперсоналом, проведення заходів у центрі); комунікація з командою: Slack, інструктори, Zoom-календар,

		Google-календарі.
<b>10</b>	<b>Project менеджер</b>	Календар подій (стратегічний та операційний рівень), генерування контенту + маркетингові активності для продажу марафону, робота зі спікерами, з кураторами x3, комунікація з потенційними клієнтами, відбір учасників, документація + CRM, фінансовий та юридичний супровід продукту, підтримка спільноти, операційна підтримка програм, комунікація з учасниками; анонси продуктів Mindspot усередині профспільноти, адміністрування інкубатора, ММІТ Kids + Kids спільнота; Запуск ММІТ2.
<b>11</b>	<b>Клієнт-менеджер</b>	Пошук та залучення клієнтів (“тепла” база), обробка заявок та виставлення рахунків, ведення CRM-системи, комунікація з наявними клієнтами; збір зворотного зв'язку та внесення пропозицій; координація робіт з івентів із адміністраторами; презентація продуктів у компанії; організація продажів та виконання планів.
<b>12</b>	<b>Контент-спеціаліст</b>	Підготовка текстів для сайту (програмна частина), статті та блог на сайті, розробка заходів – ідея, тема, ведучі, координація роботи інструкторів, планування івентів на 1-2 місяці.
<b>13</b>	<b>Майндфулнес інструктори</b>	Проведення курсів, ретритів, індивідуальних та групових інструкторських програм, навчання B2B; участь у розробці освітніх програм.

*Джерело: власна розробка автора*

## Додаток Б

## Лінійка освітніх продуктів «Mindspot»

Категорія	Продукт	ЦА	Переваги
Навчання	«Базова усвідомленість» із Віктором Ширяєвим	Широка аудиторія з інтересом до усвідомлення	Методологія, програма, роздатковий матеріал, практичний аспект, можливість просунути в темі та отримати результат, група підтримки на практиці
	«Емоційне благополуччя»		
	«Усвідомлена продуктивність»		
	«Робота зі стресом»		
Професійне навчання	ММІТ 1	Допомагаючі професії, претенденти на нову професію, які цікавляться темою	Формат, методологія, система підтримки, інфраструктура, ведучий, спільнота, компетенції для інтеграції у свою роботу, занурення.
	ММІТ 2	Випускники ММІТ 1 випускники інших програм про усвідомлення	Програма, різноманітний досвід, портфоліо після випуску, спільнота, бізнес-трек, різні експерти, ретрит всередині програми.
	ММІТ Kids	Спеціалісти з роботи з дітьми, батьки	Унікальний продукт на російськомовному просторі.
Ретрити	ретрит односторонній онлайн	Для всіх з аудиторії курсів	Формат, простір, доступність, результат, ведучі
	ретрит односторонній офлайн		
	ретрит односторонній онлайн для просунутих	Досвід від 6 місяців	
	Візні ретрити	Для всіх з аудиторії курсів	
Промо-івененти	Вебінар	Для фахівців допомагаючих професій, батьків	Користь, знайомство з методом та інструкторами, охоплення, ліди, доступність
	Марафон		
	Практикум		
	Ефіри в інстаграм		
Індивідуальні	одноразові	Для усіх	Індивідуальний

заняття	пакети		підхід, зручний формат/оплата.
B2B	Вебінар	B2B	Індивідуальний підхід, ексклюзивна пропозиція, гнучкість, експертність, результати.
	Марафон		
	практикум		
	Ретрит		
	Tailor-made програма		
	Базові заняття		
	Пакет індивідуальних тренувань		
Підтримка спільноти	Інкубатор	Допомагаючі фахівці з практичним досвідом роботи від 1 року з ідеєю/працюючим проектом	Унікальний продукт, 6 місяців практичного досвіду у бізнесі, інфраструктура, посилення, результати.
	Група підтримки	Випускники курсів ретритів	Підтримка у практиці Люди із спільними інтересами та бекграундом
	Зустрічі проф.спільноти в Одесі	Випускники ММІТ	Спілкування edutainment networking
	Інтерв'їзі, суперв'їзі		
Для вчителів	Онлайн курси	Вчителі загальноосвітніх шкіл	Підтримка вчителів майндфулнес в освіті, PR та KCB
	Спільнота Mindfulness-Ukraine	Випускники учительських курсів	Підтримка спільноти
Інше	Slow Art	Для усіх	Унікальний формат, новий погляд на мистецтво, точка входу до майндфулнес, партнерства з музеями, програма
	Практики в Зеленому театрі	Усі	Доступність, атмосфера місця, результат, точка входу до майндфулнес

*Джерело: власна розробка автора*

## Додаток В

### Порівняльний аналіз програм «Жити уважно» – MBSR – ММІТ

	Жити уважно	MBSR	ММІТ
<b>Підхід</b>	Основи mindfulness	Зниження стресу через mindfulness: практика та викладання 1 програми	Unified mindfulness: практика, принципи побудови програм усвідомленості, конкурентоспроможність як фахівця, бізнес-старт
<b>Етапи</b>	6 місяців:  1 блок - практика, текстові та відеолекції, щотижня дзвінок, загальний чат  2 блок - тренерство, регулярний зворотний зв'язок. +маркетинг, просування	10 місяців:  1. MBSR-практик 2. прекурс 8 тижнів (самостійне вивчення керівництва, скриптів) 3. 1 модуль 7 днів (4+3) 4. прекурс (самостійне вивчення планів сесій) 5. 2 модуль - дидактичний 7 днів. 6. Супервізія 7. Ретрит 8. Сертифікат	10 місяців:  5 модулів +бізнес-старт
<b>Комунікація з учнями</b>	Регулярний зворотний зв'язок 2 блоки чат учнів	1 співбесіда 8 по 2 години як MBSR-учасник 4 56 год. рік (модулі) як тренер 4 по 1 годині / 8 по 30 хвилин супервізія 16 - попередження, email-розсилка 1 ретрит тиші	1 співбесіда 5 модулів
<b>Ціни</b>	663 євро до 1.02.21	1. MBSR - учасник 350 євро 2. 1 модуль 550 євро 3. 2 модуль 550 євро 4. супервізія 195 євро 5. ретрит 250 євро 6. вручення сертифікату 150 євро Усього 2045 євро	1250 \$= 1028 євро
<b>Години</b>		16 MBSR-учасник 112 2 модулі 4 год. супервізія ± ретрит тиші	
<b>Відсоток</b>			70% самостійної роботи за

<b>вільного плавання</b>			підтримки кураторів, групи у міжмодульний час 30%-модуль
<b>Програма</b>	Для кого є mindfulness, техніки під запит, техніка безпеки, коли mindfulness не допомагає, як підвищити якість практики.	Stress reduction Академії Солерто (Іспанія) відповідає британському стандарту (сертифіковані)	Unified mindfulness Янга відповідність Міжнародному стандарту, Британському стандарту, стандарту з етики (IMIN)
<b>Вимоги до кандидатів на тренерський курс</b>		2 роки особистої практики MBSR-учасник	2 роки особистої практики
<b>Педагогічний підхід</b>		Х'ютагогіка - учень у центрі навчання	
<b>Хто на виході</b>		1. практик 2. викладач 8-тижневого курсу зниження стресу через практики усвідомленості 3. навичка acquiring (придбання, отримання) - навичка ставити питання, щоб підвести учня до усвідомлення досвіду mindfulness	1. практик 2. Викладач mindfulness 3. популяризатор, розуміння етики викладання 4. розуміння принципів побудови курсів mindfulness, здатність побудувати авторський курс 5. відбудова власної цінності серед інших викладачів 6. бізнес-старт
<b>Вимоги до випускників</b>	1. проміжні тести 2. демосесія на іспиті 3. розуміння етики 4. 20 годин практики зі студентами+щоденник 6. регулярна особиста практика 7. від 60 годин особистої практики +щоденник 8. знання літератури та операційної мови 9. 2 ретрити тиші до, під час або після курсу протягом 1 року	1. пройти 3 етапи навчання 2. супервізія 3. ретрит тиші 4. оплата сертифікату 5. есе 6. MBI-TAC вимоги: ембодимент і т.д.	1. 5 модулів 2. 10 годин практики у малих групах 4. від 40 годин особистої практики 5. 20 годин викладання 6. іспит (2 відео +теор.тест)
<b>Сертифікат дає право</b>		Викладати 8-тижневий курс навчання тренерів зниження	Викладати практики усвідомленості, навчати

		стресу в будь-якій країні (після 2 модуля)	викладання, створювати власну систему викладання
<b>Після сертифікації</b>	Загальне підтримуюче ком'юніті, блоки з викладання від відомих фахівців	Внесення до реєстру учнів Професійна спільнота Колаборація	Внесення до реєстру учнів (?) Професійна спільнота Колаборація Супровід після: включення до Української асоціації викладачів, mindspot activities для випускників, викладацька супервізія та бізнес-супервізія допомагають почати викладати з комфортною швидкістю.
<b>Матеріали</b>		1. скрипти 2. Посібник від Академії 250 стор. 3. План сесій Спрямованість: програма зі зниження стресу	1. Бібліотека матеріалів з нейрофізіології, напрямів, етики викладання
<b>Педагогічний процес</b>		Х'юпедагогіка - увага на процес, що виникає під час практик усвідомленості	
<b>Запрошені спеціалісти</b>	+ вказані на сайті Вивовольська Берлін Кідімова (бізнес) Веряскін Стоянова Гердзюшева		+

*Джерело: власна розробка автора*