

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

факультет суспільних наук

кафедра управління та організаційного розвитку

Кваліфікаційна робота

на тему “Розробка стратегії масштабування та виходу на нові ринки онлайн університету для фрілансерів Primeclass.io”

Виконав студент 2 курсу, групи СП21/М

Галузі знань 07 Управління та адміністрування

Спеціальності 073 Менеджмент

Освітньої програми «Інновації та підприємництво»(MSc in Innovations and Entrepreneurship)

Освітній ступінь - магістр

Паславський Т. Р.

Керівник Корнецький А. О.

Рецензент Дольна Х.

Львів – 2023 року

## ЗМІСТ

<b>ВСТУП.....</b>	<b>1</b>
<b>РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ РОЗВИТКУ ОСВІТНІХ ТЕХНОЛОГІЙ.....</b>	<b>4</b>
1.1. Суть, поняття та особливості історії розвитку освітніх технологій.....	4
1.2. Основні виклики та перспективи розвитку освітніх технологій XXI століття .....	9
1.3. Основні підходи до інтерактивного навчання у світі .....	15
1.4. Тенденції та перспективи розвитку онлайн-освіти.....	21
<b>РОЗДІЛ 2. ФОРМУВАННЯ ТА АНАЛІЗ КОНЦЕПЦІЇ ПРОЄКТУ.....</b>	<b>27</b>
2.1. Виділення та дослідження проблематики проєкту.....	27
2.2. Формування концепції проєкту, актуальності та етапів її реалізації .....	30
2.3. Аналіз ринку та конкурентів у сегменті освітніх платформ для фрілансерів .....	33
2.4. Розробка бізнес-моделі компанії Primeclass.....	37
<b>РОЗДІЛ 3. РЕАЛІЗАЦІЯ СТРАТЕГІЇ МАСШТАБУВАННЯ ТА ВИХОДУ НА РИНОК ПІВНІЧНОЇ АМЕРИКИ.....</b>	<b>40</b>
3.1. Визначення стратегії виходу та масштабування на ринку Північної Америци.....	40
3.2. Ресурси, необхідні для впровадження проєкту, прорахунок бюджету... 3.3. Залучення фінансування від інвесторів для реалізації стратегії .....	43 3.3. 46 3.4.
3.4. Побудова стратегії роботи з інфлуенсерами на ринку Північної Америци.....	52
3.5. Стратегічні перспективи розвитку проєкту.....	57
<b>ВИСНОВКИ.....</b>	<b>60</b>
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....</b>	<b>63</b>

## ВСТУП

Що таке освіта? Для чого потрібна освіта? Що означає бути освіченою людиною? Чи актуальна зараз освіта? А що робить освіту актуальною? Яку історію пройшла освіта? Яке її майбутнє? Чи нові технології допомагають навчанню? Які технології здатні покращити освіту? А що є покращенням

освітніх процесів? Чи дійсно освіта прогресує чи, можливо, регресує? Як побудувати найкращий освітній процес?

Ми живемо у світі, що швидко змінюється. З активним розвитком інформаційних технологій та процесами глобалізації людство зіштовхується з великою кількістю викликів, для яких потрібно шукати рішення. Майбутнє є невизначеним, причому воно буде зовсім інше, ніж те, яке ми собі уявляємо саме зараз, адже надто багато змінних з'являються кожен день, щоб можна було робити точні прогнози.

Освіта, яка має готувати нас до майбутнього, в своїй більшості є застарілою, адже орієнтується на повільний та статичний світ, де зміни відбувалися не так стрімко і де можна було вибрати напрям роботи, професію та працювати за нею протягом усього життя.

Освіта розвивається та стає актуальною завдяки новим технологіям. Інтернет, електронні підручники, онлайн-курси, відеоуроки і комп'ютерні програми допомагають зробити освіту більш доступною і ефективною. Вони дозволяють отримувати знання в будь-якому місці і в будь-який час, забезпечують індивідуальний підхід до навчання і сприяють самостійному розвитку.

Найбільший прогрес в освіті може бути досягнутий завдяки використанню інтерактивних технологій, віртуальної реальності, штучного інтелекту і адаптивного навчання. Ці технології дозволяють створювати інтерактивні навчальні середовища, де студенти можуть активно залучатися до процесу навчання, експериментувати і розвивати практичні навички.

Покращення освітніх процесів включає в себе індивідуалізацію навчання, розвиток критичного мислення, проблемного навчання, стимулювання творчого

мислення, сприяння саморозвитку і самоосвіті, а також розвиток навичок спілкування, співпраці і лідерства.

Однак, треба враховувати, що освіта не може бути розглянута окремо від

суспільного контексту. Вона пов'язана з економікою, політикою, культурою і соціальними викликами. Іноді можуть існувати системні проблеми, що гальмують розвиток освіти, такі як недостатнє фінансування, соціальні нерівності або відсутність доступу до якісної освіти для всіх.

Побудувати найкращий освітній процес вимагає комплексного підходу і взаємодії всіх зацікавлених сторін - учнів, вчителів, батьків, уряду і суспільства в цілому. Важливо забезпечити доступність якісної освіти для всіх, створити стимули для саморозвитку і самоосвіти, розвивати креативне та критичне мислення, а також постійно адаптувати освітній процес до змін у суспільстві і технологіях.

Освіта постійно еволюціонує, і її майбутнє залежить від нашої здатності адаптуватися до змін і пошуку оптимального балансу між традиційними методами навчання і новими технологіями. Важливо постійно оновлювати зміст навчання, підходи до оцінювання та методи навчання, щоб вони відповідали потребам сучасного світу і розвитку суспільства.

Саме тому рішенням для такого виклику стане розвиток онлайн-освіти, зокрема створення навчального університету Primeclass, що буде фокусуватися на людях, які бажають отримати сучасні навички або опанувати нову для себе професію та стати індивідуальним, незалежним спеціалістом і самостійно визначати свою зайнятість.

Навчання у Primeclass враховуватиме всі найкращі напрацювання у сфері освіти та нові технології, що виникають та допомагають автоматизувати та оптимізувати всі робочі процеси, відкрити швидкий доступ до всіх бібліотек знань та допомогти людям розкрити власний потенціал, постійно навчаючись та змінюючись.

Під час дослідження теми розвитку та способів покращення освіти, було проаналізовано ринок онлайн-освіти у Північній Америці, досліджено

перспективні технології, що виникли в освіті за останні 10 років, створено концепцію та стратегію розвитку онлайн-університету для фрілансерів

Primeclass.

У компанії я займаю посаду співзасновника та керівника з бізнес розвитку. Сферою моєї відповідальності є створення та реалізація стратегії масштабування компанії, залучення клієнтів, інвесторів та впровадження стратегії інфлуенс-маркетингу.

Під час дослідження було проаналізовано роботи таких авторів, як: А. Сливоцький, В. Нікітін, Ю. Чудновський. К. Робінсон, Т. Уокер, Т. Макарова та інші.

4

## **РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ РОЗВИТКУ ОСВІТНІХ ТЕХНОЛОГІЙ**

### **1.1. Суть, поняття та особливості історії розвитку освітніх технологій**

Освіта проходить свій шлях разом з розвитком людства. І завжди складалася з чотирьох елементів: виховання, навчання, підготовки, формації. [1] Виховання – це передача певних норм і традицій поведінки суспільства та його культури в залежності від місцевості народження людини. Навчання – це передача різних мов, які дозволяють сприймати певні знаково-символічні системи. Це може бути як мова того регіону, де людина народилася, так і мова математики, музики, астрономії. Відповідно скільки людина знає таких мов – настільки вона є освіченою.

Підготовка – це оволодіння людиною певними навичками, професійними компетентностями, що дозволяє їй виконувати певну суспільно-корисну роботу та отримувати за це платню.

Формація – це творення у людини її картини світу, повного світогляду та світосприйняття.

Протягом історії розвитку людини освітні інститути, що існували в той чи інший час, часто виконували обмежені функції: підготовку та навчання, підготовку та виховання і набагато рідше зустрічалися випадки поєднання всіх

чотирьох елементів.

Освіта є одним із трьох головних компонентів, які формують культуру в суспільстві. Два інші елементи – це:

- економіка того чи іншого регіону перебування людини - це те, чим займаються люди, які між ними економічні відносини, як розподілена праця; - соціальна організація суспільства – це те, які інститути створені в певному суспільстві та як розподілені ролі людей [1, с.132].

5

Разом ці три компоненти утворюють еліту - тобто активну частину населення того чи іншого суспільства, яка формує культуру, підтримує та розвиває її.

Говорячи про історичний шлях, який пройшла освіта, варто поглянути звіддала та описати, який шлях формування пройшла культура. Оскільки ми належимо до Західної культури, то оцінювати будемо саме її історичний розвиток.

Сама по собі Західна культура, така, яку ми її розуміємо сьогодні, почала формуватися після падіння Західної Римської імперії у V ст., і цей процес триває дотепер. До цього часу із занепадом імперії занепадає і антична культура. Германські племена, які захоплюють великі території Західної Римської імперії, не можуть підтримувати античний рівень культури, тому освіта, економічні відносини, соціальна організація суспільства докорінним способом змінюються.

Натомість – це період активного розвитку Християнства та теології. В цей період активно виникають та поширюються бенедиктинські монастирі, які стають своєрідними капсулами часу, де зароджуються Західна культура та освіта. Адже саме монастирі стають чи не єдиними місцями, де збираються, систематизуються та переосмислюються усі на той час відомі знання.

Бенедиктинські монастирі від початку сформувалися, як «демократичні» спільноти, де усі ченці живуть за уставом, а настоятель монастиря обирається. Крім того, був центральний монастир, що здійснював управління всіма іншими. У таких монастирях протягом історії активно створювалися та розвивалися

ефективні способи ведення сільського господарства та ремісництва. До IX – X ст. таких монастирів налічується понад 1000. В цей період формується новий тип соціальності, який підкорюється дії певних правил статуту на виборній основі. При монастирях розвиваються школи для підготовки священнослужителів та духовної братії. У школах навчають писати та читати, а саме навчання відбувається на основі опрацювань робіт античних авторів, але відбувається їх повне переосмислення з точки зору теології.

6

Капсула монастирів починає розкриватися та поширюватися на все суспільство за умови, коли:

1) починається активне становлення феодального суспільства, і феодали беруть собі на службу ченців для ефективного ведення сільського господарства на своїх угіддях. Беруть їх у свої двори, як освічених людей;

2) поряд з монастирями починають виникати міста: спочатку як місця збору вільних ремісників, а згодом починають розростатися.

Підсумовуючи, можна сказати, що традиційна освіта зароджується та культивується в монастирях і через створення міст активно поширюється серед суспільства. [1]

Наступним важливим етапом в розвитку та поширенні освіти стає створення Палатинської академії при дворі Карла великого у 780 році, що дало початок Каролінговому відродженню. Це період інтелектуального та культурного піднесення в Західній Європі кінця VIII-XIX ст.

Акуїн був неформальним лідером цієї академії, а за своїм походженням був бенедикціанським ченцем. Завдяки йому було створено інтелектуальний гурток при дворі Карла Великого.

В цій академії відбувається систематизація усіх наявних знань на цей час та поділ їх на так звані «7 вільних мистецтв». Пізніше вивчення цих семи вільних мистецтв поширяться у всіх схоластичних університетах Середньовіччя і буде орієнтовано на такі елементи освіти, як навчання та формація.

В цей час активно розвивається станове суспільство, тому форму освіти

цього часу можна назвати станово-корпоративною.

Наступним етапом розвитку та поширення освіти стає виникнення університетів XI-XII ст. спочатку в Болонії та Парижі, а потім і в інших містах. До XIV ст. в Західній Європі виникає 87 університетів на 4,5 млн. населення того часу. Університети стають популярними, зокрема через становість суспільства. Коли діти в сім'ї не отримували спадку, вони вирушали на пошуки кращого життя і часто опинялися в університетах, де можна було навчитися читати,

7

писати та отримати певну спеціалізацію. Крім того, це період швидкого зростання населення в Європі.

На XI-XIV ст. припадає розквіт схоластичного вчення - це період, коли теологія панує над усіма іншими формами пізнання. Середньовічні мислителі намагались пояснювати все з точки зору теології. В цей період активно розвивається переклад стародавніх авторів, філософів і трактування їхніх рукописів через призму теології.

Пізніше виникають університети та школи, де роблять акцент на читанні античних авторів мовами оригіналу: стародавньою грецькою і латиною, що в свою чергу призводить до народження ідеї гуманізму та занепаду схоластичного вчення в університетах.

Через високу зацікавленість людей університети отримують покровительство Папи та Імператора, що дає їм можливість зменшити свою залежність від міст та розвиватися незалежно.

Таким чином освіта на основі семи вільних мистецтв розвивається та поширюється в університетах і школах до початку індустріалізації. З індустріалізацією відбувається формування професійно-галузевої форми освіти, яка орієнтується на навчання професіоналів у вузьких сферах. З початку XX ст відбувається формування екранної культури через візуалізацію знань та процесів. Активно створюються та використовуються різні схеми та зображення, що полегшують передачу інформації, роблять професійне навчання



швидшим. При цьому суспільство розвивається як функціональне - орієнтоване на виконання не так певних професій, як певних функцій. Економіка цього часу – інфраструктурна: створюється конвеєрне виробництво, і виникає потреба в людях, що зможуть забезпечувати роботу всього технологічного циклу випуску продукту. Форму освіти цього часу можна назвати системно-інфраструктурною.

Зараз ця освіта є домінуючою, але й вона поступово змінюється. У XXI ст. починає формуватися цифрова економіка і активно розвиваються технології.

Більшість професій поступово зникають, натомість активно виникають зовсім

8

нові. Це змушує людей змінювати старі професії на актуальні нові, постійно розвивати свої компетенції та навчатися новому. [1, с.85]

Як ми можемо побачити, освіта постійно зазнає змін протягом історії, проходить трансформацію від однієї системи до іншої. На освіту впливає економіка суспільства, що формується на певному етапі його розвитку, та соціальна організація самого суспільства. Разом ці три кити формують активних людей, які творять культуру того чи іншого часу.

Висновки можна навести такі:

- освіта і надалі буде трансформуватися в щось нове і невідоме під впливом розвитку суспільства та технологій. Завдання людей - не стримувати розвиток освіти, не консервувати її в тому стані, в якому вона перебуває в певний історичний момент, а максимально дати вільний простір для її розвитку;

- освіта завжди є на периферії змін. Спочатку під впливом освіти в людей зароджуються нові ідеї, які потім трансформуються в нову економіку та розвиток суспільних відносин. Тому змінюючи освіту, потрібно виходити з того, яку людину ми хочемо бачити в майбутньому.

9

## **1.2. Основні виклики та перспективи розвитку освітніх технологій XXI століття**

«Будда і Христос були великими вчителями, дали можливість вдосконалитися в духовному багатьом людям, але не змінили суті людей. Людей

може змінити лише освіта» Далай Лама

Зараз світ перебуває в стані великої трансформації, через:

- процеси глобалізації та відкритість кордонів;

- різке збільшення кількості людей, особливо в Африці та Азії; - розуміння, що природні ресурси є вичерпними, та пошук нової зеленої енергетики;

- зміну клімату та всі ризики, які несе цей процес людям;

- створення нової цифрової економіки з передовими розробками і

застосуванням штучного інтелекту та роботизація багатьох процесів. Зараз світ є

відкритим та спонтанним – це означає, що важко передбачити, що буде в майбутньому, а побудова та відстеження тенденцій часто не виправдовує себе.

Це час, коли «ефект метелика» має значення, тобто локальні події впливають на

глобальний світ, причому дуже швидко. За останні 200 років ми зробили еволюцію від відносно простого та статичного світу, де зміни відбувалися рідко,

де син міг працювати на тій же самій землі, де колись працював його прадід і

виконувати ту саму роботу, до складного та динамічного світу, де люди за своє

життя можуть змінювати декілька десятків робіт, працювати з різних міст чи

навіть країн. Це світ, де одні професії швидко застарівають і виникають зовсім

нові, а освіта часто не встигає за швидкими змінами. Виникають ситуації, коли

людину навчають старим практикам, натомість бізнес і реальний світ вже давно

пішов вперед. Таким чином, прийшовши на співбесіду, потенційний працівник

чує: «Забудь все, що тебе вчили, нам потрібно зовсім інше». Внаслідок цього

людина «на ходу» здобуває потрібні навки і навчається. Ця ситуація стала

настільки поширеною, що виник термін «life long learning», що означає

безперервний розвиток. Людині постійно потрібно навчатися, щоб бути в

актуальному контексті і не випасти з такого

10

динамічного життя. Сучасна людина постійно перебуває в русі змін, а з цифровізацією все тільки прискорюється. І тут виникає виклик для людей, адже ми знання замінюємо інформацією, читання замінюємо переглядом відео і

загалом звертаємо увагу лише на актуальне, іноді нехтуючи важливим. Усі зусилля вкладаємо в сьогоднішнє, біжимо за тенденціями, пливемо за течією, хоча річка життя є надто стрімкою і швидко може змінити напрямок руху - так, що ми ризикуємо опинитися на березі, випавши з актуального життя. [3, с.148]

Виникає питання, а що з освітою? Адже саме освіта має постійну функцію – переформатовувати суспільство: як окрему людину, так і цілий світ. Наразі в своїй більшості освіта відстає від сучасного життя. Мова не лише про Україну, а загалом про світ. Зараз освітні практики орієнтовані на трансляцію уже набутих кимось знань. В системі освіти вчитель є центральною фігурою, адже саме він володіє всією повнотою інформації, має відповіді на всі запитання, а учням достатньо лише навчатися і використовувати знання, що передає їм учитель. Але

світ уже давно рухається швидше, постійно виникають ситуації, які є унікальними для людей, відповідей на які немає, до них не можна застосувати уже набуті раніше знання, а потрібно шукати нові. Треба навчитися не лише транслювати набутий раніше досвід, а ставити запитання - навіть ті, на які ще немає відповідей, шукати, досліджувати, дискутувати та відкривати нове.

Майбутнє – це зовсім не точка праворуч на лінійній шкалі часу. Це щось зовсім відмінне від того, де ми перебуваємо зараз, і воно може не бути його продовженням. Саме тому питання, а не відповіді, є суттю навчання. Учень, а не вчитель, є центральною фігурою в системі освіти. Саме через освіту людина проходить шлях - спочатку через відомі світи, а далі в світи зовсім нові та ще незвідані. Світ уже змінився і тільки нарощує темп змін, а освіта, як правило, залишилася спрямованою на статичний світ, який повільно змінюється. [3]

Освіта відповідає на питання «навіщо?», і в сучасному світі нам постійно потрібно відповідати на це запитання. Перед людством стоять нові виклики, які ми не зможемо успішно вирішити, не змінивши підходу до навчання.

Так якою може бути інша освіта? Це та освіта, що орієнтована на формування інтелектуальних функцій: мислення, розуміння, рефлексію,

вираження, дослідження, проєктування, програмування, формування та вирішення нових задач, а не пасивне освоєння і накопичення старих знань. Та освіта, що фокусується на створенні цілісної людини та розкритті цілого світу, що є всередині неї. [6]

Світ змінюється, економіка стає дедалі більше цифровою. В суспільстві все більш важливими стають горизонтальні зв'язки між людьми. Майбутнє світу уже давно не твориться в якійсь одній точці чи країні на карті. До 2050 року більшість людей на Землі будуть проживати лише в 600 містах. Міста ставатимуть все більш незалежними та впливовими, і саме в них творитимуться інновації та писатиметься історія. Нам потрібно навчитися жити в мирі з різними культурами, що є різними світами, і знайти силу в різноманітності світу без домінування однієї онтології над іншою: як у випадку окремої людини, так і у випадках окремих суспільств. Саме тому тип освіти теперішнього і майбутнього – сферно-фокусний. Це означає освіту, в якій людина реалізує свої персональні здібності, унікальні схильності, і яка здатна співпрацювати з іншою людиною, без домінування над нею задля створення синергічного ефекту, що принесе користь обом людям. [2]

Результатом навчання має бути формування вільної людини з відкритим мисленням. А зараз – це підготовка до діяльності, щоб мати можливість знайти місце в соціумі. Але світ змінюється швидко, і ця підготовка стає застарілою в той самий момент, коли людина тільки починає готуватися. На противагу цьому, вільна людина здатна використовувати свої розвинені здібності та схильності для творення власного світу, який буде цілісним, а не фрагментованим, і ця ж людина зможе кооперуватися з іншими вільними людьми і за допомогою відкритого мислення, сприймати інші картини світу та будувати майбутнє разом.

Нам не потрібні школи і університети, які передають лише готові знання, а потрібні навчальні заклади, що здатні творити різні форми навчання, всередині яких формуються нові знання, проєкти, програми.

Основні принципи навчання можуть бути такими:

1) базова роль в освітньому процесі – це учнівство. Це має стосуватися як вчителів, так і учнів. Вчителі також мають постійно навчатися новому, створювати нові знання, ставити запитання, на які не знають відповіді, досліджувати, тестувати, створювати нові концепції ефективнішого навчання;

2) пошук власних питань та власних відповідей на них. Людина завжди має бути в пошуку того, що її цікавить та самостійно знаходити відповіді на свої запитання, тим самим формуючи власну картину світу, а не транслуючи картини світу інших людей;

3) порушення запитань замість пошуку готових відповідей – це базовий процес навчання. Це стосується також вчителів, які не повинні лише транслювати накопичені знання, а ставити запитання разом з учнями і спільними зусиллями знаходити на них відповіді;

4) множинність замість уніфікації. Ми вважаємо уніфікацію примітивною формою організації суспільства. Ми живемо в множинному світі, кожна людина народжується з індивідуальними рисами і схильностями, ми відчуваємо світ по-різному, і у кожного свій індивідуальний досвід. Тому акцент варто робити на множинності, різноманітті. Зараз навчання подібне до фастфуду, де штамнують однакових людей. Система має перетворитися і перейти від масовості до індивідуальної траєкторії навчання, щоб розкрити, а не знищити потенціал кожної людини;

5) перехід від ієрархії до самоорганізації. Навчальним закладам варто дати більше свободи рухатися власним шляхом. Як стандартизовані тести змінюють уявлення учня про навчання, коли єдиною метою є підготовка до іспитів, так і ієрархія заміняє свободу визначення окремої освітньої організації і доходить до того, що вони і кроку не можуть зробити без наказу зверху, а це вбиває креатив як окремого вчителя, так і навчального закладу в цілому. Вчителі мають отримати свободу навчати тим способом, який на їхню думку найбільш ефективний, а навчальні заклади мають отримати свободу експериментувати з

тими навчальними програмами, які вони оберуть, і рухатися своїм

індивідуальним шляхом;

б) відмова від накопичення багажу знань і переведення його в сферу зберігання, тим самим звільниться місце для роздумів і дій. Світ зараз переповнений знаннями, інформація доступна буквально в декілька кліків на смартфоні, через що люди постійно перебувають в інформаційному шумі, повністю подавлені інформацією. В навчальних закладах є ціль – наповнити учнів якомога більшою кількістю знань, щоб підготувати їх до майбутнього, але це не готує їх до майбутнього, а більшість знань швидко забувається. Це навпаки шкодить, адже учні не вчаться відділяти важливу інформацію від неважливої, актуальну від неактуальну, а сприймають всю інформацію, що їм передає спершу школа, потім університет. Зрештою соціум загалом і людина зокрема подавлені

інформацією, немає зовсім часу, щоб займатися критичним мисленням, тому ми перетворюємось у суспільство споживання. Це потрібно змінювати, починаючи зі школи, де кожен учень зможе сам вибирати, що вчити, які способи для цього застосовувати, а що залишити поза увагою. Важливу роль мають відігравати ментори, щоб допомагати учню вибудувати персональний шлях через величезну кількість знань, відділяючи потрібне від зайвого і формуючи персональну картину світу. Натомість учень повинен мати більше часу на дослідження невідомого, власний пошук інформації та співпрацю з іншими учнями - тобто на роздуми та дії. [3]

Навчання – це не тільки розширення зони знань, а шлях на інші рівні чи інші світи. Кожна людина може створити своє унікальне вчення про світ, що виражене в різних його формах і по-різному проявляється. Тому кожній людині потрібна персональна освітня мандрівка в пошуках власного шляху, щоб знайти себе, розкрити свої особисті схильності і якнайкраще застосувати свої власні здібності. [5]

Підсумовуючи, можна сказати, що освіта – це процес творення людини, суспільства, країни та світу. Сучасна освіта та освіта майбутнього мають завжди бути на передовій всіх змін в культурі та житті людей. Світ зараз складний,

оскільки динамічно розвивається, і це створює безліч нових викликів перед людством, яких раніше не було. Вирішувати завдання та реагувати на нові виклики, що з'являються дедалі частіше, зможе тільки вільна людина з відкритим мисленням до нового. Для того, щоб сформувати таких людей, потрібно трансформувати освіту і направити її на індивідуальну колію розвитку. На перше місце має стати досвід, який учень здобуває в результаті навчання, а не накопичення знань, що швидко старіють. Співпраця з іншими людьми, організаціями, робота у проєктах і створення власних – дадуть необхідний досвід та виведуть на індивідуальний шлях кожну людину.

15

### 1.3. Основні підходи до інтерактивного навчання у світі

Освітні технології – це інструменти, які допомагають зробити навчальний процес цікавішим та ефективнішим. Технології базуються на інтерактивному навчанні - тобто на практичному підході до освіти.

При інтерактивному навчанні учні цікавляться процесом вивчення невідомого матеріалу. Учні працюють у групах, проводять дослідження, розподіляють ролі, використовують різні інструменти для вирішення проблеми та створення інноваційних рішень. Такий процес сприяє кращому засвоєнню матеріалу та розвитку «твердих» та «м'яких» навичок в учнів.

Розглянемо основні методи інтерактивного навчання:

1) project based learning or problem based learning - це навчання, що орієнтоване на роботу з відкритими запитаннями, на які потрібно знайти відповіді або на проблемах, для яких потрібно знайти оптимальне рішення. [7] Сам проєкт може мати різні форми, такі як:

- проєктування та/або створення реального продукту, вистави чи події; - вирішення реальної проблеми (може бути змодельованим або повністю автентичним);
- дослідження теми чи проблеми, щоб отримати відповідь на відкрите запитання.

Робота над проектом – це абсолютно інший підхід до навчання, ніж за стандартною моделлю, коли вчитель передає уже готові, структуровані знання учням, а ті уважно слухають вчителя, конспектують та запам'ятовують. В проектній моделі все навпаки:

- немає готових відповідей, що змушує учнів самостійно навчатися, досліджувати, робити пошук інформації;

- немає правильних відповідей, адже для однієї проблеми чи до будь якого відкритого запитання можна знайти безліч креативних ідей-відповідей і ще більше ідей, як реалізувати ці відповіді на практиці;

16

- акцент зроблений не на конкуренції, а на співпраці між учнями. Вони об'єднуються в команди, розподіляють ролі, проявляють і розвивають лідерські якості;

- все це реалізовується через практичний досвід, коли учні можуть в реальності реалізувати власні ідеї, які раніше вони придумали; - за проектною методологією критика замінена на якісний зворотній зв'язок, який дають інші учні та вчителі команди, і на основі якого можна робити висновки та покращувати свою роботу надалі;

- під час роботи над проектом учні мають можливість розвинути «тверді» навички: планування, організацію роботи, дизайн, бюджетування і т.д. Так і «м'які» навички: презентацію ідей, переговори, роботу в команді і т.д.

Проектний інтерактивний метод дозволяє зацікавити дітей навчальним процесом, надати їм відчуття власної спроможності імплементувати власні ідеї та розвивати на практиці всі теоретичні знання. [7]

Також при використанні цього методу користь отримують вчителі, які виступають фасалітаторами - провідниками, які наставляють, допомагають, підтримують і разом з учнями досліджують та працюють на результат. Це створює сприятливі умови для розвитку вчителів, імплементачії їхніх ідей та зростанню креативності в школі.

2) STEM & STEAM Освіта. Це освіта, що робить акцент на технологіях



та природничих науках і поєднує науку, технології, програмування, мистецтво і математику в єдину навчальну програму.

STEAM Освіта – це про інновації та можливість на практиці застосовувати теоретичні знання. При такому підході знання не просто поділяються на предмети, вони доповнюють один одного, завдяки чому учні в силі зрозуміти, як знання з математики можна застосувати у фізиці, а знання з фізики - в інженерії. В результаті в учнів формується картинка цілого, а не окремі фрагменти з навчальних дисциплін, які ніяк не пов'язані один з одним. [17]

Є 6 базових етапів створення STEAM проєктів:

17

1) Фокус. На цьому етапі учні разом з вчителем вибирають тему, предмет, проблему чи питання, яке хочуть розглядати і над яким будуть всі разом працювати;

2) Деталізація. На цьому етапі учні розглядають і досліджують питання з різних сторін: причини виникнення, етапи розвитку, взаємозв'язки; 3)

Відкриття. На цьому етапі учні генерують ідеї та пробують знайти рішення для проєкту. Досліджують уже відомі рішення, які працюють і які не працюють. В результаті спільно вибирають ті рішення, над якими будуть працювати;

4) Застосування. Саме на цьому етапі учні проявляють і розвивають найкраще свої «тверді» навички. Вони формують рішення. Створюють його проєкцію або фізично втілюють;

5) Презентація. Це етап, на якому учні готують презентацію власного рішення і результату роботи над ним. Вони презентують його перед аудиторією, відповідають на запитання та отримують зворотній зв'язок;

6) Рефлексія. Це заключний етап роботи над проєктом, де усі учні разом і кожен окремо обмірковують зворотній зв'язок, свою роботу над проєктом: що було добре та що варто покращити. В результаті створюється висновок, який допомагає учням розвиватися далі.[17]

Підсумовуючи, можна сказати, що в STEAM освіті активно використовують

техніки Project based learning або problem based learning навчання, але з нахилом на вивчення природничих предметів та застосування знань на практиці, використовуючи різні досліди, прилади, інструменти.

3) Arts of education. Це напрямок інтерактивної освіти, якому для ефективного навчального процесу застосовують мистецтво. [18] Освіта може бути цікавішою та ефективнішою, якщо вивчати різні предмети, створювати проєкти через призму мистецтва.

Вивчення таких предметів, як: танцю, театру, музики, живопису чи скульптури підвищує ефективність навчання дітей. А методологія Arts of education полягає в тому, щоб вивчати одні предмети на основі інших.

18

Наприклад, математику на основі музики, фізику на основі театру чи програмування на основі скульптури. Такий підхід до навчання розвиває людей комплексно, дозволяє цікавіше сприймати предмет та ефективніше навчатися.

4) Passion based learning. Пристрасть до навчання є однією з ключових навичок 21 ст. Старі роботи зникають, а нові з'являються, та якщо людина і має роботу, то їй потрібно продовжувати рости і розвиватися, щоб постійно володіти актуальними знаннями. Тому концепція постійного навчання протягом життя є цілком виправданою, і вона уже існує. Питання полягає в тому, як зробити так, щоб полюбити навчання і щоб пристрасть до освіти не зникла? На це питання дає відповідь методологія Passion based learning. [19]

Цей метод полягає в тому, щоб використовувати пристрасть учня і його сильні сторони для вивчення нового. Наприклад, якщо учню важко вдається математика, але він шаленіє від біології, тоді варто вивчати математику на прикладі біології. Для цього потрібен персоналізований підхід до кожного учня з чітким розумінням сильних та слабких сторін.

При використанні цього методу також важливо розуміти, що є цікавим для кожного окремого учня, що йому подобається вивчати і робити. Тоді за допомогою персонального підходу з цим конкретним учнем потрібно робити акцент на вивченні тих тем, концепцій, предметів, які йому самому цікаві.

Іншим прикладом використання цього методу є створення груп за інтересами, де уже декілька учнів мають спільні зацікавлення і разом можуть ефективніше працювати над проєктами.

5) Design thinking. Це інтерактивний метод, який використовують для створення інновацій, виявлення проблем та знаходження ефективних рішень. Цей метод використовують як в навчальному, так і в робочому процесі великі та малі компанії.

Дизайн мислення складається з таких 6-ти етапів:

1) Емпатія або співпереживання. Це ключовий етап в дизайн мисленні, який дозволяє людям за допомогою емпатії знайти певні проблеми, виклики, з

19

якими зіштовхуються інші люди. Тут дуже важливим є спостереження, витримка та уважність.

2) Визначення. На цьому етапі синтезується та аналізується вся інформація, отримана на попередньому етапі емпатичного спостереження і визначається та описується ключова проблема, для якої потрібно знайти рішення.

3) Ідеація. На цьому етапі люди активно створюють ідеї, як можна вирішити ту чи іншу проблему. Для цього використовують методологію «мозкового штурму», де ключовим є генерація якомога більшої кількості ідей, без критики думок один одного, а після цього - вибір однієї ідеї, що найкраще задовільнятиме потребу.

4) Протипування. На цьому етапі створюється прототип на основі того рішення, яке придумали і вибрали на минулому етапі ідеації. Прототип формується з базових, простих підручних матеріалів. Головна ціль – показати наглядно, як наша ідея може працювати на практиці.

5) Тестинг. На цьому етапі відбувається перевірка раніше створеного прототипу, запрошуюється цільова аудиторія, інші люди, щоб дати конструктивний зворотній зв'язок, на основі якого потім створюється вже готове рішення.

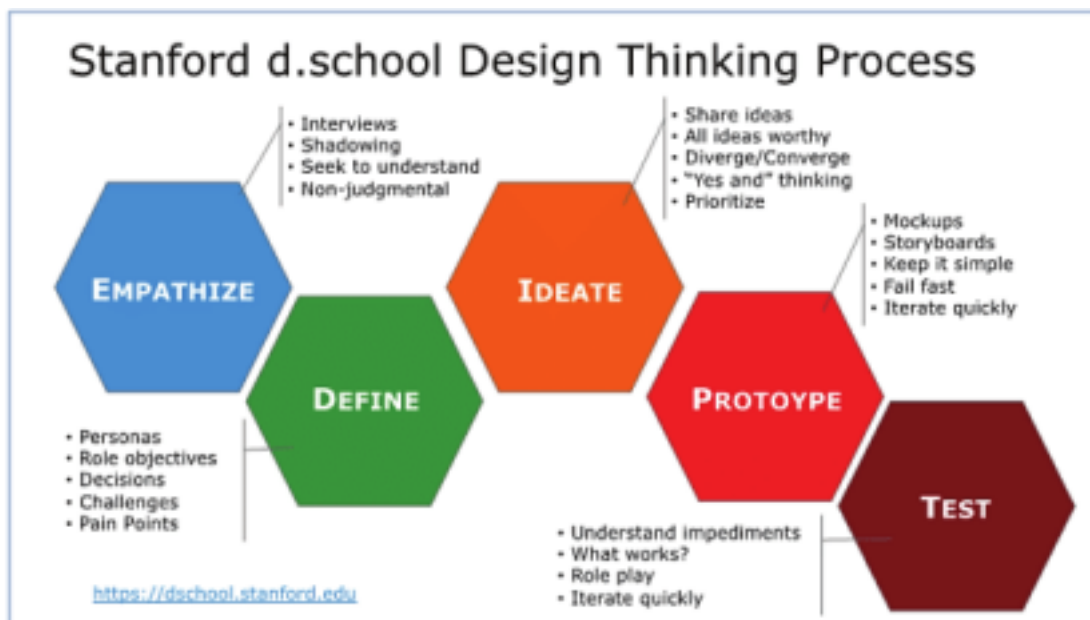


Рис. 1.1 Dschool.stanford.edu

20

Підсумовуючи, дизайн мислення – це та технологія, яку можна застосовувати, при роботі над проєктом і для того, щоб згенерувати дійсно інноваційне рішення.

6) Phenomenon-based teaching and learning (феномено-орієнтоване навчання) Це методологія інтерактивного навчання, яку активно використовують у Фінляндії. Суть її полягає в тому, що учні не вивчають окремі фрагменти цілого, а навпаки виходять з цілого у вивченні. Наприклад, учні не вивчають окремих предметів, як от: фізику, математику чи музику, а вивчають певні цілісні явища природи, феномени життя через окремі складові: біологію, мистецтво, математику. [9]

Теми для вивчення, зазвичай, учні з викладачами обирають разом. Такий метод допомагає вивчати різні аспекти життя з рідних сторін, при цьому активно використовуючи методи спостереження та дослідження.

21

#### 1.4. Тенденції та перспективи розвитку онлайн-освіти

Онлайн-навчання – це навчання, що відбувається за допомогою інтернету, доступу до комп'ютера та, як правило, передбачає віддалену форму навчання.

Існують різні формати онлайн-навчання:

1. Повністю онлайн-навчання в онлайн-школах або університетах. Це можуть бути відеолекції, інтерактивні вправи, дискусійні форуми та завдання. Студенти можуть вчитися у своєму власному темпі, і, зазвичай, мають можливість звертатися до викладачів або фасилітаторів для підтримки. Онлайн-навчання надає ряд переваг, які зробили його популярним і ефективним варіантом освіти.

## 2. Віртуальні класи.

Ці класи створюють віртуальне середовище, в якому студенти та викладачі можуть спілкуватися та взаємодіяти в реальному часі, наслідуючи традиційний класний досвід. Учасники можуть брати участь в дискусіях, ставити питання і отримувати миттєву зворотну відповідь від викладачів або студентів за допомогою відеоконференцій або чат-платформ.

## 3. Змішане навчання.

Змішана форма навчання передбачає поєднання традиційного очного навчання з елементами онлайн-освіти. Це зручно для розподілення навантаження на великі навчальні установи та комфортно в разі надзвичайної ситуації, коли неможливо фізично провести навчання, тоді група одразу збирається онлайн і, не відстаючи від графіку, продовжує навчання.

## 4. Мобільне навчання.

Мобільне навчання дозволяє студентам отримувати доступ до навчального матеріалу за допомогою мобільних додатків, адаптивних веб-сайтів або навчальних платформ, що працюють на основі систем управління навчанням (LMS).[21]

Можна виділити такі переваги онлайн-навчання:

### а) Гнучкість.

22

Онлайн-навчання дозволяє студентам навчатися в зручний для них час і в зручному місці. Вони можуть вибрати графік, який підходить їхньому розкладу і враховує їхні особисті зобов'язання. Це особливо корисно для людей зі зайнятим графіком, робітників, батьків або тих, хто проживає віддалено від

навчального закладу.

b) Доступність.

Онлайн-навчання робить освіту доступною для студентів з усього світу. Вони можуть отримати якісну освіту без необхідності переїзду або витрат на проживання в іншому місці. Крім того, люди з обмеженими можливостями часто знаходять у онлайн-навчанні більш комфортну та доступну альтернативу.

c) Індивідуалізація.

Онлайн-навчання дозволяє студентам працювати в своєму власному темпі і концентруватися на своїх потребах. Вони можуть повторювати матеріал, який їм потрібно краще засвоїти, і пропускати те, що вони вже знають. Індивідуалізований підхід сприяє більш ефективному навчанню та досягненню кращих результатів.

d) Розширений доступ до ресурсів.

Завдяки інтернету студенти мають необмежений доступ до великого обсягу навчальних матеріалів і ресурсів. Вони можуть використовувати електронні підручники, відеоуроки, вебінари, інтерактивні завдання та інші цифрові інструменти.

e) Взаємодія та спільнота.

Онлайн-навчання сприяє активній взаємодії між студентами та викладачами незалежно від географічних меж. Студенти можуть обговорювати матеріали, спілкуватися через форуми, чати або відеоконференції. Це сприяє обміну думками, спільному вирішенню завдань та створенню віртуальної спільноти навчання.

f) Більш широкий вибір курсів.

Онлайн-платформи надають широкий спектр курсів з різних галузей знань. Студенти можуть вибрати саме ті предмети або спеціалізації, які

відповідають їхнім інтересам та кар'єрним цілям. Вони також можуть вивчати унікальні курси, які не є доступними у їхньому регіоні.

g) Зниження витрат.

Онлайн-навчання може бути економічно вигідним варіантом порівняно з традиційним навчанням. Студенти не потребують витратити кошти на дорогу, проживання, харчування або підручники. Вони також можуть вибрати більш доступні програми навчання, що дозволяє зекономити кошти. Також зниження витрат стосується і тих, хто надає освітні послуги, адже вони можуть зекономити на оренді великого приміщення та догляді за ним, зменшуються витрати на логістику.

#### h) Постійне навчання.

Онлайн-навчання стимулює навчання протягом всього життя. Студенти можуть постійно поглиблювати свої знання і вдосконалювати навички, адаптуватися до змін у своїй галузі або вивчати нові технології. Вони можуть поєднувати навчання з роботою або іншими зобов'язаннями, не перериваючи свій основний ритм життя.

#### i) Індивідуальний підхід.

Онлайн-навчання дозволяє студентам вибрати свій власний шлях навчання і зосереджуватися на своїх потребах і інтересах. Вони можуть вибрати курси або модулі, що відповідають їхнім особистим цілям і потребам і працювати у своєму власному темпі. Це дозволяє студентам більш ефективно вивчати матеріал і досягати кращих результатів.

#### j) Розширений доступ до експертів.

Онлайн-навчання дає студентам можливість вчитися від світових експертів у різних галузях. Вони можуть мати доступ до викладачів і спеціалістів з усього світу, які діляться своїм знанням та досвідом через відеолекції, вебінари, блоги та інші онлайн-ресурси. Це дозволяє студентам отримувати якісну освіту і використовувати останні досягнення у своїй галузі.

#### k) Розвиток цифрових навичок.

Онлайн-навчання вимагає використання цифрових інструментів і технологій, що сприяє розвитку цифрових навичок у студентів. Вони навчаються працювати з електронними ресурсами, комунікувати онлайн, використовувати

спеціалізовані програми та платформи. Ці навички є важливими у сучасному цифровому світі і корисними для кар'єрного розвитку.

l) Соціальне спілкування.

Хоча онлайн-навчання відбувається у віртуальному середовищі, студенти все одно мають можливість спілкуватися та взаємодіяти з однокурсниками. Вони можуть створювати групи для спільного навчання, обговорювати матеріали, вирішувати завдання разом і навіть співпрацювати у проєктах. Це сприяє розвитку соціальних навичок, здатності до колективної роботи, взаємопідтримці та обміну ідеями.

m) Актуальність інформації.

В онлайн-навчанні матеріали та ресурси можуть бути швидко оновлюваними, що дозволяє студентам отримувати актуальну інформацію і відразу ж ознайомлюватись з новими дослідженнями, технологіями або трендами в своїй галузі. Вони можуть бути в курсі останніх змін і розвитку в обраній сфері, що робить їх більш конкурентоспроможними на ринку праці.

n) Екологічна стійкість.

Онлайн-навчання має менший вплив на довкілля, порівняно з традиційним навчанням. Відсутність необхідності в добиранні до навчального закладу зменшує викиди вуглецю. Крім того, використання електронних ресурсів замість друкованих матеріалів сприяє збереженню природних ресурсів.

o) Мультимедійний підхід.

Онлайн-навчання надає можливість використовувати різноманітні мультимедійні матеріали, такі як: відео, аудіо, ілюстрації тощо, що поліпшує процес сприйняття і засвоєння інформації студентами. Використання різних типів матеріалів робить навчання цікавішим і різноманітнішим.

Онлайн-навчання має багато переваг, які роблять його привабливим варіантом освіти. Воно надає гнучкість у навчанні, доступ до розширеного

вибору курсів і експертів, зниження витрат, можливість навчання протягом життя, розвиток цифрових навичок та соціальної взаємодії, актуальність



інформації, екологічну стійкість, мультимедійний підхід до навчання. [9]

Ці переваги дозволяють студентам самостійно планувати свій навчальний розклад, вибирати курси, які найкраще відповідають їхнім потребам і цілям, взаємодіяти зі студентами та викладачами, отримувати актуальну інформацію, розвивати цифрові навички та мати доступ до світових експертів у своїй галузі.

Онлайн-навчання стає дедалі більш популярним і розширює свої можливості. Воно дозволяє навчатися з будь-якого місця, у будь-який зручний для студента час, забезпечує гнучкість та індивідуальний підхід. З ростом технологій та доступу до інтернету, онлайн-навчання стає необхідною складовою сучасної освіти і відкриває безліч можливостей для отримання якісної освіти та професійного розвитку.

Як виглядатиме онлайн-навчання майбутнього і які тенденції можна спостерігати зараз:

#### 1. Персоналізація та адаптивне навчання.

Онлайн-платформи навчання продовжують розвиватися у напрямку забезпечення більш індивідуального та налаштованого на потреби кожного учня досвіду навчання. Вони використовують адаптивні технології, що дозволяють динамічно адаптувати зміст, темп і рівень складності, забезпечуючи оптимальні умови для навчання кожного учасника.

#### 2. Інтерактивне навчання.

Вдосконалення VR, AR і MR технологій забезпечить захоплюючий та інтерактивний навчальний досвід. Учні зможуть взаємодіяти з віртуальним середовищем, маніпулювати об'єктами та співпрацювати з іншими у реалістичних симуляціях, що поліпшить взаємодію та розуміння.

#### 3. Використання Штучного Інтелекту.

Штучний інтелект надає персоналізовані рекомендації, забезпечує інтелектуальний зворотний зв'язок і підтримку віртуальних помічників. Навчальна аналітика дає глибше розуміння прогресу, залученості і ефективності

учнів, допомагаючи вчителям виявляти області для вдосконалення та оптимізувати стратегії навчання.

#### 4. Навчання впродовж життя та постійний розвиток.

Онлайн-навчання стає ключовим елементом навчання протягом життя та безперервного професійного розвитку. Професіонали активно займаються постійним підвищенням кваліфікації і переосвітою, надаючи пріоритет своєчасному навчанню, щоб залишатися конкурентоспроможними на швидкозмінному ринку праці.

#### 5. Гейміфікація навчання

В онлайн-навчанні дедалі частіше будуть додатково використовуватись елементи гейміфікації, такі як: бали, значки, таблиці лідерів і нагороди для стимулювання зацікавленості та мотивації. Також будуть використовуватись серйозні ігри, які поєднують розваги з навчальним матеріалом, для створення захопливих та інтерактивних навчальних досвідів з різних предметів. [21]

Незважаючи на захоплюючі перспективи майбутнього електронного навчання, важливо підкреслити значення людського фактора. Ефективне онлайн навчання продовжуватиме поєднувати технології з кваліфікованими викладачами, сприятиме розвитку навчальних спільнот і визначатиме пріоритети людського впливу для надання змістовного навчального досвіду.

27

## **РОЗДІЛ 2. ФОРМУВАННЯ ТА АНАЛІЗ КОНЦЕПЦІЇ ПРОЄКТУ**

### **2.1. Виділення та дослідження проблематики проєкту**

Основними викликами, які беруться до уваги під час реалізації проєкту, є:

#### 1. Виклик майбутнього

Технології у світі швидко розвиваються, останнім часом спостерігається активний розвиток штучного інтелекту та створення різного роду нових інструментів на його основі.

#### 2. Виклик масштабування

Технології розвиваються та розподіляються нерівномірно. Хоча ринок

онлайн-навчання може згладити нерівність, пропонуючи широкий доступ до своїх послуг людям з різних куточків планети, тим не менше, технології розвиваються в одних країнах стрімкіше і до них мають доступ більша частина населення, ніж у інших. Це створює виклик для масштабування, адже деякі освітні послуги можуть бути менш актуальними для певних країн.

Зважаючи на глобальний виклик – швидкі зміни в робочих відносинах між людьми, коли стрімко нові професії виникають, а старі уже не актуальні, з'являється потреба у створенні освітніх середовищ, що покликані будуть допомагати адаптуватися людям до нових навичок або опанувати зовсім нову професію для себе.

Також потрібно враховувати зворотню сторону медалі, що за даними Gallup World Poll, 85% людей працюють на роботі, що їм не подобається або отримують дохід, що їх не задовільняє. Цьому є безліч причин, найпоширеніші:

#### 1. Керівництво

Взаємовідносини між керівником та підлеглим можуть бути складними. Працівники часто зіштовхуються з нерозумінням зі сторони керівництва та завищеними очікуваннями результатів роботи. Це може призводити до вигорання, стресу та втрати мотивації працювати.

#### 2. Колектив

Велика частина працівників можуть бути не задоволені своїми колегами та середовищем, в якому потрібно працювати. В середньому люди проводять на роботі 1/3 всього часу і, очікувано, їм хочеться працювати в сприятливій атмосфері з дружнім колективом, де можна знайти підтримку та прихисток.

#### 3. Відсутність росту

Коли в роботі не відчувається розвиток - це яскрава ознака того, що варто змінювати діяльність та шукати для себе кращу можливість. Ріст для людини є надзвичайно важливим, особливо у наш час швидких змін, де потрібно опановувати нові навички, часто пробувати невідомі речі. [23]

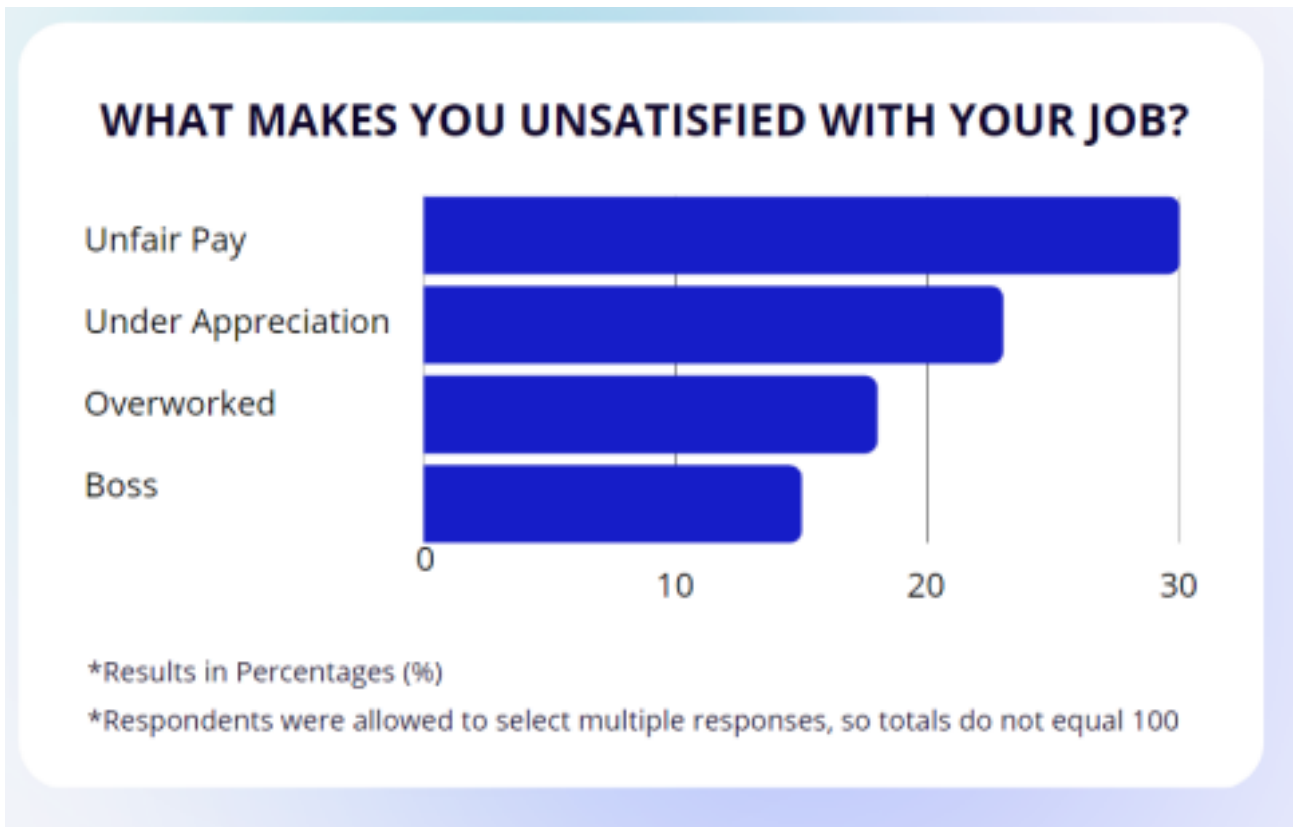


Рис. 2.1 Дослідження компанії Gallup World Poll

Заглиблюючись у тему неулюбленої роботи, виникає логічне запитання – чому люди часто залишаються на такій роботі та не йдуть звідти? Цьому також є багато пояснень, найпоширеніші такі:

1. Відповідальність

Це найпоширеніша причина, адже у людей може бути багато обов’язків, як от: іпотека, кредит, оренда, які потрібно покривати, тому доводиться

29

миритися з перспективою поганої роботи, лиш би підтримувати існуючий спосіб життя.

2. Відсутність можливостей працевлаштування

Це актуальна проблема як для молодих людей, які тільки бажають знайти свою першу роботу, так і для старших людей, які прагнуть змінити роботу на іншу. Попри те, що переглядаючи будь-який сайт з пошуку роботи можна побачити безліч розміщених вакансій, мало з них буде для людей без досвіду або з початковим рівнем знань. Зазвичай, шукають уже кваліфікованих працівників, яких не потрібно навчати і які одразу зможуть приступити до

роботи.

### 3. Страх змін

Це актуально в більшості для людей, яким уже вдалося сформувати певний комфортний рівень життя і яким важко від нього відмовитися, йдучи у невідомість. Стабільність – це те, що губить багато талановитих людей.

Підсумовуючи проблематику проекту, можна зазначити, що для освітніх середовищ, що мають намір навчати людей професіям та навичкам майбутнього, варто тримати фокус на формуванні у людей навичок постійного навчання протягом життя, щоб люди менше боялися змін та легше могли підлаштовуватися під появу нових професій та змінювати уже застарілі. Також потрібно звертати увагу на формування таких компетенцій у людей, що дадуть їм змогу керувати роботою на свій розсуд, відмовлятися від нецікавих проєктів та обирати лише ті справи, які будуть приносити користь та задоволення.

30

## **2.2 Формування концепції проєкту, актуальності та етапів її реалізації**

Primeclass – це онлайн-університет для фрілансерів, що спеціалізується на індустріях креативної економіки. Компанія допомагає фотографам, відеооператорам, ілюстраторам стати фрілансерами та отримувати достойний дохід через:

1. навчання професійним навичкам, завдяки яким можна опанувати нову професію повністю з нуля протягом 4-х місяців;
2. навчання бізнес-навичкам, завдяки яким фрілансер може навчитися знаходити своїх перших клієнтів, організовувати свій робочий час, фінанси та юридичну сторону ведення своєї діяльності;
3. надихання та мотивацію завдяки власній мережі нетворкінгу та випускників, де зберігається постійна комунікація, зустрічі, події та можна професійно зростати у відповідному для себе середовищі;
4. отримання більшого доходу завдяки платформі, що поєднуватиме фрілансерів та власників бізнесів, які в пошуку креативних співробітників для

своїх проєктів.

Primeclass складається з трьох великих продуктів:

### 1. Навчальний продукт

До навчального продукту можуть долучатися новачки, які планують опанувати професію повністю з нуля, а також початківці, які бажають вдосконалити свої навички та уміння і, звісно, професіонали, які завжди шукають актуалізації власних знань від провідних експертів у своїх нішах. Для професіоналів, а також для усіх фрілансерів, які успішно пройдуть навчання на програмах з формування базових знань та компетенцій з вибраних професій, стає доступним перехід на наступний рівень – це формування бізнес-навичок, які допомагатимуть фрілансерам ставати незалежними підприємцями.

Усім людям пропонується вибір навчального продукту залежно від їхнього початкового рівня компетенцій та досвіду.

### 2. Надихаючий продукт

31

До надихаючої частини продукту Primeclass входить формування спільноти з випускників та зацікавлених експертів, які, підтримуючи зв'язок один з одним, формують та вдосконалюють свою нішу, а також допомагають зростати новачкам. Спільнота будується на базі платформи Discord, де є різні канали, можливість виходу на відеозустрічі та комунікації великої частини людей один з одним.

### 3. Продукт заробітку

Продукт, що допомагатиме фрілансерам заробляти – це маркетплейс, що об'єднує представників бізнесу, які бажають найняти спеціаліста в креативних індустріях, а також самих спеціалістів, які можуть подаватися на проєкти та бути залученими до їх виконання на спільно визначених умовах.

Навчання професійним навичкам відбуватиметься через проходження буткемпів. Буткемпи – це курси інтенсивного навчання від 2-6 місяців, залежно від професії та початкового досвіду людини. Формат буткемпу передбачає, що людина за короткий проміжок часу в результаті інтенсивного навчання буде мати

змогу швидко опанувати необхідні навички навіть без початкового досвіду у вибраному сегменті навчання.

Навчання на буткемпі складатиметься з таких складових:

1. записаних відеолекцій з додатковими матеріалами, що розподілені за кожним модулем відповідно до навчального буткемпу;

2. фідбек-сесії з викладачем 2 рази на тиждень, де перевірятимуть та даватимуть зворотній зв'язок і поради щодо домашнього завдання студентів; 3. спільноти з учнів та викладачів для спілкування, обміну досвідом та отриманню зворотнього зв'язку;

4. воркшопів із запрошеними експертами на тематики, що релевантні до навчальної програми з ключовими спеціалістами у вибраній ніші; 5. підтримки студентів їхнім персональним ментором, зустрічі з яким відбуватимуться раз на 2 тижні на регулярній основі;

6. системою «бадді», за якою кожен студент буде мати свого напарника, з яким разом вестимуть свій чат та користуватимуться підтримкою

32

ментора. Завдяки цьому навчання стане ефективнішим, цікавішим та дасть змогу людям знайомитися і допомагати один одному.

Освітні продукти, які уже існують у компанії Primeclass:

1. Food photography fundamentals Bootcamp – навчальний курс для фотографів початківців.

2. Advanced Food photography Bootcamp – навчальний курс для фотографів, які уже мають певний досвід і бажають покращити свої навички. 3.

Food photography Accelerator – програма для професіоналів, які бажають оформити своє портфоліо, знайти нових клієнтів та масштабувати свою діяльність, як індивідуального спеціаліста.

Освітні продукти, які компанія планує випустити в найближчі 6 місяців:

1. Digital Illustrator – базовий та просунутий буткемпи для ілюстраторів. 2.

Motion Designer – базовий та просунутий буткемпи для дизайнерів. 3. AI

prompt engineer – базовий курс із зовсім нової професії на ринку,

навички з якої будуть актуальними для кожної з професій. Саме тому цей буткемп буде додатковим до усіх існуючих буткемпів і продаватися додатково.

33

## 2.3 Аналіз ринку та конкурентів у сегменті освітніх платформ для фрілансерів

Згідно зі статистикою Лінкедіну, у Сполучених Штатах Америки є 5 мільйонів фрілансерів у креативних індустріях. А за статистикою найбільшої у світі біржі для фрілансерів Апворк, ріст фрілансерів кожного року до 2027 року буде 15%.

В середньому дохід від одного фрілансера у нас складає 4000\$. З цього можна зробити висновок стосовно оцінки цілого ринку, який за нашими підрахунками становить 20 мільярдів(\$). При конверсії у 2,5% Primeclass націлюється досягнути 500 мільйонів(\$).



Рис. 2.2 Дослідження ринку фрілансерів США

Досліджуючи тему конкурентів, які існують на ринку освітніх послуг Сполучених Штатів Америки, можна зробити розподіл усіх компанії відповідно до продукту та цільової аудиторії. В такому випадку компанії поділяються на ті,



які пропонують навчальні програми, що орієнтовані на підготовку спеціалістів для повноцінних робіт у корпорації та ті, які готують спеціалістів з тих професій,

34

які зазвичай популярні серед фрілансерів. На графіку такі компанії ми розміщуємо на горизонтальній шкалі.

По вертикальній шкалі можна поділити компанії, враховуючи специфіку їхнього продукту. Це будуть компанії, що пропонують навчальні курси різного формату та швидкості, а також ті, що пропонують буткемпи – інтенсивні середньострокові або довгострокові курси.



Рис. 2.3 Аналіз конкурентів Primeclass

Аналізуючи намальовану карту конкурентів, можна зробити такі висновки:

1. Такі компанії, як: Coursera, Kunkedin Learning, Datacamp фокусуються на короткострокових курсах, часто самостійного проходження з акцентом на професії, які вибирають люди для роботи на корпорації чи в менших компаніях.
2. Натомість такі компанії, як: General Assembly. Flation, Udacity фокусуються на інтенсивних, персоналізованих навчальних програмах середньо та довгострокового терміну і у форматі буткемпу.

3. І лише менша частина з усіх навчальних компаній такі, як: CXL, Reforge, SVLacademy мають буткемпи для цільової аудиторії фрілансерів.

35

4. З цього можна зробити висновок, що конкурентною перевагою компанії Primeclass є її фокус на інтенсивних буткемпах, які готують фрілансерів у креативних індустріях.

SWOT Аналіз компанії Primeclass.

Сильні сторони:

1. Чітко визначений фокус на фрілансерах для креативних ніш. Це дає змогу сфокусувати обмежені ресурси для отримання трекшину та подальшого масштабування.

2. Комплексна стратегія взаємодії з клієнтами. Завдяки широким програмам, до яких можуть доєднуватися новачки та професіонали, компанія має змогу зробити потужну спільноту, що буде задовільняти потреби різних людей в рамках окремих креативних ніш.

3. Сильна команда. Завдяки корпоративній культурі росту, а також учасникам команди, які є професіоналами у своїх напрямках, компанія має змогу швидко тестувати різні гіпотези та змінюватися. Це робить Primeclass гнучким до змін і швидким до їх імплементації.

4. У компанії вже є трекшин та перші продажі на ринку США та чітка маркетингова стратегія подальшого росту.

5. У компанії є домовленості з кількома венчурними фондами та індивідуальними інвесторами, щодо подальшого фінансування росту компанії.

Слабкі сторони:

1. Фокус на фрілансерах у креативних індустріях робить навчальні програми, які продаються за системою оплати по завершенню навчання, більш ризикованими, ніж фокус на професіях для корпорацій.

2. Потреба у зовнішніх інвестиціях для стабільного росту. Оскільки компанія пропонує частину продуктів через систему ISA, яка передбачає оплату по завершенню навчання, компанія не отримує достатнього прибутку, щоб мати

змогу покривати всі свої фінансові витрати самостійно.

Можливості:

36

1. Найбільшою можливістю для Primeclass є активний розвиток Штучного Інтелекту. Так як багато креативних індустрій вразливі до того, що їх функції через деякий час можуть виконувати програми та алгоритми замість людей – це дає можливість навчити фрілансерів додатково користуватися новими інструментами у сфері штучного інтелекту, що дасть можливість підвищити продуктивність та покращити якість робіт для індивідуальних спеціалістів.

2. Ріст фрілансерів у США та всьому світі. Завдяки стрімкому розвитку технологій люди будуть втрачати роботи та потребуватимуть додаткових навиків, щоб опанувати нові для себе професії. Саме тут компанія стає в пригоді, створюючи широку базу навчальних буткемпів для різних індустрій, що дасть змогу швидко перекваліфікуватися великій кількості людей та знаходити нові роботи або вдосконалюватись в уже існуючих.

Загрози:

1. Брак ресурсів для масштабування. Для виходу на нові ринки та створення нових навчальних продуктів потрібні додаткові інвестиції. Це є можливістю та загрозою для компанії.

2. Швидкий ріст та покращення Штучного Інтелекту для креативних індустрій може призвести до заміни професіоналів платформами, алгоритмами. Це призведе до того, що потрібно буде підлаштовувати програми під зовсім нові професії, що виникають, і вчасно реагувати на зміни.

Підсумовуючи, можна сказати, що фокусуючись на фрілансерах у креативних індустріях, компанія створює для себе конкурентну перевагу. Все це в поєднанні з активним використанням Штучного Інтелекту в навчальних програмах може посприяти швидкому росту компанії та залученню великої кількості нових студентів та інвесторів.

37

## **2.4 Розробка бізнес-моделі компанії Primeclass**

Компанія Primeclass формує екосистему з різних видів продуктів, які взаємодіють і доповнюють один одного. Створені три блоки продуктів такі, як: teaching, empowering, earning, які мають на меті охопити максимально цільову аудиторію та надати їй оптимальну користь під час взаємодії з компанією.

Першим блоком продукту є навчальний блок, де розміщені різні види буткемпів та акселераторів для фрілансерів з креативних ніш.

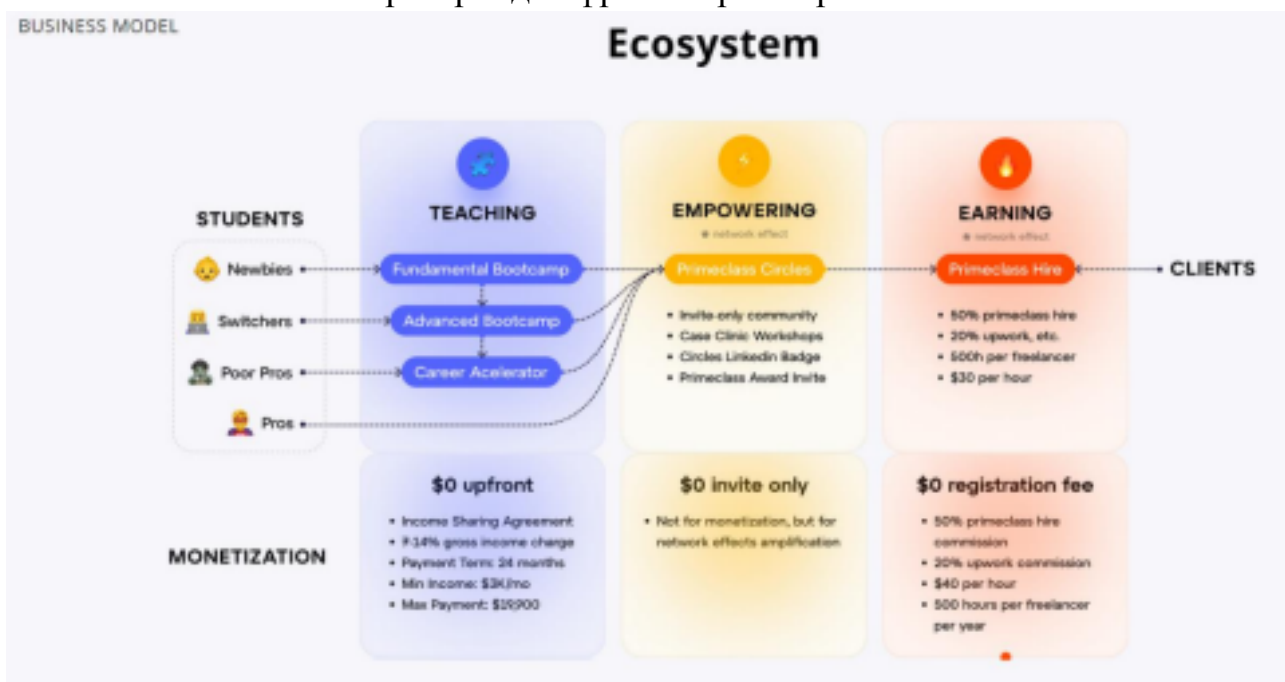


Рис. 2.4. Екосистема продуктів

Монетизація продуктів буткемпів відбувається через:

1. Income sharing agreement – 7-14% доходу протягом 24 місяців по завершенню навчання.
2. Tution installment plan – 179\$ за кожний місяць, протягом 24 місяців від початку навчання.
3. Одноразова оплата Upfront – 3312\$ за всю навчальну програму.
4. Contingent Payment plan – 240\$ на місяць, протягом 24 місяців з моменту, коли дохід фрілансера почне перевищувати 3000\$ на місяць. Монетизація навчального продукту «Акселератор» відбувається через: 1. Одноразова оплата – 2500\$ за всю навчальну програму протягом 2-х місяців.

2. Tution installment plan – 120\$ за кожний місяць, протягом 24 місяців від початку навчання.

Customer-Focused Payment Plans				
to maximize conversion while balancing LTV/CAC and CAC Payback Period				
Payment Plan	Payment Terms	Payment Starts	Payment Amount	Target Share
Upfront & Deposit Payments	non refundable	immediately	\$3,312	5%
Tuition installment Plan	\$179/mo *24 payments	30 days after enrollment	\$4,312	45%
Contingent Payment Plan	\$240/mo when gross income>\$3K/mo 24 payments and up to 60 deferred months	after graduation (11-12 months)	\$5,760	50%
Income Sharing Agreement	7%-14% income share when gross income>\$3K/mo 24 payments and up to 60 deferred months	after graduation (11-12 months)	\$5,080 -\$10,900	

Рис. 2.5. Види оплат для навчальних буткемпів

Під час вибору оплат клієнтами робиться фокус на цільовий розподіл між видами оплат, щоб компанія могла отримувати вільні кошти для використання уже з моменту початку навчання учнем.

Цільовий розподіл оплат виглядає наступним чином:

1. Одноразова оплата – очікувана кількість людей, що скористається цим методом оплати 5%.

2. Tuition installment plan - очікувана кількість людей, що скористається цим методом оплати 45%.

3. Contingent Payment plan та Income sharing agreement - очікувана кількість людей, що скористається цим методом оплати 50%. Монетизація спільноти «Primeclass Circles». Це спільнота, до якої компанія долучатиме усіх випускників, а також експертів з креативних ніш повністю безкоштовно. Натомість буде доступна річна преміум-підписка у 100\$, що передбачатиме ексклюзивні зустрічі, воркшопи, події з експертами. Монетизація маркетплейсу «Primeclass Hire». Це платформа, на якій зможуть фрілансери знаходити своїх клієнтів. Компанія буде стягувати комісію у 50% місячного доходу фрілансера за найм на платформі компанії. Підсумовуючи, можна зрозуміти, що основний прибуток, який компанія отримуватиме, буде надходити від навчальних продуктів, таких як: навчальні

буткемпи та професійні акселератори. Всі інші продукти, такі як: спільнота чи маркетплейс найму співробітників використовуватимуться більше для

формування екосистеми та великого бренду компанії у ніші фрілансерів для креативних індустрій.

## РОЗДІЛ 3. РЕАЛІЗАЦІЯ СТРАТЕГІЇ МАСШТАБУВАННЯ ТА ВИХОДУ НА РИНОК ПІВНІЧНОЇ АМЕРИКИ

### 3.1. Визначення стратегії виходу та масштабування на ринку Північної Америки

У жовтні 2022 року компанія Primeclass зробила свій перший продаж на ринку США. З цього моменту компанія активно працювала над блоком «Traction», а з травня 2023 року активно працює над блоком «Product Market Fit» стратегії виходу на ринок США.



Рис. 3.1 Стратегія виходу на Ринок Північної Америки

Сама стратегія складається з трьох блоків:

1. Traction. Це період, коли компанія запускає лише один продукт – Food Photography Bootcamp та робить перші продажі цього продукту на ринку США. Каналами продажу є пряма реклама у фейсбук та інстаграм. Цілями такого періоду є вихід на рівень продажів у \$50 000 на місяць. Це дозволяє компанії підтвердити потребу клієнтів у своєму продукті та знайти перших інвесторів, які готові інвестувати на раунд Pre-Seed.

2. Product Market Fit. Це період терміном у пів року, за який компанія планує запуснути продукт «Кар'єрний акселератор» та такі навчальні буткемпи,

41

як: Digital Illustrator, Motion Designer, AI prompt engineer. Також під час цього періоду буде розширено спільноту випускників та експертів. Це дозволить розширити лінійку продуктів та цільову аудиторію та посприє збільшенню місячних продажів. Новими каналами залучення клієнтів будуть B2C Outreach, а також Influencers marketing, крім цього, розвиток власних соціальних мереж, але без фокусу на них. Результатом цього періоду має стати вихід на \$400 000 місячних продажів. Щоб досягнути цього результату, компанії знадобиться залучити Seed round інвестицій у \$800 000 від венчурних фондів Північної Америки.

3. Scaling. Це період, коли в компанії є перша лінійка підтверджених продажами продуктів із Food Photography, Design, AI, що дозволяє компанії сфокусуватися на створенні повної екосистеми продуктів, включаючи створення платформи-маркетплейсу, що слугуватиме майданчиком зустрічі та комунікації для бізнесу та фрілансерів. Новими каналами залучення клієнтів стануть всі доступні рекламні майданчики, такі як: Google Ads, Linkedin Ads, TikTok Ads, а також почнеться активна робота над власним контентом для соціальних мереж та SEO-просування веб-сайту. Крім цього, добавиться новий напрямок PR, що включатиме в себе роботу з афіліат-маркетингом, журналістами, партнерами та різними іншими майданчиками, де можливе розміщення та поширення інформації про компанію. Це період масштабування продуктів компанії та створення повноцінних екосистем. Результатом такого періоду має стати місячний ріст мінімум на 20%. Тривалість такого періоду буде від одного року, і для досягнення таких результатів компанії знадобиться отримати A Round інвестування від венчурних фондів Північної Америки.

Головним партнером Primeclass на ринку Північної Америки є фінансова компанія Leif, завдяки якій здійснюється підписання всіх контрактів з учнями та стеження за дотриманням контракту. Leif бере на себе частину фінансових

ризиків зі стягування оплат зі студентів, відповідно до вибраних ними фінансових планів.

42

Підсумовуючи загальний опис стратегії виходу та масштабування компанії Primeclass на ринку Північної Америки, можна сказати, що компанія успішно справилася з першим етапом стратегії, а саме отримання трекшину та вихід на \$50 000 продажів щомісяця, що дало змогу компанії закрити Pre-seed раунд інвестицій. Тепер компанія активно сфокусована над випуском нового продукту «Кар'єрний акселератор» та нових буткемпів. Паралельно з масштабуванням і розробкою нових продуктів команда працює над імплементацією B2C Outreach стратегії, що передбачає залучення клієнтів через соціальну мережу LinkedIn, а також через холодні автоматизовані імейл розсилки.

43

### **3.2. Ресурси, необхідні для впровадження проєкту, прорахунок бюджету**

Наразі місячні витрати команди коливаються у межах \$8800 та зростають по мірі залучення нових учасників у команду або роботи з новими підрядниками. Компанія отримала Pre-Seed раунд інвестицій, кошти з якого компанія інвестує у створення нових продуктів.

<b>ОРЕХ</b>	<b>Сума \$</b>
Заробітня плата команді	5400
Заробітня плата фрілансерів	2200
Оплата інструментів для роботи	1200
Сумарно	8800

Рис.3.2. Операційні витрати компанії

З жовтня компанія Primeclass активно працює над продажами. Статистику продажів за 8 місяців можна побачити на рисунку знизу.



Monthly Revenue					
Cohort	Sales	Booked	Recorded*	Leif 20%	Total
October	2	7126		1425	5701
November	3	7126	3312	1425	9013
December	7	17815	6624	3563	20876
January	10	28504	6624	5701	29427
February	13	35630	9936	7126	38440
March	15	42756	9936	8551	44141
April	18	49882	13248	9976	53154
May	22	60571	16580	12114	65037

Рис. 3.3 Виручка компанії та статистика продажів

За 8 місяців було зроблено 90 продажів навчального продукту Food Photography Bootcamp. Учні приєднувалися на різних умовах: Income sharing agreement, Tution installment plan, Одноразова оплата Upfront та Contingent Payment plan. В колонці Recorded можна побачити статистику із продажів Upfront. Це ті кошти, що компанія отримала одразу і може їх використовувати для операційних витрат та інвестування у нові продукти. Натомість у колонці Booked показана статистика зі всіх інших форм оплати, які надійдуть пізніше по

44

завершенню навчання або частинами протягом навчального періоду та після нього.

Primeclass співпрацює з фінансовою компанією Leif, яка виступає її юридичним та фінансовим партнером.

Leif бере на себе довгострокові ризики пов'язані з виконанням учнями їхніх контрактів, натомість Primeclass оплачує 20% від суми контракту за послуги компанії Leif.

Розглядаючи витрати, можна побачити, що відношення доходу до витрат на залучення одного клієнта коливається у межах від 2 до 5 та становить в середньому 3,5. Це непоганий результат, особливо в динаміці в кілька місяців можна побачити зростання цього показника.

Подібну ситуацію можна спостерігати щодо витрат на маркетинг. Всі витрати помітно знижуються з кожним місяцем і доходять практично до \$500 на залучення одного клієнта. Цьому сприяють постійні тести в рекламних

кампаніях, дизайні, текстах, а також покращення у відділі продажів.

Цільовим показником витрат маркетингових на одного клієнта для компанії є \$300. Цього компанія намагається досягнути, створюючи нові воронки продажів та розвиваючи нові канали залучення клієнтів такі, як: influencer marketing, outreach, content marketing, SMM.

	Sales	CAC		CAC	Revenue	Graduation Rate
Marketing	Team	Total	AOV	per sale	/ CAC	0,7
2582	440	3022	5090	1511	2,4	Leif
2810	880	3490		1183	2,0	0,2
3400	2152	5552		793	3,2	
3970	2690	6660		666	4,3	
4236	2800	7036		541	5,1	
5478	2850	8328		555	5,1	
7648	2900	10548		586	4,7	
8745	3000	11745		534	5,2	

Рис. 3.4 Витрати на залучення клієнтів

Наразі Primeclass працює над розширенням лінійки продуктів у сфері фотографії та створенні акселератору для фотографів їжі. Крім цього в активній роботі є два буткемпи із графічного дизайну та відеомонтажу. Компанія також активно досліджує тему штучного інтелекту з метою створення окремих

45

навчальних модулів для підвищення конкурентоздатності наших учнів по завершенню навчання.

Створення нових буткемпів в компанії займає до 2-х місяців часу і для цього вистачає тих фінансових та людських ресурсів, які зараз є в компанії та прораховані в операційних витратах компанії. Крім цього, компанія має змогу залучати фрілансерів, які допомагають швидко закривати питання, де компанія має низьку кваліфікацію.

У міру того, як компанія створюватиме нові навчальні продукти, буткемпи, акселератори та маркетплейс, їй знадобляться додаткові інвестиції на раунд Seed. Саме тому компанія зараз активно веде переговори з інвесторами на цій стадії фінансування.

Підсумовуючи, можна зазначити, що наразі в компанії достатньо фінансових ресурсів для покриття операційних видатків, а також створення

нових продуктів. Компанія активно працює над зменшенням вартості залучення одного клієнта та збільшенням вигоди від кожного нового клієнта, пропонуючи їм додатково акселераційні програми та доступ до нашої спільноти.

46

### 3.3. Залучення фінансування від інвесторів для реалізації стратегії

Для отримання Трекшину і щоб успішно зробити перші продажі на ринку Сполучених Штатів, компанія залучила 100 тисяч венчурних інвестицій від індивідуальних інвесторів таких, як: Geoff Ghadwick, Brandon Gerson, Anil Chandwani, Dustin Matthews.

Для пошуку інвесторів було створено критерії, яким відповідає наш ідеальний інвестор. Такими критеріями є:

- інвестор зі Сполучених Штатів та інвестує у Сполучені Штати Америки;
- інвестор віддає пріоритет таким індустріям, як: EdTech, E-commerce, E-learning, Education, Future of work, B2C, Consumer Internet;
- інвестор інвестує на ранніх стадіях таких, як Pre-seed;
- інвестор інвестує суми до \$1M.

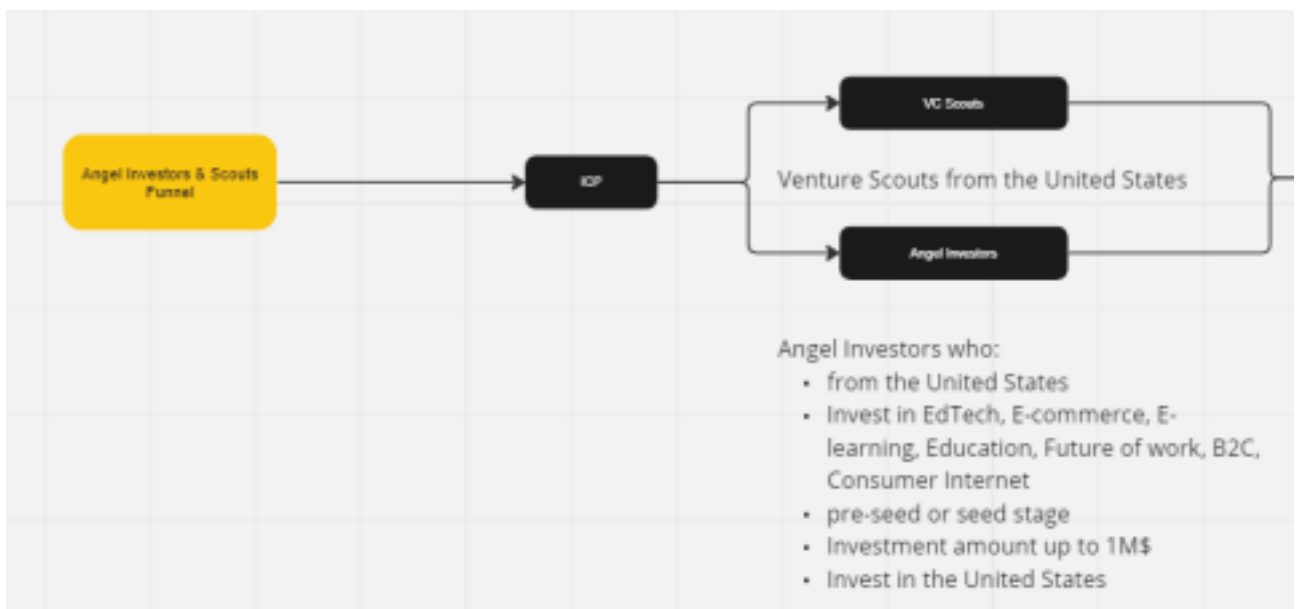


Рис. 3.5. Критерії для залучення індивідуальних інвесторів

Для пошуку таких інвесторів використовувалися такі ресурси, як: LinkedIn, Crunchbase, Signal.nfx та інші. На цих ресурсах застосовувалися вищеперелічені критерії для формування бази даних потенційних інвесторів.

Після формування відповідної бази, її скачували та індивідуально вивчали кожного інвестора та доповнювали наявну інформацію.

47

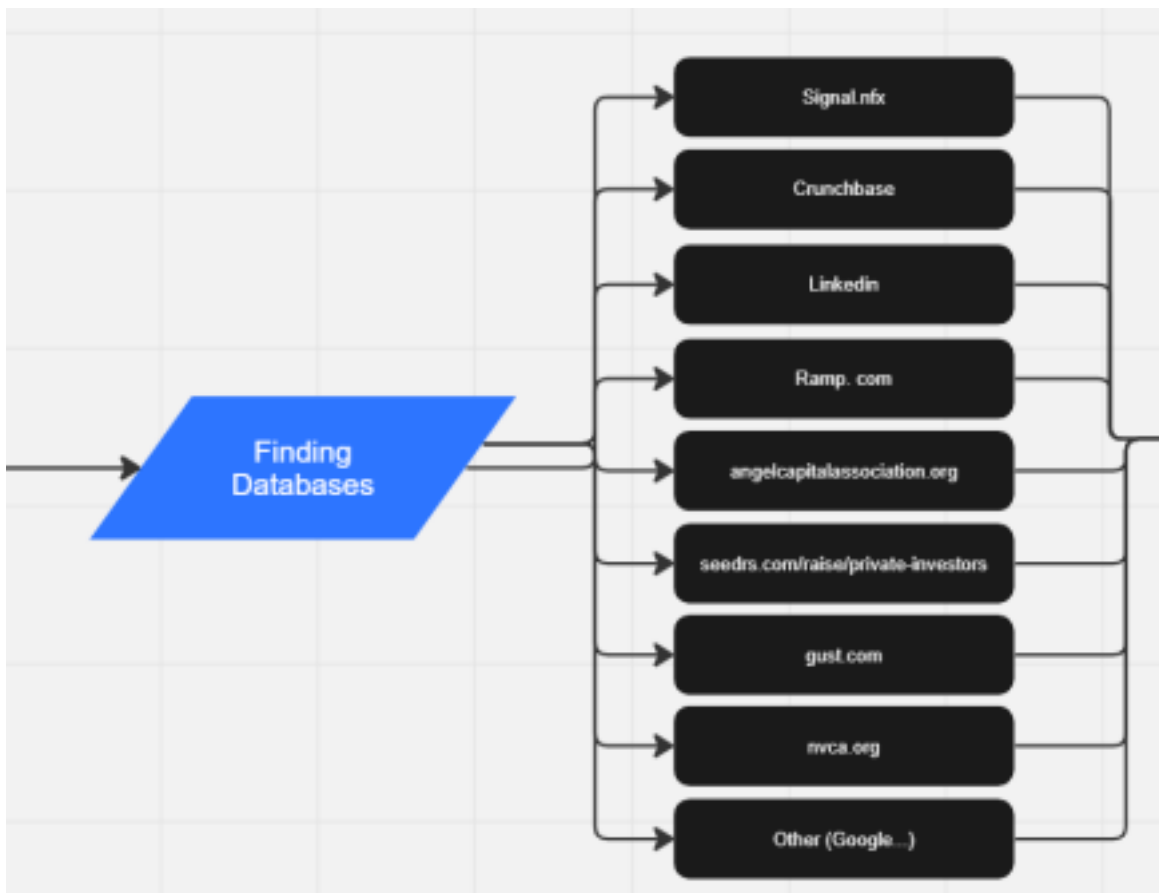


Рис. 3.6. Ресурси, що використовувалися для пошуку інвесторів

Після доповнення бази даних додатковими соціальними мережами та контактною інформацією кожного інвестора, переходимо до етапу класифікації інвесторів для того, щоб мати змогу надіслати їм персоналізовану пропозицію.

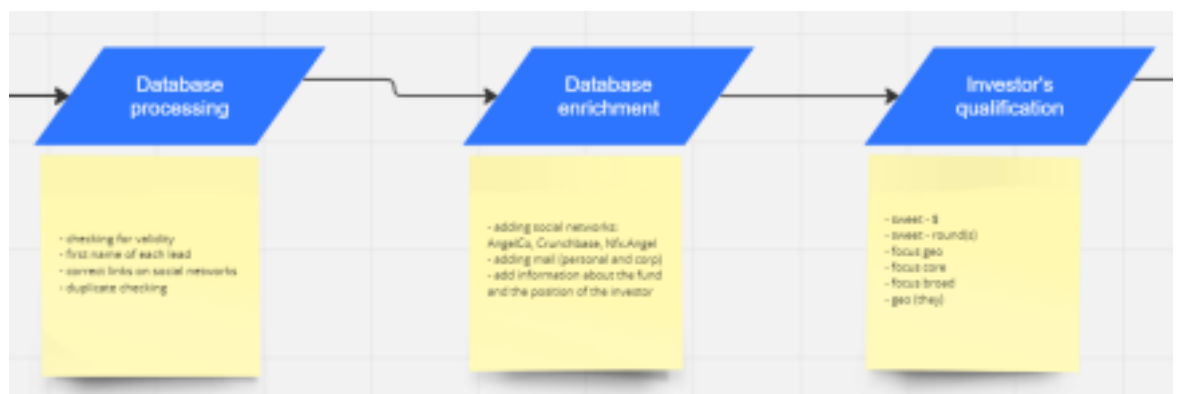


Рис. 3.7. Процес доповнення та класифікації інвесторів

Інвесторів класифікували за критеріями:

1. чи це індивідуальний інвестор, чи інвестор, що інвестує через

2. наскільки інвестор потенційно підходить нам за сумою фінансування, індустріями, регіоном.

Після класифікації та пріоритезації інвесторів, застосовуються стратегії контактування:

1. Першою стратегією контактування інвесторів є стратегія «Intro». Стратегія передбачає знаходження спільних контактів у компанії та інвестора, які би могли представити компанію інвестору. Така стратегія працює найкращим чином, порівняно з іншими, адже передбачає практично 100% відповідь від інвестора в разі представлення компанії третьою стороною, що знайома з інвестором.

2. Другою стратегією, що застосовується для контактування інвесторів, є їх контактування через соціальну мережу LinkedIn, попередньо застосувавши стратегію «Прогріву ліда», що передбачає додавання інвестора в алерти у Sales Navigator від LinkedIn.

3. Третьою стратегією контактування інвесторів є автоматизоване контактування через імейл. Такий спосіб дозволяє охопити велику кількість контактів за відносно невеликі ресурсні витрати на організацію автоматизованого процесу.



Рис. 3.8. Стратегії контактування інвесторів

Під час побудови процесу контактування інвесторів через імейл, використовується автоматизована система класифікації відповідей інвесторів, що розподіляє інвестора у воронці в залежності від його відповіді.



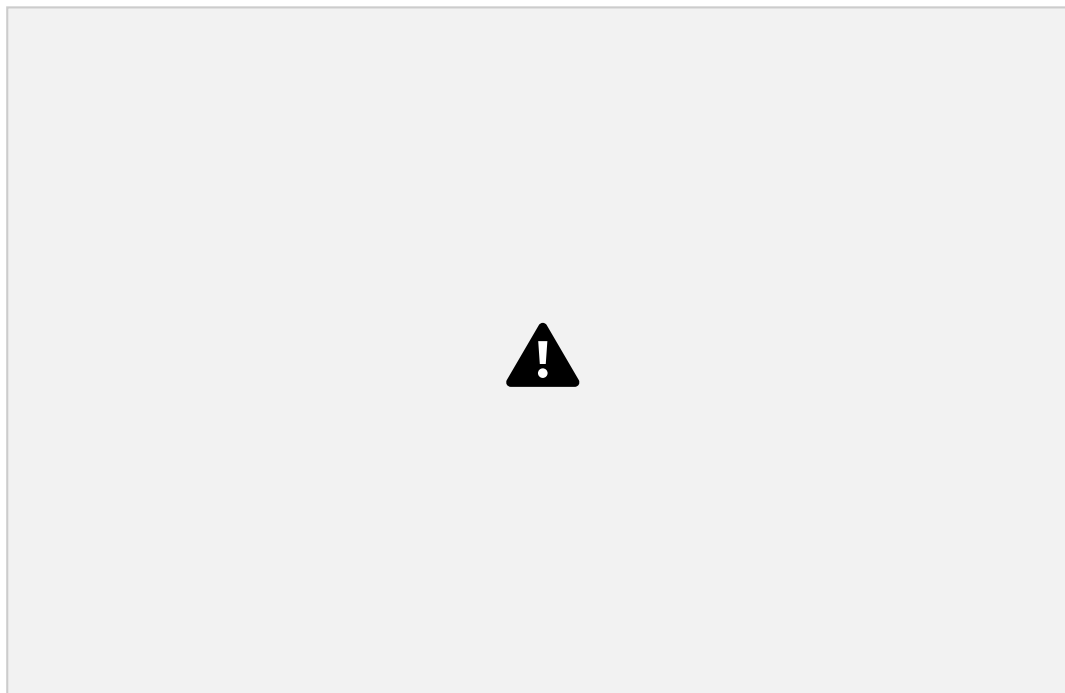


Рис. 3.10. Список людей, що приймають рішення у венчурних фондах. Крім співпраці з інвесторами та венчурними фондами, компанія Primeclass реалізовує стратегію з пошуку та співпраці з венчурними скаутами. Це посередники, які працюють у венчурній індустрії та сполучають компанії, що бажають отримати інвестиції, з інвесторами, які можуть та бажають інвестувати в такі компанії. Пошук та залучення скаутів відбувається за подібною стратегією, що і пошук та залучення інвесторів, та здійснюється в основному за допомогою соціальних мереж та пошти.

Також компанія активно подається в цільові акселератори, які можуть надавати фінансування та експертизу відповідно до нашої індустрії та продуктів, які ми розвиваємо. Відповідні акселератори часто знаходяться за допомогою платформи Crunchbase, після чого йде процес дослідження та класифікації акселераторів. Кінцевою точкою є заповнення аплікаційної форми та подача у акселератор від компанії.

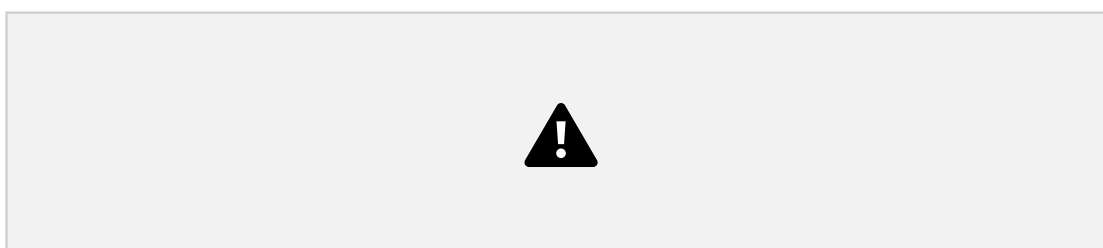


Рис. 3.11. Стратегія подачі в акселератори, що реалізується компанією

Підсумовуючи, можна зазначити, що, зважаючи на вищеописану стратегію роботи з інвесторами, компанії вдалося залучити Pre-seed інвестування. На цей момент компанія активно рухається на шляху покращення стратегії та створення хороших стосунків з потенційними інвесторами, але уже венчурними фондами, які зможуть дати значно більше фінансування для компанії.

На кінець травня 2023 року компанії вдалося залучитися підтримкою Tidalwave vc та створити нові зв'язки з потенційними фондами.

52

### **3.4. Побудова стратегії роботи з інфлуенсерами на ринку Північної Америки**

На другому етапі реалізації стратегії масштабування на підтвердження Product Market Fit відповідно до планів компанії застосовуватиметься стратегія роботи з інфлуенсерми.

Інфлуенсери для Primeclass – це блогери, які мають від 5 тисяч підписників, які перебувають у США або Канаді та мають рівень залученості аудиторії більше 1. Це англomовні блогери, що мають зацікавлення у фотографії або їжі у себе в блозі.

Першим етапом реалізації стратегії залучення інфлуенсерів є їхній пошук. Пошук здійснюватиметься за допомогою української платформи TrendHero. У них є можливість вибрати інфлуенсерів за відповідними критеріями та отримати контактну інформацію: чи то соціальну мережу, чи то імейл адресу конкретного блогера.

Компанії Primeclass цікаві блогери, що працюють на таких платформах, як: Instagram, LinkedIn, YouTube, TikTok.

Формат залучення інфлуенсерів передбачатиме розміщення фото та відео матеріалів у їхніх соціальних мережах або статей у блогах.



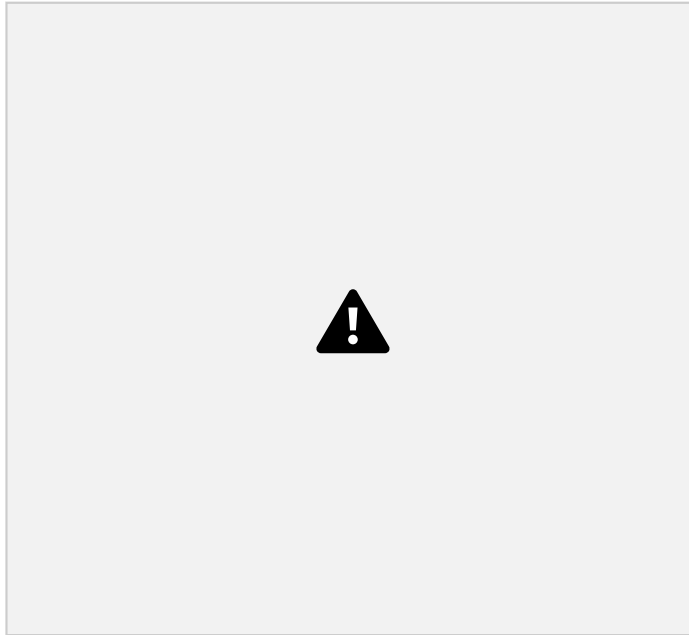
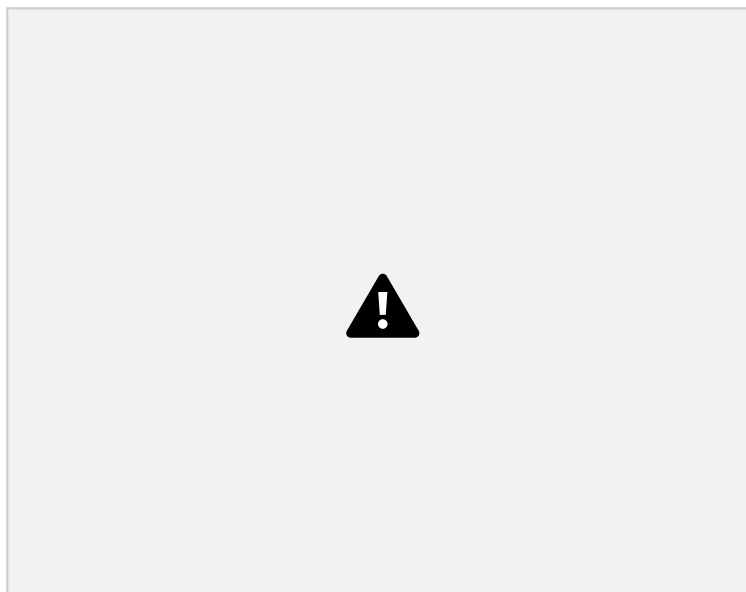


Рис.3.12. Критерії пошуку інфлуенсерів на ринку Північної Америки

53

Другим етапом реалізації стратегії є обробка бази даних інфлуенсерів, класифікація їх за шкалою найбільш релевантних та розподіл їх по воронках комунікації. Під час обробки бази даних проводиться ретельний аналіз кожного інфлуенсера. У них визначаються всі наявні соціальні мережі, контакти, за якими можна звертатися, описується специфіка кожної пропозиції залежно від виду контенту, що публікує блогер. Після доповнення та класифікації блогерів їх розподіляють по воронках комунікацій, де будуть формувати індивідуальні пропозиції, залежно від специфіки блогера.



### Рис. 3.13. Обробка бази даних інфлуенсерів

Третім етапом реалізації стратегії є контактування інфлуенсерів. Комунікація з ними відбувається послідовно через два канали, перший з яких – це соціальні мережі: Instagram або LinkedIn. Якщо людина нам не відповідає у цих соціальних мережах, ми контактуємо її через імейл адресу. Кожному блогерові надсилається індивідуальна пропозиція співпраці, залежно від специфіки блогу: відео, фото чи текстових блог.

54

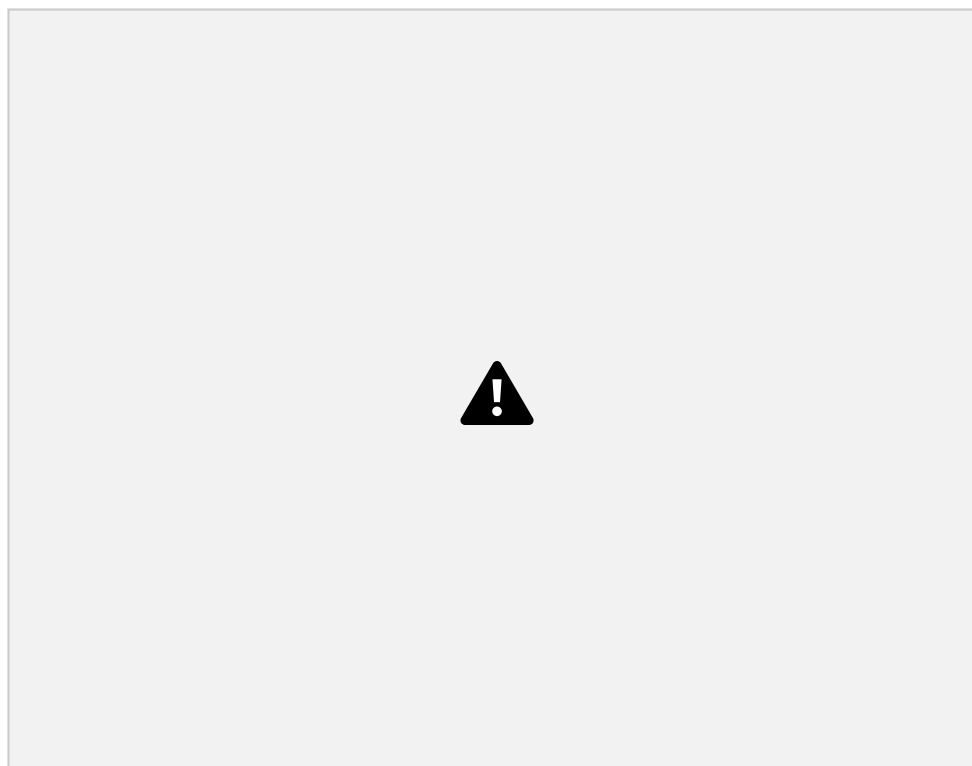


Рис.

### 3.14 Процес контактування інфлуенсерів через соціальну мережу

Четвертим етапом реалізації стратегії є узгодження домовленостей з інфлуенсером. Існує три напрямки співпраці, які ми пропонуватимемо блогерам.

Перший напрямок співпраці – це промоція нашої компанії в обмін на продукт. Таким чином ми надаватимемо доступ до наших освітніх програм для блогерів,

що цікавляться покращенням фотографії у сфері їжі, в обмін на те, що вони публікуватимуть результати свого навчання у нас на програмах.

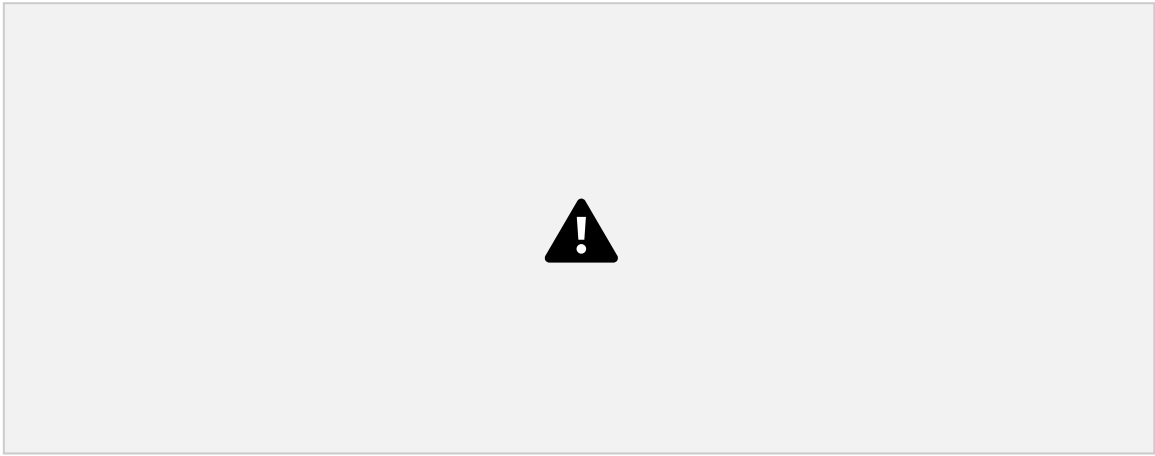


Рис.

3.15. Процес співпраці з блогером в обмін на доступ до продукту компанії

55

Другий напрямок співпраці з блогером – це долучення інфлуенсера до афіліативної програми, відповідно до якої він зможе отримувати \$300 за кожного залученого студента до нас на програму. Кожен блогер буде мати своє унікальне посилання та зможе використовувати його під час поширення будь-якої інформації про компанії. Таким чином ми знатимемо та зможемо відстежити кожен перехід та покупку студентом. Така система призведе до того, що ми зможемо відфільтрувати та створити рейтинг найбільш ефективних інфлуенсерів та спрямовувати більше зусиль та ресурсів на співпрацю з ними. Все управління буде здійснюватися на платформі Affiliate pro.

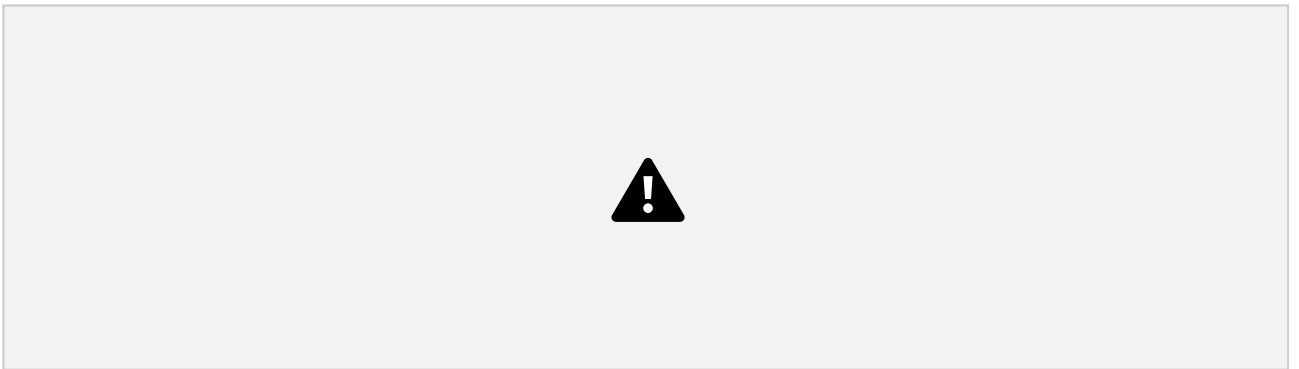


Рис. 3.16. Процес співпраці з блогерами через долучення їх до афіліативної програми компанії

Третім напрямком співпраці з блогерами є робота, що передбачає оплату за кожен матеріал, який блогери будуть публікувати у своїх соціальних мережах. Це вже індивідуальна робота з кожним блогером, що має на меті визначити матеріали для промоції, терміни та оплату роботи. В кінцевому результаті буде підписання договору, де зазначена відповідальність обох сторін. Третій

напрямок роботи з блогерами є найменш пріоритетний для компанії, тому на нього будуть витрачатися найменше зусиль і під нього будуть підбиратися лише найперспективніші блогери, що зможуть окупути затрачені ресурси.

56

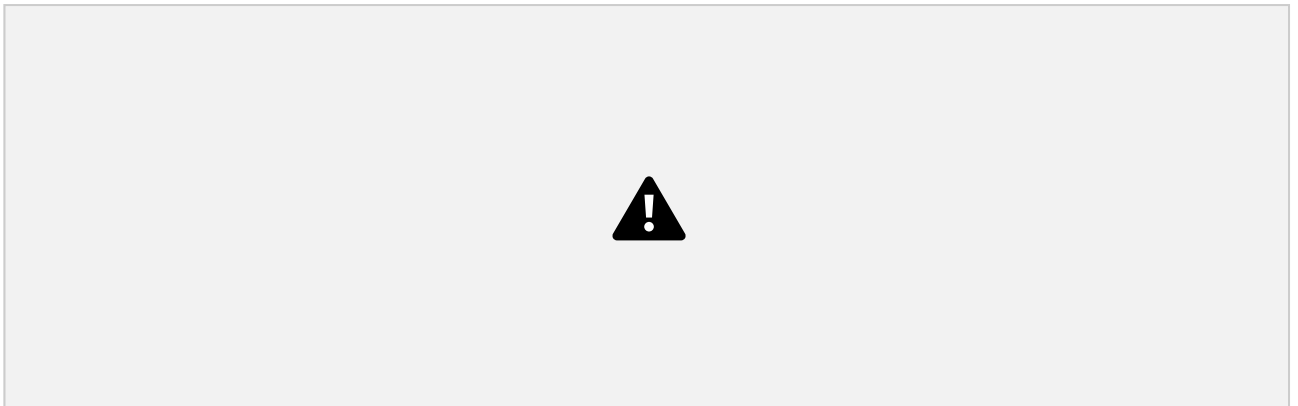


Рис. 3.16. Процес співпраці з блогерами через оплату їх послуг В результаті компанія Primeclass націлюється на те, щоб перетворити кожного блогера у бренд амбасадора компанії, долучивши його до афіліативної програми, одночасно відкривши йому доступ до навчальних курсів та матеріалів. Таким чином, поєднуючи перший та другий підхід, можна зробити блогерів більш лояльними до бренду та зацікавленими у майбутній співпраці. Стратегія роботи з інфлуенсерами передбачає найм двох інфлуенс маркетинг менеджерів із Сполучений Штатів Америки для реалізації комунікаційної частини з блогерами, а також команду з двох лідогенераторів для пошуку та контактування блогерів.

У підсумку компанія очікує витратити на залучення одного клієнта до \$300, використовуючи інфлуенс-маркетинг стратегію.

57

### **3.5. Стратегічні перспективи розвитку проєкту**

Компанія Primeclass націлюється на створення навчальної екосистеми з кожної навчальної дисципліни. Першою навчальною дисципліною є фотографія, зокрема фотографія їжі та портрету, які уже реалізовані. На цьому етапі компанія працює над формуванням спільноти з випускників, експертів, інфлуенсерів, яка зможе підсилити позитивний ефект навчання у Primeclass.

Спільноти будуть створені та функціонуватимуть, як окремо для кожної навчальної дисципліни, так і будуть створені спільні комунікаційні майданчики для випускників, експертів, інфлуенсерів з усіх навчальних дисциплін.

Спільнота Primeclass Circle буде пропонувати своїм учасників не лише доступ до спілкування, а й різноманітні заходи, вебінари, швидкі знайомства, мітапи, регулярні презентації, доступ до бібліотеки знань, менторські сесії. Таким чином компанія планує утримувати лояльну цільову аудиторію та залучати нових студентів за допомогою нетворкінг ефекту. [22]

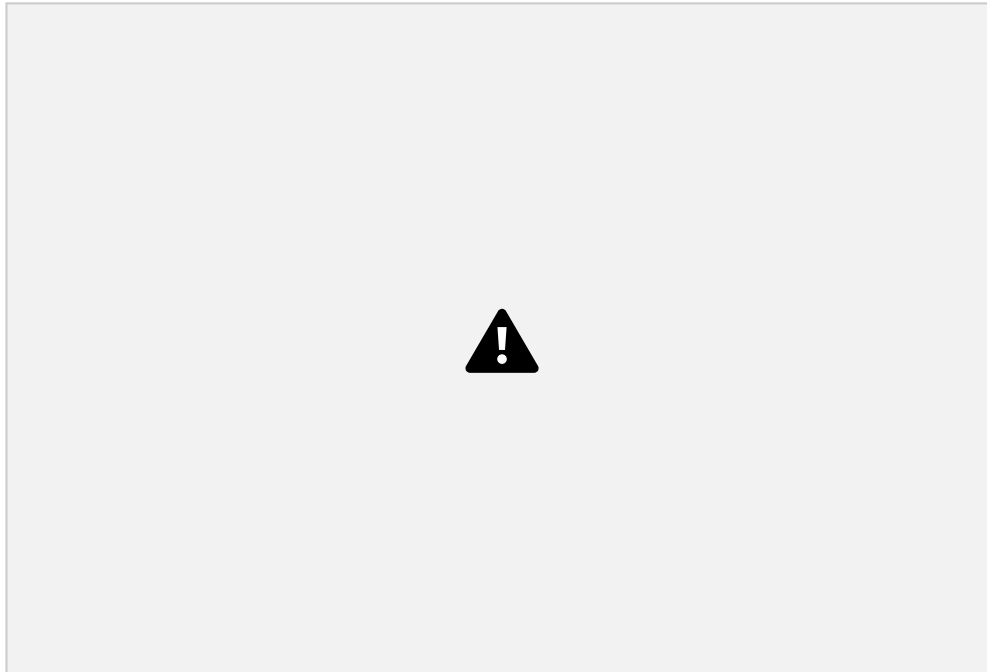


Рис. 3.17. Складові спільноти Primeclass Circle

Крім поділу спільнот за навчальними дисциплінами, спільноти будуть також поділені за цільовою аудиторією. Таким чином всі експерти будуть мати спільний доступ до окремої спільноти, інфлуенсери до своєї спільноти, а

58

студенти і випускники - до своєї. Це дозволить збільшити залученість серед учасників.

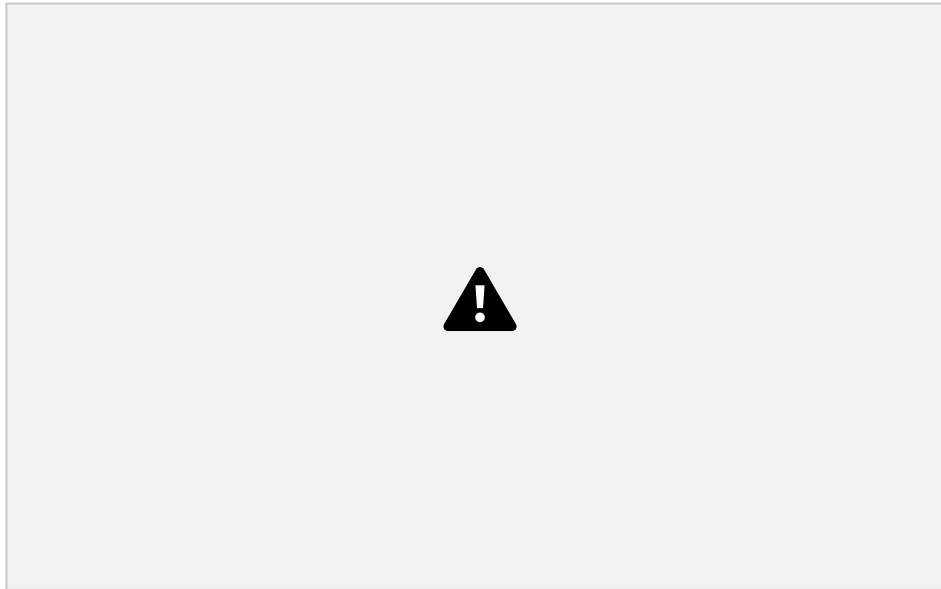


Рис. 3.18. Рівні спільноти Primeclass Circle

Також компанія Primeclass активно працює над впровадженням додаткових каналів залучення клієнтів. Наразі такими каналами є реклама та Google трафік, скоро до них приєднається Influencer marketing та SMM. Крім цього, компанія має в планах активну роботу над власним блогом, залучаючи до його популяризації журналістів, медіа та експертів. Крім цих основних методів трафіку, буде застосовано стратегію з email marketing, що полягатиме в триманні зв'язку з усіма потенційними студентами, які колись зацікавились послугами компанії, але з тих чи інших причин не купили навчальний курс.

Наступного року, коли компанія реалізує повністю хоча б одну екосистему з навчальної дисципліни, буде застосовуватися стратегія з PR та роботи з брендом роботодавця. Це важлива сфера, що передбачає тісну співпрацю з журналістами, рейтинговими сайтами, журналами.

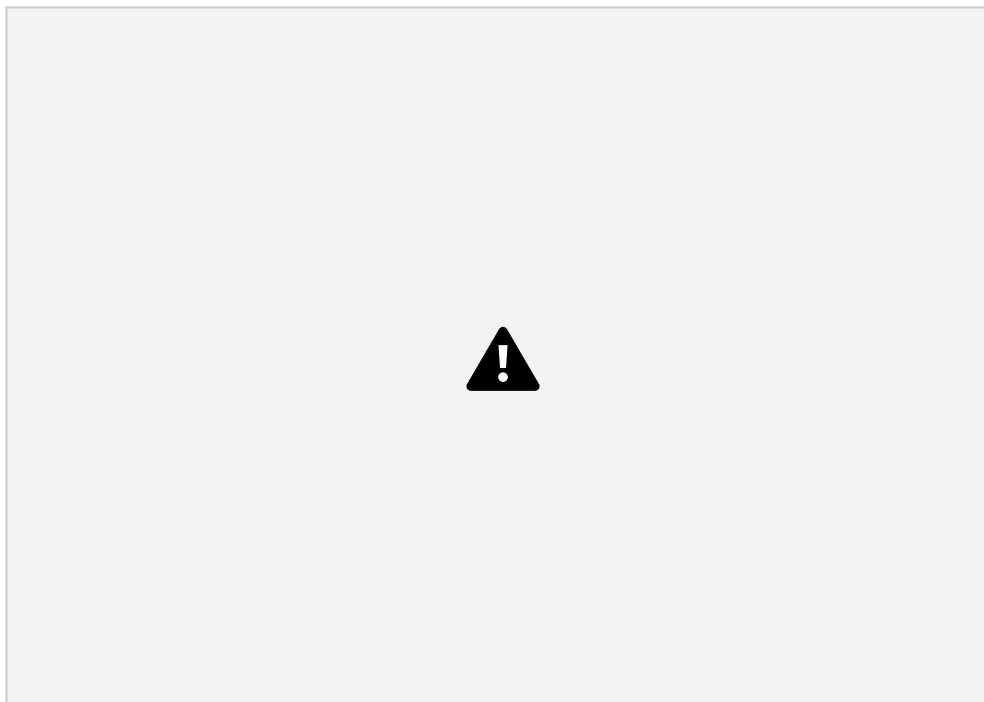


Рис. 3.19. Канали маркетингового залучення клієнтів

Також компанія планує активно застосовувати партнерський маркетинг та створити окремий лендінг та умови співпраці для індивідуальних партнерів та компаній, які можуть бути зацікавлені у співпраці.

Ці та всі інші стратегії будуть реалізовані в компанії в найближчі два роки розвитку стартапу. Важливо також зазначити, що стрімкий розвиток штучного інтелекту робить величезний вплив на розвиток освіти. Так як Primeclass – це про освіту та навички майбутнього, то у компанії будуть вдосконалювати всі навчальні програми та цілі навчальні дисципліни, додаючи до них окремі модулі

навчання з використання штучного інтелекту для кожної з навчальних дисциплін. Також компанія уже думає над створенням цілком окремих навчальних дисциплін, що будуть орієнтуватися виключно на професії та навички, пов'язані зі штучним інтелектом.

## **ВИСНОВКИ**

Освіта постійно еволюціонує під впливом суспільства та технологій. Наше завдання полягає в тому, щоб не стримувати розвиток освіти, а дати їй можливість вільно еволюціонувати. Освіта завжди впливає на появу нових ідей,

які потім впливають на економіку та суспільні відносини. Тому при змінах у системі освіти необхідно враховувати, яку людину ми хочемо бачити у майбутньому.

Освіта є динамічним процесом, що постійно трансформується під впливом суспільства та технологій. Важливо не обмежувати розвиток освіти, а надати їй вільний простір для інновацій та змін. Освіта має вплив на створення нових ідей та є основою для розвитку економіки та суспільства. При зміні освіти важливо враховувати, якою повинна бути людина нової епохи, та створювати програми та методики, що сприяють цьому ідеалу. Це підкреслює необхідність адаптації освіти до вимог сучасного світу, розвитку нових навичок та компетенцій, а також формування громадян з творчим мисленням, аналітичними здібностями та бажанням до саморозвитку.

Загалом освіта відіграє важливу роль у формуванні індивіда, суспільства, країни та світу. Сучасна освіта та освіта майбутнього повинні бути завжди на передовій змін у культурі та житті людей. Світ постійно розвивається, створюючи нові виклики, які потребують відкритого мислення та готовності до змін. Для формування таких людей необхідно трансформувати освіту, спрямовуючи її на індивідуальний розвиток. Важливо надавати студентам досвід, який не обмежується накопиченням знань, а сприяє навчанню та розвитку. Співпраця, організація проєктів та власна активність допомагають отримати необхідний досвід та вибрати індивідуальний шлях.

Незважаючи на захоплюючі перспективи електронного навчання, не слід забувати про важливість людського чинника. Ефективне онлайн-навчання має поєднувати технології з кваліфікованими викладачами та сприяти розвитку навчальних спільнот, зберігаючи людський вплив для забезпечення якісного навчального досвіду.

Підсумовуючи, для освітніх середовищ, які бажають навчати людей майбутнім професіям, важливо тримати акцент на формуванні у людей навичок постійного навчання протягом життя, щоб вони були готові до змін та здатні



адаптуватися до нових реалій. Також слід розвивати компетенції, які дозволять людям керувати своєю роботою, відмовлятися від нецікавих проєктів і обирати тільки ті справи, які принесуть користь і задоволення.

Саме слідуючи цілі навчати людей сучасним навичкам та професіям, а також пропонувати релевантну освіту для людей, і виникла компанія Primeclass. Primeclass пропонує широкий спектр освітніх продуктів, спрямованих на розвиток навичок у креативних галузях. Наразі компанія пропонує курси з фотографії їжі, які включають "Food photography fundamentals Bootcamp" для початківців та "Advanced Food photography Bootcamp" для фотографів з досвідом. Також доступна програма "Food photography Accelerator" для професіоналів, яка сприяє розвитку їхнього портфоліо та розширенню бізнесу.

Крім існуючих продуктів, компанія планує випустити нові освітні програми протягом наступних 6 місяців. Серед них є курси для ілюстраторів ("Digital Illustrator") та дизайнерів ("Motion Designer"), які включатимуть як базовий, так і просунутий рівень навчання. Крім цього, Primeclass також розробляють курс "AI prompt engineer", який буде представляти нову професію на ринку та надавати навички, що будуть корисні для різних професій. Цей курс буде доступний окремо від існуючих програм і потребуватиме додаткової оплати.

Основною метою компанії є створення конкурентної переваги на ринку, зосереджуючись на фрілансерах у креативних галузях. Використання штучного інтелекту у навчальних програмах допоможе компанії прискорити свій ріст і залучити нових студентів та інвесторів.

У компанії також планується розвиток екосистеми, включаючи спільноту студентів та маркетплейс для найму співробітників. Ці додаткові продукти допоможуть зміцнити бренд компанії та створити повноцінну платформу для фахівців у креативних галузях.

За перший етап своєї стратегії компанія Primeclass вже досягла значних успіхів у галузі фотографії їжі та заробила добру репутацію. Навчальні

програми отримали позитивні відгуки студентів і підтримку від партнерів. Подальший розвиток компанії зосереджений на розширенні свого портфоліо продуктів, використанні нових технологій та залученні більшої кількості студентів до своїх навчальних програм. З метою підтримки цього росту, компанія також активно працює над залученням інвестицій для забезпечення фінансової стійкості та розширення своїх можливостей.

63

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Нікітін В. Суть освіти / Володимир Нікітін. – Київ: Оптіма, 2019. – 268 с. – (Оптіма).
2. Нікітін В. Введення в персоналітет / В. Нікітін, Ю. Чудновський. – Київ: Оптіма, 2015. – 184 с.
3. Нікітін В. За.. Самоорганізація в стрімко змінюючому світі / В. Нікітін, Ю. Чудновський. – Київ: Оптіма, 2013. – 328 с.
4. Робінсон К. Призначення / Кен Робінсон. – Київ: Манн, 2010. – 366 с. 5. В. Г. Пасинок, Т. О. Маркова, Р. Ф. Камишнікова / Проблеми сучасної освіти : збірник науково-методичних праць – Харків: Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна, 2020. – 204 с. 6. Йовіш А. Нехай будуть з вами інновації / Айві Йовіш. – Київ: Yakaboo, 2019. – 265 с.
7. Larmer, J. / Project-based learning vs. problem-based learning vs. X-BL [Електронний ресурс] // Edutopia. – 2014. – Режим доступу до ресурсу: <http://www.edutopia.org/blog/pbl-vs-pbl-vs-xbl-john-larmer>.
8. Маргарет М. Герой і бунтар, створення бренду за допомогою архетипів / Марк Маргарет. – Київ: MCGRAW-HILL, 2010. – 336 с.
9. GREIER P. EDUSHIFTS The future of education is now / P. GREIER, T. GOUVÊA., 2020. – 153 с.
10. Chazan B. A PHILOSOPHY OF ISRAEL EDUCATION / Barry Chazan. – Lincolnshire: Palgrave, 2019. – 250 с.

11. Fleming D. A Teacher's Guide to Project-Based Learning / Douglas Fleming. – Charleston: Erik, 2015. – 150 с.
12. WALKER T. TEACH LIKE FINLAND / TIMOTHY WALKER. – Alpisha: W. W. NORTON & COMPANY, 2018. – 256 с.
13. Сливоцький А. Мистецтво творення попиту / Андріан Сливоцький. – Львів: УКУ, 2012. – 406 с.
- 64
14. Сливоцький А. Зона прибутку / Андріан Сливоцький. – Львів: УКУ, 2016. – 420 с.
15. Сливоцький А. Давит перемагає / Андріан Сливоцький. – Львів: УКУ, 2021. – 315 с.
16. Йохансон Ф. Ефект Медичі / Ф. Йохансон. – Львів: УКУ, 2016. – 250 с.
17. What is STEAM Education? [Електронний ресурс] // Institute for Arts Integration and STEAM. – 2020. – Режим доступу до ресурсу: <https://artsintegration.com/what-is-steam-education-in-k-12-schools/>.
18. Maryam T. 1. Art of education [Електронний ресурс] / Tariq Maryam // Punjab Group Of Colleges. – 2019. – Режим доступу до ресурсу: [https://pgc.edu/art education/](https://pgc.edu/art%20education/).
19. Ramirez A. Passion-Based Learning [Електронний ресурс] / Ainissa Ramirez // Edutopia. – 2015. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.edutopia.org/blog/passion-based-learning-ainissa-ramirez>.
20. Головіна О. Електронні інструменти. Як у фінських школах застосовують цифрові навчальні середовища [Електронний ресурс] / Ольга Головіна // НУШ. – 2019. – Режим доступу до ресурсу: <https://nus.org.ua/articles/elektronni-instrumenty-yak-u-finskyh-shkolah-zastosovuyut-tsyfrovi-navchalni-seredovyshha/>.
21. Domer P. What Is eLearning And How Is It Going To Look In The Future? [Електронний ресурс] / Peter Domer // Elearning Industry. – 2023. – Режим доступу до ресурсу: <https://elearningindustry.com/what-is-elearning-and-how-is-it-going-to-look-in-future>.
22. Zhadko O. Online Faculty and Student Mentoring: Building Community and

Leveraging Resources [Электронный ресурс] / Olena Zhadko // Educause. – 2023. – Режим доступа до ресурсу: <https://er.educause.edu/articles/2023/1/online-faculty-and-student-mentoring-building-community-and-leveraging-resources>.

65

23. Clarisse. Why 85% of People Hate their Jobs [Электронный ресурс] / Clarisse // Staff Squared. – 2019. – Режим доступа до ресурсу: <https://staffsquared.com/blog/why-85-of-people-hate-their-jobs/>.