

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ВНЗ «УКРАЇНСЬКИЙ КАТОЛИЦЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ»

Факультет суспільних наук

Кафедра управління та організаційного розвитку

**Магістерська робота на тему:
Проектування (креативного) простору для обміну знань та
навичок за моделлю колективного навчання**

Група СП18м
Ірина Мосіюк, Ірина Смаркутська
Керівник: Вороновська Р. А.

Львів 2020

ЗМІСТ

ВСТУП	3
ГЛОСАРІЙ СЛІВ	5
РОЗДІЛ 1 ПРОБЛЕМА	6
1.1. Потреба	6
РОЗДІЛ 2 СУТНІСТЬ НАВЧАЛЬНОЇ МЕТОДОЛОГІЇ	10
2.1. Cooperative learning. Принципи та підходи.	10
2.2 Cooperative learning. Стратегії.	11
РОЗДІЛ 3 АНАЛІЗ СЕРЕДОВИЩА ТА КАРТА СТЕЙКХОЛДЕРІВ ПРОЄКТУ	20
3.1 Аналіз ринку	20
Udacity	25
MIT Open Courseware	26
РОЗДІЛ 4 ФІНАНСОВИЙ АНАЛІЗ ПРОЄКТУ	31
4.3. Команда проєкту	33
4.4. Курс долара та вплив його на бюджет	38
4.5. Доходи та об'єми продажів	39
РОЗДІЛ 5. БІЗНЕС-МОДЕЛЬ ЗА ОСТЕРВАЛЬДЕРОМ	42
5.1. Ціннісна пропозиція	42
5.2. Сегменти користувачів	42
5.3. Канали комунікації	45
ВИСНОВКИ	48
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ	50
ДОДАТОК А.	53
ДОДАТОК Б.	56
ДОДАТОК В.	59

ВСТУП

Технології надзвичайно швидко змінюють наше повсякденне життя. Вони трансформують поведінку, логіку мислення, комунікацію між людьми і вцілому свідомість. І це відбувається настільки стрімко, що жодна історична епоха не зазнавала таких глобальних нововведень за такий короткий час. За підрахунками Глобального інституту McKinsey, половина сьгоднішніх видів трудової діяльності може бути автоматизована до 2055 року. У доповіді під назвою «Майбутнє, яке працює: автоматизація, зайнятість і продуктивність» аналізується потенціал автоматизації світової економіки, що охоплює всі сектори в більш ніж 50 країнах світу. Як наслідок значна частина людей залишиться без звичного працевлаштування, а отже відігравати ключову роль буде освіта – точніше самоосвіта. Вона повинна буде забезпечити сучасну людину навичкам, які б допомагали їй стати успішним у майбутньому, навіть якщо ми ще не знаємо як воно виглядатиме.

Згідно з дослідженнями Світового економічного форуму вже в найближчі декілька років нас чекає масштабна технологічна зміна. Однак потенційна здатність освітніх систем крокувати в ногу з цими змінами є обмеженою. Тому рушійною силою цих перетворень стане розвиток комунікаційних навичок людини, групової взаємодії та здатності до емпатії.

У світі, перенасиченому віртуальністю, навички співіснування людей з різних соціальних середовищ та культур, а також вміння працювати в команді, де загальна ціль є частиною особистої – це ті нові конститутивні принципи, що гратимуть ключову роль в часи глобалізації.

Колективне навчання – це навчальна стратегія, яка дозволяє невеликим групам спільно працювати над визначеними груповими задачами. Його основним елементом є демонстрація позитивного ефекту взаємодії, підкреслюючи при цьому важливість особистої відповідальності. Це

відбувається природнім шляхом, так як учасники тісно працюють один з одним, не зважаючи на те що, у всіх різні завдання, які потрібно пояснити один одному.

Саме тому ми прагнемо створити освітній простір через безперервний обмін знань та навичок у креативному місці з максимально мотивованими людьми через модель колективного навчання, створити екосистему, де цілеспрямовані особистості будуть ділитись своїм досвідом, передавати його один одному та залучити до цього процесу провідних менторів із провідних галузі економіки, екології, юриспруденції та ІТ технологій.

Освітній простір *lifelearning.space* – це надихаюче місце призначене для активного навчання і самопізнання. Щоб максимально сприяти вільній співпраці між учасниками ми поєднаємо *open space*, кімнати для проведення навчальних воркшопів та занять, створимо їх максимально гнучкими та оснащеними навчальними посібниками, різними книгами, надихаючою літературою, та всім, що може стимулювати мозок і творче мислення. Щодо навчальних класів та воркшопів – ми максимально концентруємось на взаємодії між учасниками в процесі навчання використовуючи колективні підходи.

Одна з переваг *lifelearning.space* полягає в тому, що ми можемо залучати відомих менторів та викладачів до навчального процесу використовуючи щоденні прями трансляції через відеоконференції. Відстані нівелюються, так як в одному місці можуть викладати фахівці з Австралії, США чи навіть Антарктиди.

Місія *lifelearning.space* полягає в тому, щоб значення безперервності навчання відобразилось як образ мислення, на яке людина спиратиметься упродовж всього життя.

В *lifelearning.space* ми одночасно створимо культуру і місце, де народжуватимуться нові ідеї, засновані на енергії, одержуваної від спільної роботи. Це як інкубатор для освітніх ідей, гнучке, відкрите навчальне співтовариство, яке запускає інновації.

ГЛОСАРІЙ СЛІВ

Колективне навчання (Cooperative learning) – базується на так званій “позитивній взаємозалежності”, коли успіх можливий лише за умови взаємодії одне з одним. Співпрацюючи в малих групах, учасники омовлюють думки, аргументують свій погляд, дивляться на поставлену проблему під різними кутами, вчаться сприймати інакшість.

Воркшоп (Workshop) – це період обговорення або практичної роботи з певного предмету, упродовж якого група людей ділиться своїми знаннями або досвідом між собою.

Openspace – це технологія відкритого простору, коли її учасник може вільно переміщатися в його межах, вибираючи місце, де може не тільки попрацювати, але і поспілкуватись з іншими, зустрітись з відвідувачами тощо.

РОЗДІЛ 1

ПРОБЛЕМА

1.1. Потреба

У 1976 році Бела та Марта Каролі увійшли в історію, коли їхня протеже Надія Команечі стала першою в історії гімнасткою Олімпійських ігор, яка набрала ідеальних 10,0 балів. На цьому вони не зупинились, і поставили перед собою нову мету: підготувати американських гімнасток до виграшу золотої медалі у командному заліку.

Повернувшись з Олімпіади в Барселоні лише з бронзою, Каролі зрозуміли, що припустились помилки в тренуваннях гімнасток. Вони тренувались окремо та збиралися лише як команда на самих іграх. Виходячи з цього Марта вирішила кардинально переробити стратегію. Перед столітньою Олімпіадою в Атланті вона наполягала на тому, щоб усі сім спортсменів збиралися і тренувалися в командному таборі два тижні. “Це був перший момент, коли в США з'явилася програма, яка поставила командну орієнтацію перед індивідуальним успіхом” – сказала Марта в документальному фільмі NBC – “Ваша мета повинна бути частиною команди, тільки тоді ви станете успішними”. Не дивно, що саме на цих Олімпійських іграх вони виграли золоту медаль.

Люди, звичайно, можуть досягти великих успіхів самотійно, але дослідження показали, що командна робота підвищує продуктивність. Зрештою, коли люди працюють разом над спільною метою, вони можуть поєднати свої навички, ефективніше вирішити складні проблеми та посилити свою прихильність до позитивного результату.

Давайте поглянемо на 5 практик, які успішно показують ефективність командної роботи.

1. Флойд Олпорт: Ефект соціальної фасилітації

У 1920 році соціальний психолог Флойд Олпорт встановив, що люди краще працюють в командах, навіть якщо вони не співпрацювали, змагалися або

активно спілкувались один з одним. Цей висновок став відомим як ефект “соціальної фасилітації”, який, як зазначає Lifehacker [1], доводить, як “сама наявність інших людей, які займаються тим самим завданням, як і ми, може підвищити нашу мотивацію”.

2. Оксфордський університет: ряд, дитина, ряд

У 2009 році науковці Оксфордського університету дослідили, що “командні гравці можуть терпіти вдвічі більше болю, ніж ті, хто працює індивідуально”. Вони зробили це відкриття, спостерігаючи за веслувальною командою Оксфордського університету під час двох 45-хвилинних тренувань. Щоб переконатися, що їх результати були надійними, дослідники навіть повторили дослідження на наступному тижні і отримали тіж самі результати.

3. Гарвардський університет: ти виглядаєш знайомим

У 2006 році дослідники Гарвардського університету встановили, що ефективність роботи серцевих хірургів покращилася, коли вони працювали зі штатним колективом у звичайній лікарні. Як писав Крістіан Джарретт для 99u: “Неодноразово працюючи з одними і тими ж людьми, ви пізнаєте їх сильні та слабкі сторони, у вас є спільний досвід, до якого можна звернутись, ви розвиваєте невимовні звички та правила, які сприяють взаєморозумінню” [3].

4. Кремнієва долина: робота в команді та гроші

У 2012 році компанія Google запустила проєкт Aristotel, сміливу ініціативу, яка ставила перед собою завдання розкрити, як створити ідеальну команду. Хоча висновки дослідників не були такими переконливими, як можна було б сподіватися, вони повідомили, що “психологічна безпека” є надзвичайно важливим аспектом сприяння командної роботи. Тобто членам команди потрібно відчувати себе комфортно, щоб ризикувати, робити помилки та висловлювати свою думку. The New York Times зафіксував цікаву інформацію з проєкту Google: “У дослідженні 2015 року керівники компаній заявили, що прибутковість бізнесу збільшується, якщо мотивувати працівників працювати

разом... Якщо компанія хоче випереджати своїх конкурентів, вона повинна впливати на те, як люди працюють разом”.

5. Пітер Кун: Et tu, Brute?

У 2013 році Пітер Кун, професор економіки Каліфорнійського університету в Санта-Барбарі, дослідив, що розміщення занадто великої уваги на індивідуальній діяльності може насправді завдати шкоди культурі компанії. Як повідомляв Business Insider, “це може створити культуру, де б’ють в спину -працівники приховують інформацію один від одного”. Щоб створити культуру компанії, яка заохочує колаборацію, Кун радить включати в робочий процес стимулювання, засновані на команді, та ранжувати ефективність роботи групи, на відміну від окремих досягнень.

Також, ми вирішили провести власне опитування, і зрозуміти на скільки гостро стоїть потреба. Опитавши 246 респондентів, які проходили як офлайн так і онлайн навчальні програми, виявили 3 найбільші проблеми у засвоєнні знань по їх завершенню:

1. 46,7% з опитаних вказали, що знання забуваються вже через місяць, і 74,7% через три місяці по проходженню навчальних практик.
2. Відсутність прямої комунікації з іншими учасниками навчального процесу.
3. Відсутність мотивації (37,6% з опитаних припиняли навчання достроково).

Компанія IT Hub (м. Житомир), яка займається підготовкою IT спеціалістів, погодилась провести ряд занять з курсу «Дизайн» за моделлю колективного навчання. Було сформовано 3 групи з 4 людей. Групам поставили завдання створити презентацію уявної компанії, яка б складалась з логотипу, веб-сайту та мобільного додатку. Команди працювали близько 3 тижнів, і по завершенню презентували роботи. Результати опитувань показали, що взаємодія в команді і чітко сформована спільна ціль підвищувала мотивацію кожного учасника, вони

сміло ділились знаннями, підтримували і допомагали один одного, також кожен другий зауважив, що використовуватиме на практиці отриманні знання.

Спираючись на результати власних опитувань, а також глобальні дослідження, які вказані вище, ми готові стверджувати, що сучасні освітні підходи втрачають актуальність та стають малоефективними. Виходячи з цього, модель колективного навчання займе ключову позицію в побудові освіти майбутнього.

РОЗДІЛ 2

СУТНІСТЬ НАВЧАЛЬНОЇ МЕТОДОЛОГІЇ

2.1. Cooperative learning. Принципи та підходи.

Щоб зрозуміти як методологія взаємної співпраці допоможе забезпечити потребу в ефективності здобування знань та навичок, давайте опишемо основні принципи та підходи цієї взаємодії.

Колективне навчання базується на так званій “позитивній взаємозалежності”, коли успіх можливий лише за умови взаємодії одне з одним. Співпрацюючи в малих групах, учасники висловлюють у голос та обговорюють думки, аргументують свій погляд, дивляться на поставлену проблему під різними кутами, вчать сприймати інакшість інших.

Навчальний процес базується на кількох важливих концептах.

Команди. Групи з чотирьох/шести учасників підходять якнайкраще для цього процесу. Вони достатньо малі для активної участі всіх членів команди та за необхідності їм можна легко розділити для роботи в парах.

Є три типи команд: різнорідні, однорідні та такі, що утворюються у випадковий спосіб. Гетерогенні групи (різної статі, здібностей, віросповідання тощо) зазвичай закріплюються фасилітатором і є довготерміновими. Гомогенні та “випадкові” групи, що час від часу формуються для виходу за межі базової команди, привносять розмаїття в навчальний процес.

Бажання. Для успіху колективного навчання потрібне бажання учасників співпрацювати. Розбудова команд загалом створюють це бажання. Оцінки для команди не використовують, оскільки вони зазвичай підривають мотивацію і часто є несправедливими.

Принципи. Існують чотири основні принципи колективного навчання, які разом утворюють акронім PIES (з англійської – пироги), наведено в таблиці 1.

Якщо всі чотири принципи втілено, то це саме колективне навчання. Інакше – маємо звичайну групову роботу. Критичні запитання, що наведені в таблиці 1, дають змогу здійснити відповідну самооцінку.

Таблиця 2.1.

Принципи колективного навчання

<i>Принципи колективного навчання</i>	<i>Контрольне запитання</i>
Позитивна взаємозалежність (positive interdependence)	Чи успіх однієї особи призводить до успіху іншої / інших? Чи відчувається потреба в допомозі одне одному під час взаємодії?
Індивідуальна підзвітність (individual accountability)	Чи затребувані показники кожного та кожної, що доступні публічно?
Участь, що передбачає рівність (equal participation)	Наскільки забезпечені шанси для участі кожної та кожного?
Одночасна взаємодія (simultaneous interaction)	Яка частина команди активна одночасно?

2.2 Cooperative learning. Стратегії.

Стратегії кооперації. Ці викладацькі методи визначають, як учасники навчання взаємодіють зі змістом. Існує ціла колекція таких стратегій для досягнення різних цілей, розроблена доктором Спенсером Каганом який вже більше 30 років популяризує колективне навчання в США і по всьому світу. Кожна з них гарантує успіх колективного навчання, оскільки має “вбудовані” PIES-принципи.

Стратегія кооперації + навчальний контент = активність у класі.

Рис. 2.1. Формула колективної взаємодії

Таблиця 2.2.

32 стратегії колективного навчання

Назва стратегії	Сутність стратегії
1. Коло згоди	Учасники стоять у великому колі, а потім крокують до центру пропорційно до ступеня їхньої згоди з твердженням, яке запропонував викладач або хтось із інших учасників навчального процесу.
2. Оточіть мудру людину	Учасники, які знаються на певній темі, стають так званими мудрецьми. Члени команди оточують кожного з мудреців для того, щоб повчитися від них. Потім діти повертаються до своїх команд, щоб обговорити.
3. Знайди когось, хто...	Учасники рухаються, щоб знайти тих, хто можуть зробити внесок до їхніх нотатків – на основі відповідності встановленим ними характеристикам.

4. Гра у флеш-карти	Відбувається в парах з картками, на які нанесено завдання, у кілька раундів – спочатку учасники мають підказки, але поступово їхня кількість зменшується до жодної.
5. Формування.	Учасники разом утворюють різні фігури.
6. Мозковий штурм на чотирьох.	Учасники записують ідеї на папері, озвучують їх членам команди, а потім викладають на стіл. Далі відбувається обговорення і пошук спільного рішення (або кількох), але головне в тому – що спочатку робота над ідеями відбувається самостійно.
7. Внутрішнє та зовнішнє	Учасники стають у концентричні кола обличчям одне до одного, щоб відповісти на запитання інших учасників у відповідній парі.
8. Головоломка	Кожен з членів команди має частину відповіді на запитання або картку з підказкою. Команда має зібрати усе до купи, щоб вирішити проблему.
9. Шиккування в лінію	Учасники шикуються в лінію за певними характеристиками. Це можуть бути гіпотези, погляди, варіанти відповіді, певні призначені

	ролі тощо. Потім вони взаємодіють з тими, хто мають відмінні характеристики.
10. Повтори за мною	Учасники організують об'єкти таким чином, щоб відповідати інструкціям іншого члена команди про об'єкти, які приховано за бар'єром. Це може бути, наприклад, малюнок або конструкція.
11. Дискусія в парах	Учасники формують пари, щоб відповісти на запитання вчителя.
12. Подорожні	Викладач називає номер, а учасник з таким номером переміщується до іншої команди, зазвичай, щоб чимось поділитися. Також це можуть бути двоє або троє "подорожніх".
13. Перевірка в парах	Учасники працюють спочатку в партнерстві над розв'язанням проблеми, отримуючи підтримку і похвалу одне від одного.
14. Порівняння в парах	Пари генерують ідеї або відповіді і порівнюють із результатами роботи іншої пари. Потім вони вже разом намагаються прийти до нових відповідей, які не прозвучали до цього в обох парах.

15. Перефразування	Учасники можуть поділитися власними ідеями лише після того, як вони повно повторили думки особи, яка говорила перед ними.
16. Партнерство	Пари працюють над презентацією, а потім представляють її іншій парі з команди.
17. У два голоси	Партнери по черзі читають спочатку парні, а потім непарні рядки. Після того в унісон читають увесь твір.
18. Спільне-відмінне	Учасники намагаються зрозуміти, що є спільного й відмінного у двох малюнках. Водночас кожен з пари чи групи бачить лише свій малюнок.
19. Відправ проблему	Члени команди утворюють завдання, які потім передаються іншим командам для розв'язання.
20. Інвестування	Усі, хто беруть участь, мають по чотири монети номіналом 25 копійок, щоб інвестувати в дві, три чи чотири опції вибору. Опція, в яку вклали найбільше грошей, є вибором команди.
21. Фішки	Учасники розміщують у центрі свої фішки щоразу, коли говорять; коли висловляться всі,

	забирають фішки; вони не можуть говорити знову, поки всі фішки не з'являться в центрі й не повернуться до своїх власників.
22. Командне інтерв'ю	Учасники дають по черзі інтерв'ю своїм членам команди.
23. Консалтинг у команді	Для кожної серій запитань учасники збирають свої ручки до підставки, спочатку обмінюються і обговорюють усі відповіді, а вже потім беруть ручки, щоб письмово занотувати відповіді своїми словами.
24. Команда-пара-соло	Учасники розв'язують завдання спочатку в команді, потім у парах, і зрештою самотійно.
25. Командні твердження	Учасники обмірковують, обговорюють у парах, записують індивідуальні твердження, по черзі презентують їх у команді. Потім разом працюють над спільним командним твердженням, з яким вони готові погодитися більше, ніж із власними.
26. Мережа слів	Учасники записують в центрі тему, малюють, готують або вклеюють ключові концепти з теми, додають за необхідності зв'язки. Кожен і

	кожна обирає інший колір ручки, щоб можна було оцінити особисті внески і забезпечити участь усіх учасників.
27. Телефон	Хтось із учасників виходить з аудиторії. Викладач тим часом навчає тих, хто залишилися в класі. Відсутній учасник повертається і навчається від членів своєї команди, після чого проходить бліц-опитування.
28. Думаємо і обмінюємося	Учасники обдумують відповіді на запитання, обговорюють їх у парах і після цього діляться відповідями – власними або, краще, партнерським – з усіма.
29. Обмін з трьома	Хтось із команди говорить з однієї теми тричі, але з різними членами своєї команди.
30. Обмін в парі з обмеженим часом	Учасники обмінюється з партнером протягом визначеного часу. Потім вони змінюють ролі.
31. Хто я?	Учасники намагаються визначити секретну ідентичність, яку було прикріплено до їхньої спини. Для цього вони рухаються по класу і ставлять запитання, що передбачають відповідь

	<p>“так” або “ні”. Вони можуть ставити до трьох запитань одній особі з класу або необмежену кількість до тих пір, поки не отримають відповідь “ні”. Після того вони знаходять нових учасників для опитування. Коли здогадується про свою ідентичність, то продовжує допомагати тим, хто ще не визначилися.</p>
32. Гра у флеш-карти	<p>Відбувається в парах з картками, на які нанесено завдання, у кілька раундів – спочатку учасники мають підказки, але поступово їхня кількість зменшується до жодної.</p>

Застосувати цю формулу досить просто, наприклад: стратегія 30 “Обмін в парі з обмеженим часом” + “Чого ти хотів би навчитися?” = початок нової теми.

Таблиця 2.3.

Рекомендації використання навчальних стратегій у різних ситуаціях

Елементи	Тип інтелекту, розвитку якого сприяє	Сфера співпраці
На початку 1, 7, 10, 12, 22, 23, 29	Вербальний лінгвістичний 2, 3, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 16, 19, 20, 22, 23, 24, 25, 26, 28, 31, 32	/ Розбудова груп 1, 3, 6, 8, 10, 12, 32
Передача інформації	Логічний / математичний	Створення команди

2, 17, 25, 28	4, 9, 10, 15, 19, 20, 27	4, 15, 17, 23, 27
Керована практика 3, 4, 5, 8, 9, 10, 11, 14, 15, 18, 20, 24, 27, 28	Візуальний просторовий 1, 10, 11, 19, 27	/ Майстерність 3, 5, 8, 9, 10, 11, 14, 17, 18, 25, 28
Незалежна практика 11, 19	Музикальний ритмічний 18	/ Навички мислення 1, 4, 7, 8, 9, 10, 11, 15, 17, 19, 24, 27, 29, 30, 31, 32
Підбиття підсумків 1, 8, 12, 16, 22, 26, 27, 29, 31	Тілесний / кінестетичний 6, 10	Навички комунікації 1, 2, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 16, 17, 19, 21, 22, 24, 25, 26, 28, 31
	Натуралістичний 10, 13, 19, 27	Обмін інформацією 2, 8, 16, 17, 23, 26, 28, 29, 30, 31
	Міжособистісний 1, 3, 4, 5, 6, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 32	
	Внутрішньоособистісний 1, 2, 10, 16, 21, 22, 26, 28, 29, 31	

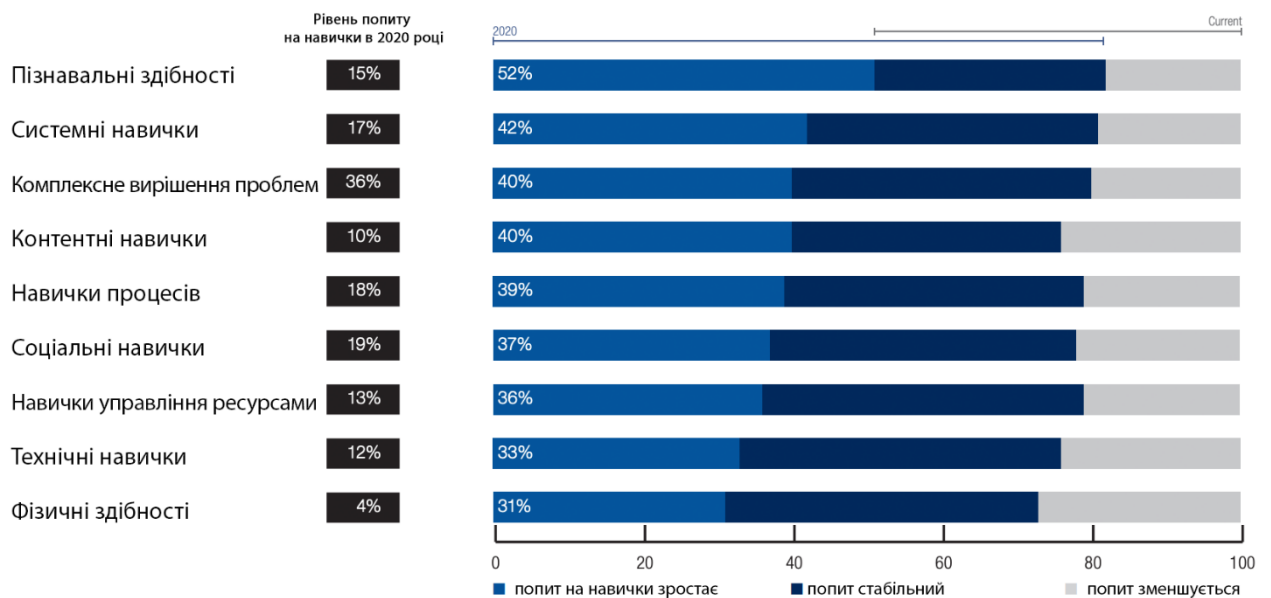
РОЗДІЛ 3

АНАЛІЗ СЕРЕДОВИЩА ТА КАРТА СТЕЙКХОЛДЕРІВ ПРОЄКТУ

3.1 Аналіз ринку

Лише до 2022 року 75 млн робочих місць, імовірно, будуть розподілені у 20 найбільших економічних сферах, тоді як 133 млн нових вакансій з'являться в галузях, які лише набирають обертів. Підраховали, що майже 65% теперішніх четвертокласників працюватимуть у професіях, яких ще не існує. 90% професій потребуватимуть цифрових навичок.

Частка робіт, що вимагають загальних навичок, як частини основних, %



Джерело: Future of Jobs Survey, World Economic Forum.

Рис. 3.1. Зміна попиту на основні робочі навички, 2015-2020 рр., усі галузі

Тому розвиток неформальної освіти в Україні є логічною відповіддю на потреби ринку, проте і тут існує проблема: єдина база інформації про доступні курси та інші освітні можливості для людей досі відсутня. Її доводиться шукати в соцмережах і спеціалізованих медіа. Також неформальна освіта зазвичай триває коротший період ніж класична – це переважно до року: найпопулярніший освітній продукт неформальних організацій – 3-місячні курси.

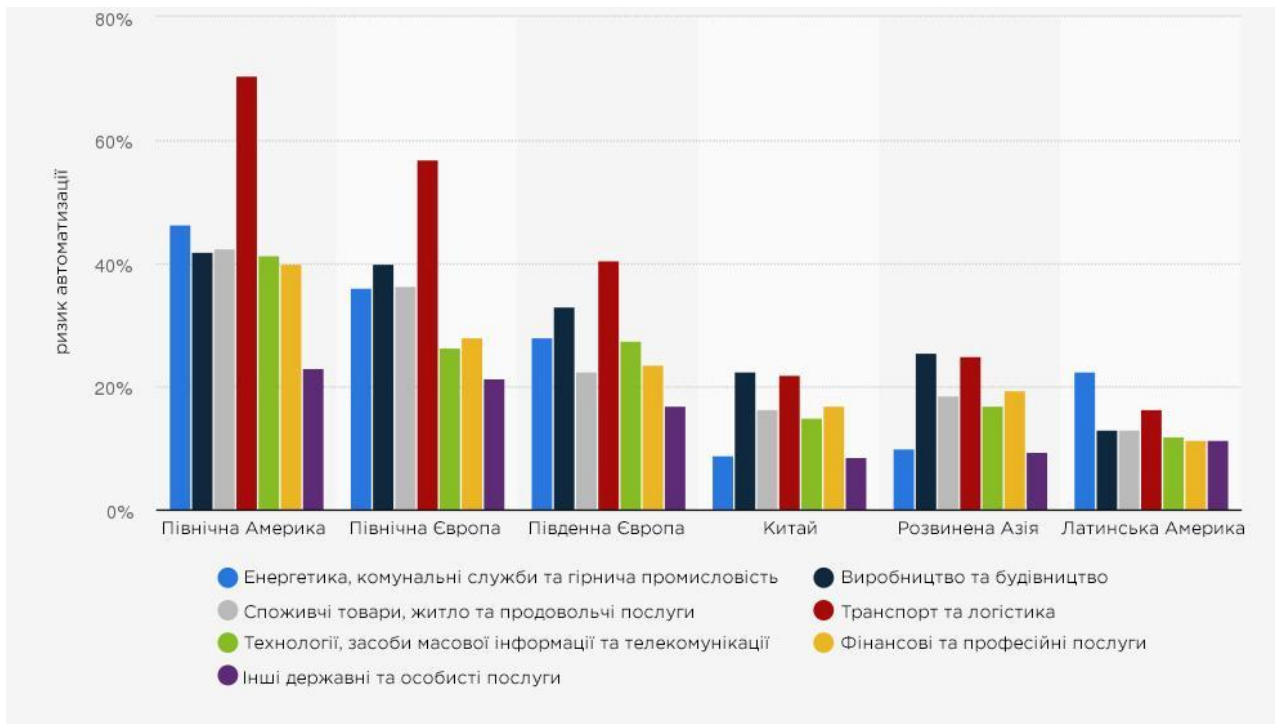


Рис. 3.2. Частка робочих місць з високим ризиком автоматизації до 2030 року за регіонами та галузями

Для прикладу, проаналізувавши ринок сучасної дизайн-освіти, ми бачимо, що сьогодні відбувається маленька революція. З вицвілих килимових доріжок і мармурових сходів університетів дизайнери тікають у яскраві сучасні хаби і коворкінги: як альтернатива традиційній дизайн-освіті (у вишах) з'явилася неформальна: незалежні школи, приватні курси і лекторії. Це свідчить про шалену потребу молодих людей у технологіях і бізнес-компетентності, яку не може задовольнити закостеніла вітчизняна академічна освіта, неспроможна до швидкого реагування на зміни у світі.

Це підтверджують такі цифри: сукупний ліцензований набір освітніми закладами на дизайнерську спеціальність у 2018 р. – 6665 на бакалаврат і 2133 на магістратуру. Для порівняння: у 2018 р. на бакалаврат вступили 2293 абітурієнти, а на магістратуру – 528. Розрив між ліцензованим обсягом і реальним набором надзвичайно великий: ліцензований обсяг на бакалаврат удвічі перевищує реальний набір, а на магістратуру – у чотири рази.



Рис. 3.3. Кількість закладів неформальної освіти, які надають освітні послуги дизайнерам

Теж саме відбувається в ІТ-освіті загалом. За результатами дослідження онлайн ресурсу DOU.UA – курси та навчальні центри підготували понад 35 тис. студентів в 2018 році. Кількість закладів постійно збільшується.

COVID-19 та карантинні заходи в країні досить суттєво вплинули на бажання людей спілкуватись та проводити час у компанії, вони втомились від одноманітності і постійних обмежень. Їм, як ніколи хочеться зустрітись один з одним та поділитись емоціями. Якщо порівнювати статистику яку ми проводили до пандемії та під час карантину, вона вражає, це показано на Рис 3.4.

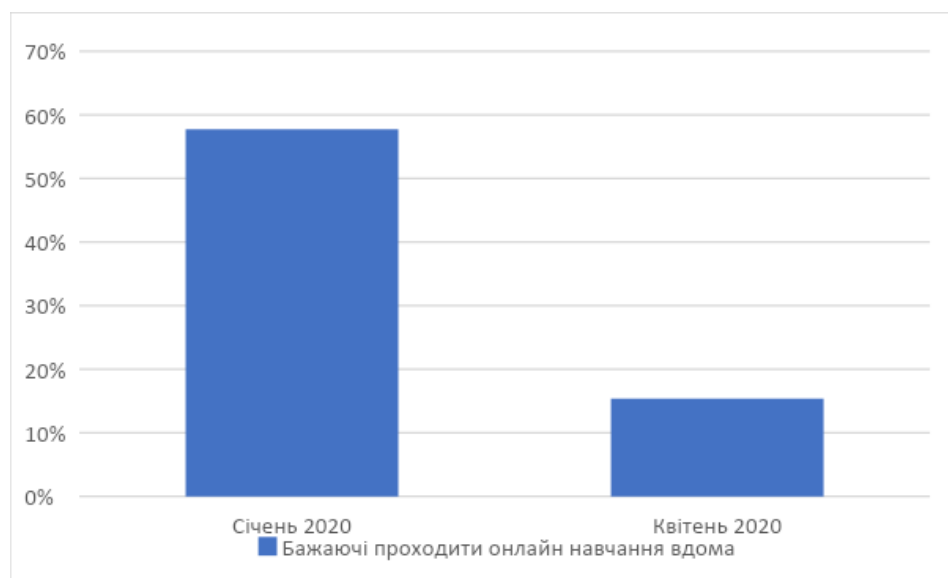


Рис. 3.4. Порівняльний графік бажаючих проходити навчання вдома

До того ж ми готові вважати, що серед 15,4%, опитаних, це ті хто ще остерігаються збиратись групами, так як карантинні обмеження продовжуються.

Тому ми готові стверджувати, що попит на організовані навчальні події буде зростати.

Для розуміння того чи ціннісна пропозиція буде актуальною на ринку, ми проаналізували прямих та непрямих конкурентів. Так як основа нашого проєкту, це побудова навчального процесу за допомогою методології колективної взаємодії, на даний момент немає на ринку схожих аналогів, які б поєднували це в онлайні та офлайні одночасно. Тому ми розділили їх на групи, як ті що повністю працюють онлайн чи офлайн.

Projector

Школа Projector — платформа, яка допомагає професіоналам різного рівня і спеціалізацій розвивати системні і точкові навички в дизайні інтерфейсів, графічному дизайні, розробці, фронт-енді, проєкт-менеджменті, інтернет-маркетингу, англійській мові, тощо.

Філософія школи базується на 3-х принципах: Flame, Practicult & Feedback.

Flame — вчитися потрібно з цікавістю, пристрасстю і натхненням.

Practicult — вчитися потрібно руками, а не вухами. Практика, практика, практика.

Feedback — вчитися потрібно на фідбеках досвідчених кураторів. Так, у нас можна помилятись.

Запропоновані курси:

- UX Design Основи. Interaction Design;

- UX Pro Workshops;
- Service Design;
- People management в стилі коучинг;
- Дизайн мобільних додатків;
- Веб дизайн основи;
- Графічний дизайн. Айдентика;

У зв'язку з пандемією, початок навчальних програм перенесли, на сайті вказано кінець червня.

Тривалість та ціна

3 місяці

від 5000 грн за місяць

15 людей в групі

Цех

Альтернативне дозвілля у Львові. Творчі воркшопи для різної кількості людей. Навчальні програми побудовані для людей різного віку та підготовки. Основна мета - створювати вироби зі скла, глини, текстилю та дерева.

Тривалість та ціна

Воркшопи для 6-10 осіб

Вартість 500 грн

Тривалість 2 години

Літс

Одна із найпопулярніших шкіл у м Львів. Компанія, яка надає широкий спектр ІТ освітніх послуг в 11 напрямках.

У зв'язку з пандемією, початок навчальних програм перенесли на кінець липня.

Тривалість та ціна

3 місяці

від 5000 грн за місяць

15 людей в групі

Startup Depot

Пропонують короткотермінові програми у сфері управління проектами та маркетингу.

Тривалість та ціна

Тривалість: два місяці

Вартість: від 2500 гривень до 13 000 гривень

Coursera

Coursera освітній портал який співпрацює з кращими університетами світу та іншими організаціями. Завдяки таким партнерським зв'язкам Coursera пропонує широкий спектр курсів в області бізнесу, науки, інформаційних технологій тощо. Ці заняття зазвичай проводяться за розкладом, а деякі курси також вимагають групового співробітництва, всі вони проводяться в режимі онлайн. Деякі класи надаються за запитом замість фіксованого розкладу.

Udacity

Включає багато introduction курсів, більшість курсів платні (ціни від 20 до 50 доларів за курс), проте деякі з них справді великі за вмістом, майже як цілі серії (спеціалізації) курсів.

MIT Open Courseware

MIT's Open Courseware пропонує 2100 курсів різноманітної тематики, в тому числі Electrical Engineering і Computer Science. Безкоштовні ресурси включають онлайн-підручники, іспити, мультимедійний контент, завдання, проєкти і приклади.

Як ми бачимо переважна більшість офлайн програм збирають групи до 15 людей, ціна яких починається від 5000 грн на місяць. Та вони недостатньо адаптувались до змін у суспільстві з коронавірусом, так як не пропонують альтернатив і відтермінують навчання на 1-2 місяці.

На рахунок онлайн сегменту, який активно розвивається під час пандемії, ми бачимо, що багато онлайн ресурсів надають загальний доступ до своїх платних програм у минулому.

3.2 Аналіз стейкхолдерів проєкту

Діяльність бізнесу в умовах постійних змін та невизначенності вимагає врахування економічних інтересів різних контрагентів, соціальних груп, які можуть вплинути на ефективність діяльності та сталий розвиток проєкту. Саме тому проблему співпраці із зовнішнім оточенням треба розглядати ширше, аніж просто виконання договірних зобов'язань, і здійснювати аналіз зацікавлених сторін (стейкхолдерів).

Для нашого проєкту ми виділили шість можливих стейкхолдерів:

1. тематичні спільноти та професійні асоціації (дизайнерів, архітекторів тощо);
2. коворкінги;
3. школи/курси;
4. держава/місто;

5. університети;
6. інвестори.

Виходячи з даного списку ми сконцентрувались на 2 основні групи для детального аналізу, а саме на тематичних спільнотах та асоціаціях та коворкінгах.

Таблиця 3.1.

Карта стейкхолдерів

	Існуючі переконання	Що цінно	Бажані переконання
Тематичні спільноти та професійні асоціації (дизайнерів, архітекторів і тд)	об'єднання іде на користь один в полі не воїн	кількість активних учасників спільні цілі Можливість лобювання	нова система збільшить кількість членів ком'юніті будь-яка точка збору Працює на спільний інтерес
Коворкінги	У нас тільки працюють спілкування і нові знайомства - це круто	Приміщення, спільнота	Створення екосистеми, робота + навчання можливі, збільшення часу проведення в одному просторі
Школи/курси	На 1 місяць випускаємо спеціаліста, даємо практичні знання, викладачі - практики	Ментори, Роботодавці, Розвиток ІТ галузі	Підготувати кваліфікованого спеціаліста швидко - можливо!

Держава/місто	Сиди тихо ініціатива наказуєма	Податки і збори Громадяни	Бізнес допомагає державі Пільги для бізнесів - добре: інфраструктурна привабливість
Університети	Ми робимо все правильно Освіта має тривати років	Кількість студентів Держзамовлення	Короткострокові університетські Навчальні програми на базі можливі
Інвестори	Україна має хороших спеціалістів, які постійно розвиваються	Ріст Прибуток Соціальна відповідальність	Спеціалісти є всюди Потенціал росту безмежний

Для ключових стейкхолдерів ми сформували комунікаційну стратегію та детально описали в таблиці 3.2.

Комунікаційна стратегія

Таблиця 3.2.

Тематичні спільноти та професійні асоціації (дизайнерів, архітекторів тощо)			
<i>Ціль/ інструменти</i>	<i>Професійні видання</i>	<i>Соціальні мережі</i>	<i>Офлайн</i>

Створити переконання про можливо поєднати людей з різних професій	Стаття кейс-стаді саксес-сторі Реклама проекту Спецпроект	Лінк на статтю кейс-стаді Саксес-сторі Відеореклама: саксес-сторі	Відвідування тематичних подій, проведення власних подій
Коворкінги			
<i>Ціль/ інструменти</i>	<i>Професійні видання</i>	<i>Соціальні мережі</i>	<i>Офлайн</i>
Створити переконання що проєкт допоможе розвинути бізнес. Постійний прибуток від орендованих приміщень. Економія коштів на рекламу.	Реклама проекту Спецпроект	Внутрішня розсилка в між учасниками коворкінгу.	Персональні зустрічі та презентації

Також проаналізувавши всіх стейкхолдерів ми розділили їх на групи впливу та рівень зацікавленості. Цю інформацію ми подали в таблиці 3.3.

Таблиця 3.3.

Рівні впливу та зацікавленості

	Низький рівень зацікавленості	Високий рівень зацікавленості
Низький рівень впливу	Університети	Школи/курси

Високий рівень впливу	Держава/місто Тематичні спільноти та професійні асоціації (дизайнерів, архітекторів і тд)	Коворкінги
------------------------------	--	------------

РОЗДІЛ 4

ФІНАНСОВИЙ АНАЛІЗ ПРОЄКТУ

Для прогнозування грошових потоків та побудови бюджету проєкту ми будемо використовувати методологію **Unlevered Free Cash Flow**. Для цього ми спочатку спробуємо спрогнозувати основні показники компанії на річний період, а також виділити фактори які впливатимуть на її бюджет. Прогноз основних показників компанії, таких як Revenue, Costs та інших, дозволить нам оцінити грошові потоки в майбутньому.

Для прогнозування ми будемо використовувати вихідні данні такі як оцінка орендної плати, заробітна плата координаторів та експертів, курс долару, а також кількість прогнозованих продажів абонементів учасників.

4.1. Початкові інвестиції

Для запуску даного проєкту ми вирішили про інвестувати 4000USD власних коштів на такі потреби:

1. Розробка корпоративного вебсайту (800USD).
2. SEO та SMM (Маркетинг в соціальних мережах Instagram, Facebook) на 3 місяці. (600USD).
3. Оренда аудиторій для проведення навчальних зустрічей (3 місяці).
4. Заробітна плата координаторам та експертам.

4.2. Оренда приміщення

Виходячи, що основна консультативна робота по організації навчання буде виконуватись віддалено координаторами програм, ми розглядаємо погодинну оренду аудиторій, яка вмщуватиме до 10 людей та матиме в наявності такі опції:

- швидкісний інтернет;
- телевізор для презентацій;



- меблі (стіл та стільці), які дозволяють різноманітні варіанти розсадки гостей;



- фліпчарт з маркерами.

На ринку Львова ми розглянули 4 пропозиції, які надають такі послуги та сформувавши порівняльну таблицю:

Таблиця 4.1.

Порівняльна таблиця вартості орендної плати за приміщення у м. Львів

Назва	Локація	Пропозиції	Ціна
IteaHub 	Львів, вул. Героїв УПА, 80	швидкісний інтернет телевізор для презентацій колонки за потребою фліпчарт з маркерами перехідник до MacBook меблі (стіл та стільці) кулер з водою чай та кава 6-9 робочих місць	250грн/год до 18.00 300грн/год після 18.00
Platforma Futura 	Львів, Кульпарківська, 200а	швидкий Wi-Fi та принтери маркерні стіни та дошки плазмові панелі напої та снеки 24/7 години роботи затишна атмосфера	10\$-15\$ година (270грн/год – 405/год)
Центр Шептицького УКУ	м.Львів, вул. Стрийська, 29а	система кондиціонування; вбудований мультимедійний екран (180-240);	

 ЦЕНТР підприємств Андрія ШЕПТИЦЬКОГО		мультимедійний проектор (з дистанційним пультом управління); система озвучення;	
Стартап депот 	Львів вул. Весняна, 4	2 мітинг-руми 24/7 години роботи	200-250грн/год

Як ми бачимо середня ціна оренди аудиторії виходить 280грн/год і ми її закладемо в реалістичний прогноз бюджету (250грн/год і 300грн /год оптимістичний та песимістичний відповідно).

4.3. Команда проєкту

Так як на початковому етапі ми плануємо запустити 3 програми, тому команда скрадатиметься з 1(одного) координатора, 3 (трьох) експертів.

Робота координатора полягатиме у наступному:

- стратегічне планування та організація процесу створення навчального процесу;
- виявлення потреб в навчанні та розвитку учасників навчального процесу;
- розробка плану навчання та розвитку персоналу виходячи з потреб та бізнес-цілей, підготування всіх необхідних матеріалів;
- погодження плану та програм навчань із замовниками (корпоративні клієнти);
- самостійне проведення майстер-класів, тренінгів, вебінарів;
- проведення аналізу роботи експертів та оцінка результатів навчань за допомогою оціночних форм;
- звітність по завершенні навчань та за вимогою замовника — надання рекомендацій щодо підтримки високого професійного рівня в цілому.

На рекрутингових платформах Work.ua та rabota.ua в період з 02.03.2020 по 12.05.2020 ми опрацювали 235 резюме кандидатів та склали модель компетенцій.

Таблиця 4.2.

Результати 02.03- 12.05

Опрацьовано резюме	З них запрошено на співбесіду	З них відправлено на узгодження	Узгоджено
235	40	8	0

Також було детально описано модель компетенцій, якими володіти фахівець для роботи на посаді координатора проекту

Таблиця 4.2

Модель компетенцій

Компетенції	Питання
Вступ+мотивація	Як ви розумієте нашу вакансію і діяльність компанії? За якими критеріями шукаєте роботу? Що для вас важливо при виборі працедавця? (+ уточнюючі питання - що під цим маєте на увазі, куди хочете розвиватись, чи є план, скільки часу на це потрібно) Що для вас критично неприйнятно на новому місці роботи?
Мотивація	Чому ви обрали для себе і що вам подобається в цій роботі? Що в роботі вас мотивує найбільше? Чому люди затримуються в компанії більше, ніж на рік? Що ви зробите для успішного проходження випробувального періоду? Що вам потрібно від компанії для початку роботи?
Процес	Опишіть процес, в якому ви працювали. Показники.

Захопленість справою	<p>Розкажіть про задачі, обов'язки, частину процесу, які для Вас дуже цікаві і найбільше подобаються.</p> <p>Якого вид робіт Вам не дуже подобається? Як ви з ним плануєте справлятися?</p>
Орієнтація на результат	<p>Розкажіть про найуспішніший проєкт, який доводилось реалізовувати (приймати участь).</p> <p>Яка була ціль початково?</p> <p>Які ресурси/ інструменти використовували?</p> <p>З якими труднощами зустрілись в процесі? Як їх вирішили?</p> <p>Який був результат?</p> <p>Яке завдання було найскладнішим для Вас за останній рік?</p> <p>Яка була ціль?</p> <p>Що ви робили?</p> <p>Що вийшло в результаті? Як Ви оцінюєте цей результат?</p> <p>Розкажіть, коли ви не тільки виконали поставлених цілей, а й перевиконали їх.</p> <p>Чому був таким успішним?</p> <p>Що ви робили?</p> <p>Який був результат?</p> <p>Розкажіть, що не вдалось реалізувати?</p> <p>Які виникли труднощі?</p> <p>Що ви робили для виправлення ситуації?</p> <p>Який був результат?</p> <p>Як Ви розставляєте пріоритети в своїй роботі?</p>
Клієнтоорієнтованість	<p>Хто ваші клієнти? Яким чином їх шукали? З якою кількістю працювали? Скількох вели, скількох нових треба було знаходити в місяць? Закривати?</p> <p>Розкажіть, яким чином вам вдавалось зрозуміти потреби клієнтів?</p> <p>Що ви робили, щоб переконатись, що правильно зрозуміли клієнта?</p> <p>З якими запереченням зустрічались найчастіше? Як з ними працювали?</p> <p>Розкажіть про найскладнішого клієнта, з яким вам доводилось мати справу.</p> <p>Яка була проблема?</p>

	<p>Що ви робили? Який був результат?</p>
	<p>Як реагуєте і поводите себе з клієнтами, які надто емоційні, конфліктні, засмучені при розмові з вами?</p>
	<p>Розкажіть як розумієте термін "підвищена увага до клієнта". Чи вдавалось вам таке реалізовувати? Чи комфортно ви себе відчуваєте при цьому?</p>
	<p>Розкажіть про ситуації, коли вам доводилось змінювати стиль спілкування для адаптації до різних співбесідників.</p>
	<p>Як Ви вважаєте, що важливіше в процесі комунікації: говорити чи слухати?</p>
Уважність до деталей	<p>Як ви вважаєте, чи потрібно координатору/ менеджеру бути уважним до деталей? Чому? Розкажіть про принципи контролю своєї роботи.</p>
Зміни	<p>Чи був у вас період, коли потрібно було швидко адаптуватись до змін в компанії? Яким це вплинуло на Вас? Як ви контролювати/ управляли ситуацію?</p>
	<p>Чи були ситуації, коли вам потрібно було швидко змінювати напрямок роботи? / коли немає результату?</p>
Робота в команді	<p>Розкажіть про ситуації, коли вам було складно знайти спільну мову з колегами, працюючи в команді/одному відділі. Які були труднощі? Що ви зробили, щоб їх уникнути? Який був результат? Які висновки зробили для себе?</p>
Критика	<p>Коли востаннє керівник або колеги критикували ваші дії? Чому? Яка була ваша реакція?</p>

Так як, ми поки не узгодили жодного кандидата, заробітню плату ми вираховуємо, як середнє арифметичне узгоджених на співбесіді ~ 12 000грн.

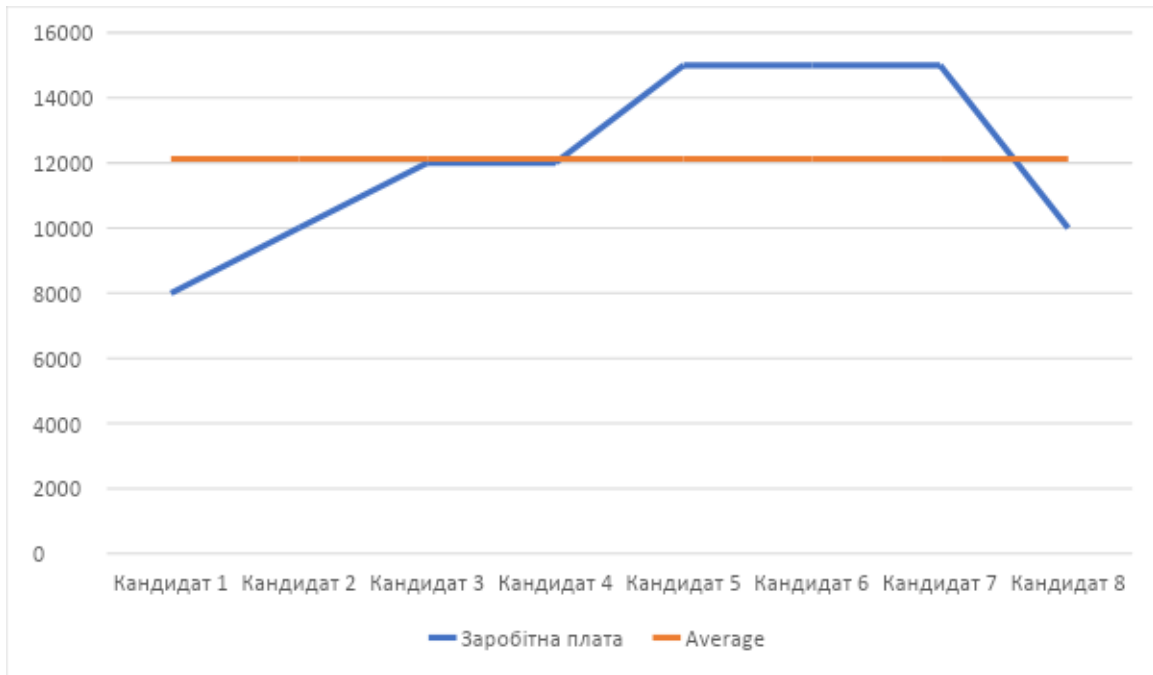


Рис. 4.1. Показники заробітної плати

4.4. Курс долара та вплив його на бюджет

Досить суттєвим каталізатором на бюджетування та обрахунків оптимістичного та песимістичного бюджетів впливає курс долару. За квітень 2020 року курс долару до гривні на різних сегментах валютного ринку змінився незначно і різноспрямовано тримаючись в межах 27 гривень.

Різноспрямовані і незначні коливання поблизу цього рівня свідчать про те, що курс знайшов свою тимчасову рівновагу на поточних рівнях, і значно зрушити його в ту або іншу сторону може лише поява нової негативної або позитивної інформації. Тому за основу реалістичного бюджету ми встановили курс на позначці 27 гривень.

Щодо песимістичного чи оптимістичного бюджетів, то прогноз компанії Dragon Capital на 2020 рік передбачає падіння ВВП на 4% та девальвацію гривні до 30 грн за долар на кінець року – за умови, що карантинні заходи триватимуть до травня (середній курс очікується на рівні 29 грн/долар, тобто девальвація складатиме близько 11% до минулорічного курсу). Так як кабінет міністрів вже продовжив карантин до 22 травня, і скоріш за все це не кінцева дата і

карантинні обмеження продовжать і в червні. Виходячи з цього, ВВП може впасти на 9%, а гривня здешевшає до 35 грн/долар. Тому ми вирішили прорахувати песимістичний бюджет на рівні 35 грн/долар.

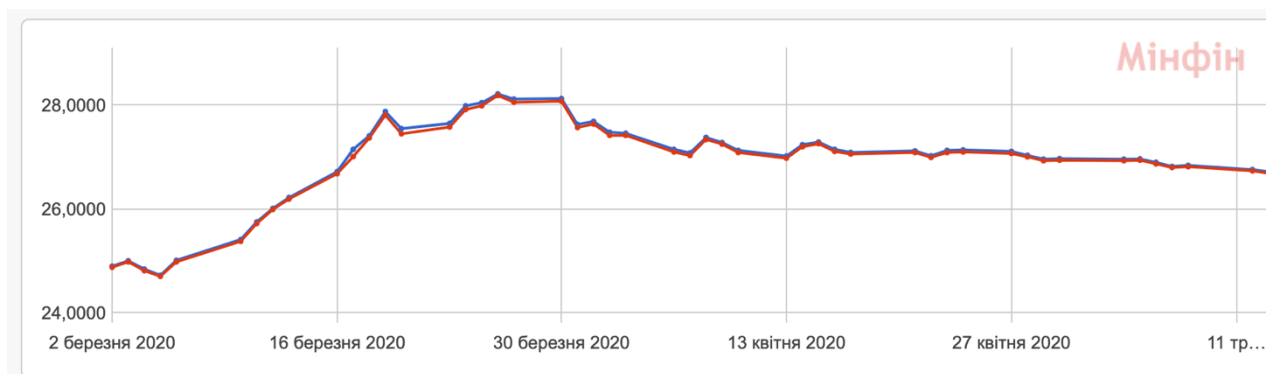


Рис. 4.2. Курс долара за період із 2 березня по 11 травня 2020 року.

4.5. Доходи та об'єми продажів

Весь період ми розділили на 3 етапи:

Таблиця 4.3.

Етапи впровадження проєкту

1 етап (Пілотний проєкт)	
Тривалість – 3 місяці	Результат – 20 підписників програми
запуск трьох навчальних програм (Marketing, Web Design, Project Management) проведення двох воркшопів (Introduction to User Experience (UX) Workshop, How to Use Decision Intelligence for Problem Solving)	
2 етап	
Тривалість – 6 місяців	Результат – 40 підписників програми
запуск 2 нових навчальних програм проведення двох воркшопів на тиждень	
3 етап	
Тривалість – 1 рік	Результат – 120 підписників програми

запуск 6 нових навчальних програм
 проведення двох воркшопів на тиждень
 раз на місяць проводити зустрічі з учасниками клубу, як частина навчання та обміну досвідом

На кінець року ми плануємо вийти до показник 120 регулярних відвідувачів. Таким чином прогнозовані продажі будуть 180,000.00 грн. Схожим чином прогнозуємо витрати.

Таблиця 4.4.

Чистий грошовий потік, місячний

Місяць	Виручка	Чистий грошовий потік
1	UAH15,000.00	-UAH167,260.00
2		-UAH11,260.00
3		-UAH9,335.00
4		UAH1,540.00
5		UAH5,720.00
6		UAH12,475.00
7		UAH32,400.00
8		UAH45,200.00
9		UAH43,420.00
10		UAH84,720.00
11		UAH97,520.00
12		UAH100,950.00
		UAH236,090.00

Як ми бачимо, перші 3 місяці чистий грошовий потік з від'ємним показником, але починаючи з 4-го ми спостерігаємо позитивну тенденцію.

Таблиця 4.4.

Реалістичний сценарій

IRR (month)	IRR	NPV
9.88%	118.52%	UAH111,351.71

Маючи всі формули і змінюючи деякі наші припущення вказані вище, ми аналогічно спробували дати прогнози за умов більш оптимістичних або песимістичних сценаріїв.

<i>Таблиця 4.5.</i>		
<i>Оптимістичний сценарій</i>		
IRR (month)	IRR	NPV
14.98%	179.79%	UAH303,143.12

<i>Таблиця 4.5.</i>		
<i>Песимістичний сценарій</i>		
IRR (month)	IRR	NPV
3.56%	42.74%	(UAH67,917.51)

Побудувавши графік залежності NPV від IRR двох прогнозованих показників, а саме при оптимістичному та песимістичному сценаріях ми знайшли точку перетину цих двох прямих (Рис. 4.3.). Як ми бачимо на графіку IRR ~9,4%.

Це свідчить, про те що наш прогноз для реалістичного сценарію показує реальну картину яку прибутковість буде мати наш проєкт.

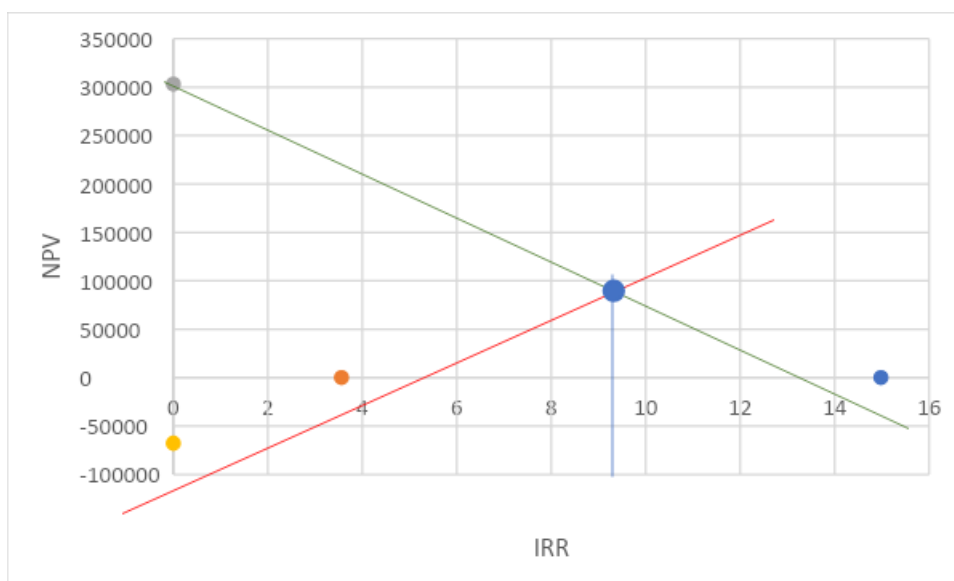


Рис. 4.3. Графік залежності IRR до NPV/

РОЗДІЛ 5.

БІЗНЕС-МОДЕЛЬ ЗА ОСТЕРВАЛЬДЕРОМ

5.1. Ціннісна пропозиція

Цінність нашого проєкту полягає в спілкуванні з цікавими особистостями, які прагнуть безперервно розвиватись та самовдосконалюватись через обмін знань та думок у групі. Послухати надихаючу розповідь від лектора, який може перебувати від тебе за тисячу кілометрів у компанії однодумців, дає можливість відчувати себе на іншому духовному та інтелектуальному рівні:

- послухати особистий досвід викладача чи реальний досвід від реалізованих проєктів;
- отримати підтримку та знайти наставника;
- поділитись досвідом та враженнями з однодумцями чи отримати фідбек.

Новизна проєкту полягає в тому, що ми хочемо знайти баланс між онлайн та офлайн навчанням, поєднуючи його і задовольняючи ті потреби які не закриваються за допомогою колективного обміну знань.

Вартість таких курсів знижується за рахунок того, що ми не витрачаємо кошти на перельоти між країнами чи навіть континентами, не будемо оплачувати вартість проживання лектора. Адже для запуску, потрібна лише аудиторія і телевізор/проектор з підключеним інтернетом і група максимально вмотивованих людей. Це знижує вартість самого курсу, тож це спрощує підбір викладачів та експертів, мінімізувати відстані. Все ж таки сама основна частина взаємодій між студентами залишається під час навчання. Ми стимулюватимемо їх кооперацію за рахунок вище вказаної методології.

5.2. Сегменти користувачів

Базуючись на проведених глибинних інтерв'ю, ми виділили два портрети наших користувачів

Таблиця 5.1.

Портрет жінки

Загальні відомості	Детальний опис
<p>Ім'я: Оля</p> <p>Вік: 22-35 років</p> <p>Сімейний стан: незаміжня, дітей немає.</p> <p>Живе у Львові, однокімнатна квартира.</p>	<p>Вища освіта, працівниця в сфері ІТ середньої ланки, рівень доходу – 800 у. е.</p> <p>Олі подобається її робота, але вона все одно вважає її рутинною та такою, що віднімає багато сил і часу. Оля прагне до більшої свободи і контролю над своїм життям. Вона обожнює подорожувати і мріє про власний бізнес, який відкриє перед нею нові можливості для самореалізації і заробітку. Має досить високі запити до майбутнього обранця.</p> <p>Оля цінує спілкування з цікавими особистостями. Перевантаженість повсякденними обов'язками народжує потребу в цікавому спілкуванні та саморозвитку.</p> <p>Веде сторінки в Інстаграмі та Фейсбуці. Цікавиться групами з тематиками – подорожі, здорове харчування, спорт, мистецтво.</p> <p>Оля амбітна і відчуває, що заслуговує більшого, ніж має. Вона самостійно забезпечує себе на базовому рівні, але її пригнічує рутинна робота. Відвідування нашого простору дає їй можливість відволіктись від рутини та дізнатись щось</p>

	нове, це наближує до її цілей та піднімає самооцінку.
--	---

Таблиця 5.2.

Портрет чоловіка

Загальні відомості	Детальний опис
<p>Ім'я: Остап</p> <p>Вік: 30 років</p> <p>Сімейний стан: неодружений, дітей немає.</p> <p>Живе у Львові, однокімнатна квартира.</p>	<p>Вища освіта, працівник в сфері ІТ середньої ланки, рівень доходу – 1200 у. е.</p> <p>Остапові подобається його робота, тому що вона дає можливість йому себе забезпечувати та можливість купувати дорогі речі але він вважає її рутинною та такою, що віднімає багато сил і часу. Остап прагне до більшої свободи і контролю над своїм життям. Він мріє про власний бізнес, який відкриє перед ним нові можливості для самореалізації і заробітку. Він займається активно спортом. Та слідкує за своїм здоров'ям та виглядом.</p> <p>Остап цінує спілкування з цікавими особистостями. Перевантаженість повсякденними обов'язками народжує потребу в цікавому спілкуванні та саморозвитку.</p> <p>Веде сторінки в Інстаграмі та Фейсбуці. Цікавиться групами з тематиками – подорожі, здорове харчування, спорт, мистецтво.</p> <p>Остап амбітний і постійно вдосконалюється. Він відвідує різноманітні курси та події. Шукає нових людей з якими цікаво поспілкуватись. Йому важливо знати що він не витрачає час даремно. Тому події які він</p>

	відвідує в нашому просторі додають йому мотивації до створення власної справи.
--	--

5.3. Канали комунікації

Основним нашим каналом комунікації є корпоративний сайт. Так як наші користувачі переважно усі зареєстровані в соціальних мережах, наша команда буде доступна через Instagram та Facebook. Адже для запуску пілотного проєкту ми будемо впроваджувати комплекс заходів щодо використання цих медіа, як каналів для просування нашої компанії.

Упізнаваність ми хочемо підвищити через таргетинг у соціальних мережах. Даний канал просування буде направлений на нашу цільову аудиторію за чітко заданими параметрами.

Щоб допомогти оцінити ціннісну пропозицію проєкту нашими клієнтами, ми будемо публікувати короткі відео та відгуки уже існуючих успішних історій. Також будемо проводити анонси усіх запланованих подій та курсів.

Усі наші послуги можна буде оплатити онлайн та отримати абонемент в електронному вигляді.

5.4. Джерела доходів

Основним нашим джерелом доходів буде – місячна клубна плата. Ми пропонуємо декілька варіантів абонплати. Вартість буде варіюватись від тої кількості відвідувань, яку забажає наш клієнт.

5.5. Структура витрат

Основні витрати для реалізації проєкту можна поділити на 2 групи: одноразові та постійні.

Таблиця 5.3.

Витрати проєкту

Одноразові витрати	Постійні витрати
<ul style="list-style-type: none"> ● Розробка корпоративного вебсайту 	<ul style="list-style-type: none"> ● Маркетинг (SEO, SMM) ● Оренда навчальних приміщень

<ul style="list-style-type: none"> ● Розробка брендингу проєкту (логотип, графічні матеріали) ● Підписка на навчальні ресурси (Coursera, Skillshare) 	<ul style="list-style-type: none"> ● Заробітня плата координаторів ● Заробітня плата експертів
--	--

5.6. Ключові ресурси

Ключовими ресурсами проєкту буде унікальна база викладачів та експертів. А також проводити внутрішні навчання команди основам методології колективної взаємодії. Також планується проводити постійні опитування членів спільноти, та вдосконалювати навчальний процес. Наша ціль — дати можливість особистості відчутти себе частиною нашого проєкту. Для запуску пілотного проєкту, ми вже налагодили канали пошуку бази викладачів та надихаючих особистостей.

5.7. Відносини з клієнтами

Наша мета це побудова довгострокових відносин з учасниками спільноти. Ми прагнемо створити середовище, в якому наші клієнти відчуватимуть взаємне тяжіння в емоційному і інтелектуальному плані.

Основні тези: спільнота, спілкування, емоційна взаємодія, персональна підтримка, співстворення.

5.8 Стратегічний контроль

Перевага Life Learning Space в тому, що інші учасники ринку освітнього напрямку концентруються лише на одному варіанті взаємодії з аудиторією, а саме онлайн чи офлайн. Ми пропонуємо два варіанти одночасно та пропрацюємо взаємодію через методологію колективного навчання.

Ми контролюватимемо навчальний процес, який відповідає чітким вимогам колективної взаємодії. Координатори програм проводять комунікаційну роботу з учасниками навчального процесу: формують групи та мікрогрупи, роздають ролі, підтримують виконання навчальної методології.

5.8. Ключові партнери

Наші ключові партнери це креативні простори, аудиторії, які обладнані швидкісним інтернетом, телевізором для презентацій, меблями (столами та стільцями), які дозволяють різноманітні варіанти розсадки гостей, фліпчарти з маркерами. У Львові послуги щодо оренди таких просторів пропонують такі компанії як IteaHub, Platforma Futura, Стартап депот, Центр Шептицького УКУ.

Так як ми плануємо проводити навчальні процеси на основі онлайн курсів, планується довгострокове партнерство з ресурсами, які надають такі можливості (Coursera, Skillshare).

ВИСНОВКИ

Два місяці карантинних обмежень в Україні минули, змінилось наше життя, те як ми працюємо чи вчимось. Люди вивчили, спробували багато чого нового від приготування нових страв вдома до вивчення іноземних мов та нових технологій. Дехто став online-блогером, а комусь потрібно було швидко освоювати нові професії. Бізнес теж адаптувався до нових реалій, швидко змінювались бізнес-модель чи навіть сфери діяльності. Як і освіта зіткнулась з викликами: Що робити з ЗНО? Що робити з університетами, сесіями? Освіта перейшла в онлайн.

Проте більшість сходиться на думці, що дистанційне навчання не замінить звичайного, живого. Люди мріють, що все закінчиться, мріють прогулятися містом, зустрітись з друзями за кавою. Вони потребують спілкування. Онлайн їм вже набрид і це показують наші дослідження також.

Коли ми починали працювати над цим проєктом, перед нами стояли інші проблеми. Ми навіть не уявляли як зміниться світ за ці два місяці. І потреба у спілкуванні і взаємодії між людьми зростає досить гостро.

Тому колективне навчання – це саме та навчальна стратегія, яка дозволить невеликим групам спільно працювати, вчитись не порушуючи карантинних норм та обмежень.

Наша робота дозволяє зробити висновок, про те, що в існуючих реаліях ціннісна пропозиція нашого проєкту є дуже актуальною. Адже для запуску, як ми зазначали вище потрібна лише аудиторія і телевізор/проектор з підключеним інтернетом і група максимально вмотивованих людей. Це спрощує підбір викладачів та експертів, мінімізувати відстані, адже лектор може знаходити у будь-якій точці світу.

Ми приходимо до висновку, що наш проєкт має достатній прогноз успішності, базуючись на проведених дослідженнях ринку та фінансових прогнозах, навіть за песимістичним сценарієм.

Аналіз та ідентифікація стейкхолдерів, дозволив виділити групи зацікавлених сторін, характерних для розвитку проєкту. Відповідно до визначених груп доцільно розробити заходи щодо співпраці та налагодження діалогу, а також здійснюватися побудову стратегій комунікацій.

На даний момент планується запуск пілотного проєкту , сформовано коло експертів для проведення трьох освітніх воркшопів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ

1. The Profit Zone: How Strategic Business Design Will Lead You to Tomorrow's Profits Paperback – February 26, 2002 by Adrian J. Slywotzky
2. Dachis A. Boost Your Productivity by Working Near Other People [Електронний ресурс] / Adam Dachis – Режим доступу до ресурсу: <https://lifehacker.com/boost-your-productivity-by-working-near-other-people-599778327>.
3. Jarrett C. 9 Facts Every Creative Needs to Know About Collaborative Teams [Електронний ресурс] / Christian Jarrett – Режим доступу до ресурсу: <https://99u.adobe.com/articles/16850/everything-youve-ever-wanted-to-know-about-teams>.
4. Baloche, L. (1998). The cooperative classroom: Empowering learning. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
5. Jacobs, G. M., Power, M. A., Loh, W. I. (2002). The teacher's sourcebook for cooperative learning: Practical techniques, basic principles, and frequently asked questions. Thousand Oaks, CA: Corwin Press. <http://www.corwinpress.com/index1.asp?id=detail.asp?id=27713>
6. Johnson, D. W., & Johnson, R. T. (1999). Learning together and alone (5th ed.). Boston: Allyn & Bacon. Johnson, D. W., Johnson, R. T., & Stanne, M. B. (2000).
7. Cooperative learning methods: A meta-analysis. <http://www.clcrc.com/pages/cl-methods.html>. Kagan, S. (1994).
8. Cooperative learning. San Clemente, CA: Kagan Publications. Kohn, A. (1992). No contest: the case against competition. (2nd ed.). Boston, MA: Houghton Mifflin. Robinson, P. (Ed.). (2002).
9. Бейкер, Т., & Кларк, Дж. (2010). Кооперативное learning-обоюдоострого меча: кооперативная модель обучения для использования с различными группами студентов. Межкультурное образование, 21 (3), 257-268.

10. Matai, PHL S; Matai, S.. «Кооперативное образование: знание компетенций» . В: ICSEE 2007

ДОДАТКИ

ДОДАТОК А.

Бюджет до проєкту "Life Learning Space"

Authors: Iryna Mosiiuk Iryna Smarkutska

800

Джерела фінансування:		Курс долару (1USD)	УАН27,00
Джерело	Характер співробітництва (надано фінансування, подано на розгляд, буде подано на розгляд)	Сума, USD	Сума, УАН
Власні кошти		4000	108000
Загальний бюджет проєкту		4000	108000

Підписка на місяць
Оренда тренінгових центрів

УАН1 500,00
УАН280,00

Просування с
Coursera (USD/y)
Skillshare (USD/y)

300
400

USD/h 20,00

2021	Місяці	Початкова інвестиція	Кількість місць	Оренда місць, Виручка	Total	Оборот кварт	Taxes	Оренда тренінгових центрів, год	Оренда тренінгових центрів, УАН	Координатор програм, УАН	Воркшопи експертів, год	Експерти, УАН	Інші витрати	Чистий грошовий потік, місячний
	1	УАН108 000,00	10	УАН15 000,00	УАН15 000,00			16	УАН4 480,00	УАН12 000,00	2	1 080,00	УАН56 700,00	-УАН167 260,00

			UAH2 2										
2	15	UAH22 500,00	500,0 0				16	UAH4 480,00	UAH12 000,00	2	1 080,00	UAH16 200,00	-UAH11 260,00
			UAH3 0										
3	20	UAH30 000,00	000,0 0	UAH67 500,00	UAH3 375,00		20	UAH5 600,00	UAH12 000,00	4	2 160,00	UAH16 200,00	-UAH9 335,00
			UAH3 7										
4	25	UAH37 500,00	500,0 0				20	UAH5 600,00	UAH12 000,00	4	2 160,00	UAH16 200,00	UAH1 540,00
			UAH4 5										
5	30	UAH45 000,00	000,0 0				28	UAH7 840,00	UAH12 000,00	6	3 240,00	UAH16 200,00	UAH5 720,00
			UAH6 0										
6	40	UAH60 000,00	000,0 0	UAH142 500,00	UAH7 125,00		32	UAH8 960,00	UAH12 000,00	6	3 240,00	UAH16 200,00	UAH12 475,00
			UAH7 5										
7	50	UAH75 000,00	000,0 0				36	UAH10 080,00	UAH12 000,00	8	4 320,00	UAH16 200,00	UAH32 400,00
			UAH9 0										
8	60	UAH90 000,00	000,0 0				40	UAH11 200,00	UAH12 000,00	10	5 400,00	UAH16 200,00	UAH45 200,00
			UAH1 05										
9	70	UAH105 000,00	000,0 0	UAH270 000,00	UAH13 500,00		44	UAH12 320,00	UAH12 000,00	14	7 560,00	UAH16 200,00	UAH43 420,00
			UAH135										
10	90	UAH135 000,00	UAH1 35				48	UAH12 440,00	UAH12 000,00	16	8 640,00	UAH16 200,00	UAH84 720,00

11	100	UAH150 000,00	000,0 0 UAH1 50 000,0 0		52	UAH14 560,00	UAH12 000,00	18	9 720,00	UAH16 200,00	UAH97 520,0	
12	120	UAH180 000,00	000,0 0	UAH465 000,00	UAH23 250,00	60	UAH16 800,00	UAH12 000,00	20	10 800,00	UAH16 200,00	UAH100 950,0

UAH236 090,0

IRR (mon th)	IRR	NPV
9,88 %	118,52%	UAH111 351,71

ДОДАТОК Б.

Бюджет до проєкту "Life Learning Space"

Author: Iryna Mosiiuk
Iryna Smarkutska

Джерела фінансування:

Джерело	Характер співробітництва (надано фінансування, подано на розгляд, буде подано на розгляд)	Курс долару (1USD)	UAH27,00
		Сума, USD	Сума, UAH
Власні кошти		4000	108000
Загальний бюджет проєкту		4000	108000

Створення вебсайту (Контент, Дизайн та Розробка)	800
Просування сайту та контексна реклама	600
Coursera (USD/y)	300
Skillshare (USD/y)	400
USD/h	20,00

2021	Місяці	Початкова інвестиція	Кількість місць	Оренда місць, Виручка	Total	Оборот кварт	Taxes	Оренда тренінгових центрів, год	Оренда тренінгових центрів, UAH	Координатор програм, UAH	Воркшопи експертів, год	Експерти, UAH	Інші витрати	Чистий грошвий потік місячний
	1	UAH108 000,00	10	UAH15 000,00	UAH15 000,00			16	UAH4 000,00	UAH15 000,00	2	1 080,00	UAH56 700,00	-UAH780,00

2	15	UAH22 500,00	UAH22 500,00			16	UAH4 000,00	UAH15 000,00	2	1 080,00	UAH16 200,00	-UAH2 780,00
3	20	UAH30 000,00	UAH30 000,00	UAH67 500,00	UAH3 375,00	20	UAH5 000,00	UAH15 000,00	4	2 160,00	UAH16 200,00	-UAH3 735,00
4	25	UAH37 500,00	UAH37 500,00			20	UAH5 000,00	UAH15 000,00	4	2 160,00	UAH16 200,00	-UAH4 0,00
5	30	UAH45 000,00	UAH45 000,00			28	UAH7 000,00	UAH15 000,00	6	3 240,00	UAH16 200,00	UAH5 560,00
6	50	UAH75 000,00	UAH75 000,00	UAH157 500,00	UAH7 875,00	32	UAH8 000,00	UAH15 000,00	6	3 240,00	UAH16 200,00	UAH6 685,00
7	70	UAH10 5 000,00	UAH10 5 000,00			36	UAH9 000,00	UAH15 000,00	8	4 320,00	UAH16 200,00	UAH7 480,00
8	80	UAH12 0 000,00	UAH12 0 000,00			40	UAH10 000,00	UAH15 000,00	10	5 400,00	UAH16 200,00	UAH8 400,00
9	100	UAH15 0 000,00	UAH15 0 000,00	UAH375 000,00	UAH18 750,00	56	UAH14 000,00	UAH15 000,00	14	7 560,00	UAH16 200,00	UAH9 490,00
10	120	UAH18 0 000,00	UAH18 0 000,00			66	UAH16 500,00	UAH15 000,00	16	8 640,00	UAH16 200,00	UAH10 660,00
11	130	UAH19 5 000,00	UAH19 5 000,00			74	UAH18 500,00	UAH15 000,00	18	9 720,00	UAH16 200,00	UAH11 580,00
12	150	UAH22 5 000,00	UAH22 5 000,00	UAH600 000,00	UAH30 000,00	80	UAH20 000,00	UAH15 000,00	20	10 800,00	UAH16 200,00	UAH12 000,00

UAH4:
700,

IRR (month)	IRR	NPV UAH303
14,98%	179,79%	143,12

ДОДАТОК В.

Джерело	Характер співробітництва (надано фінансування, подано на розгляд, буде подано на розгляд)	Сума, USD	Сума, UAH
Власні кошти		4000	128000
Загальний бюджет проекту		4000	128000

Підписка на місяць	UAH1500,00	Coursera (USD/y)	300
Оренда тренінгових центрів	UAH300,00	Skillshare (USD/y)	400
		USD/h	20,00

2021	Місяці	Початкова інвестиція	Кількість місць	Оренда місць, Виручка	Total	Оборот кварт	Taxes	Оренда тренінгових центрів, год	Оренда тренінгових центрів, UAH	Координатор програм, UAH	Воркшопи експертів, год	Експерти, UAH	Інші витрати	Чистий грошовий потік, місячний
	1	UAH128000,00	10	UAH15000,00	UAH15000,00			16	UAH4800,00	UAH12000,00	2	1280,00	UAH600,00	-UAH191
	2		15	UAH22500,00	UAH22500,00			16	UAH4800,00	UAH12000,00	2	280,00	UAH1200,00	-UAH8380,00
	3		20	UAH30000,00	UAH30000,00	UAH67500,00	UAH3375,00	18	UAH5400,00	UAH12000,00	4	560,00	UAH1200,00	-UAH6135,00
	4		25	UAH37500,00	UAH37500,00			18	UAH5400,00	UAH12000,00	4	560,00	UAH1200,00	UAH4740,00
	5		30	UAH45000,00	UAH45000,00			18	UAH5400,00	UAH12000,00	6	840,00	UAH1200,00	UAH10960,00
	6		36	UAH54000,00	UAH54000,00	UAH136500,00	UAH6825,00	20	UAH6000,00	UAH12000,00	6	840,00	UAH1200,00	UAH12535,00

7	40	UAH60 000,00	UAH60 000,00			24	UAH7 200,00	UAH12 000,00	5 120,00	UAH12 800,00	UAH22 880,00
8	52	UAH78 000,00	UAH78 000,00		UAH1 1	26	UAH7 800,00	UAH12 000,00	6 400,00	UAH12 800,00	UAH39 000,00
9	56	UAH84 000,00	UAH84 000,00	UAH222 000,00	100,0 0	28	UAH8 400,00	UAH12 000,00	8 960,00	UAH12 800,00	UAH30 740,00
10	60	UAH90 000,00	UAH90 000,00			32	UAH9 600,00	UAH12 000,00	10 240,00	UAH12 800,00	UAH45 360,00
11	68	UAH102 000,00	UAH10 2 000,00			36	UAH10 800,00	UAH12 000,00	11 520,00	UAH12 800,00	UAH54 880,00
12	80	UAH120 000,00	UAH12 0 000,00	UAH312 000,00	600,0 0	40	UAH12 000,00	UAH12 000,00	12 800,00	UAH12 800,00	UAH54 800,00

**UAH69
500,00**

IRR (month)	IRR	NPV
3,56%	42,74%	(UAH67 917,51)