

<https://doi.org/10.31891/2307-5740-2023-318-3-31>

УДК 330

Світлана КОВАЛЬЧУК

Хмельницький кооперативний торговельно-економічний інститут
<https://orcid.org/0000-0001-9535-8678>

МАРКЕТИНГОВІ АСПЕКТИ ЗАСТОСУВАННЯ «ФОРМУЛИ 4 К» ПРИ РЕАЛІЗАЦІЇ ГРАНТОВИХ ПРОГРАМ

У статті розглядаються маркетингові аспекти застосування «формули 4 К» при реалізації грантового проєкту «Розширюємо горизонти можливостей для хмельничан та ВПО «Хмельницький: Кооперація & Навчання & Інтеграція». Розглянуто та проаналізовано теоретичні підходи до формування концепції «4К».

Ключові слова: грант, маркетинг, 4К, грантові програми.

Svitlana KOVALCHUK

Khmelnytskyi Cooperative Trade and Economic Institute

MARKETING ASPECTS OF THE APPLICATION OF "FORMULA 4 K" IN THE IMPLEMENTATION OF GRANT PROGRAMS

The higher school of Ukraine has undergone significant transformational changes in recent years, initially due to the processes caused by the "Covid-19" pandemic in 2019-2021, and since February 24, 2022, the military aggression of the Russian Federation against Ukraine has been added to the destructive factors of influence. .

Factors that had a significant impact o

n the development of higher education in recent years include:

1) a decrease in the quality of secondary education as a result of existing restrictions, which requires additional efforts on the part of professors and teachers of higher education institutions (HEIs) in the formation of professional competences according to the educational programs chosen by the applicants;

2) the formation of the effect of "reduced concentration of attention" among students - representatives of the "Z" and "ALPHA" generations, who grew up on digital technologies and perceive them as an integral part of their real life, began to enter universities;

3) limitation of work in classrooms, and therefore: reduction of direct contacts of students with teachers, which does not allow the full use of existing innovative learning technologies, and also requires greater independence and responsibility from students and the formation of specific skills among the teaching staff;

4) the influence of stress factors on the psycho-emotional state of both applicants and teachers, hence the urgent need to conduct special classes with professional psychologists to overcome them (unfortunately, not every institution of higher education has such specialists);

5) physical destruction of educational, economic and infrastructure institutions of Ukraine, which led to their relocation to safer regions of the country, and therefore increased competition in the central and western regions, etc.

But crisis phenomena are usually the best stimulus for development and innovation, prompting the search for non-standard responses to overcome them.

One of the directions for overcoming crisis phenomena and their consequences for the system of pre-higher and higher education and the economy as a whole can be the application of the "4K Formula", because it is this approach to education that is focused on the formation of skills in the individual, which are needed not only now, but also will be in demand in the future. The article discusses the marketing aspects of the application of the "4 K formula" in the implementation of the grant project "Expanding the horizons of opportunities for Khmelnytskyi residents and IDPs "Khmelnytskyi: Cooperation & Training & Integration". Theoretical approaches to the formation of the "4K" concept were considered and analyzed.

Keywords: grant, marketing, 4K, grant programs.

Постановка проблеми у загальному вигляді

та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями

Вища школа України в останні роки зазнала значних трансформаційних змін, спочатку – через процеси, що були спричинені у 2019-2021 рр. пандемією «Covid-19», а вже з 24.02.2022 р. до деструктивних факторів впливу додалася військова агресія РФ стосовно України.

До чинників, що мали істотний вплив на розвиток вищої школи в останні роки, можна віднести:

1) зниження якості середньої освіти в наслідок ковідних обмежень, що потребує додаткових зусиль з боку професорсько-викладацького складу закладів вищої освіти (ЗВО) щодо формування фахових компетентностей за обраними здобувачами освітніми програмами;

2) формування у здобувачів освіти ефекту «зменшення концентрації уваги» – до вишів почали поступати представники поколінь «Z» та «ALPHA», які росли на діджитал-технологіях та сприймають їх як невід'ємну частину свого реального життя;

3) обмеження роботи в аудиторіях, а отже: зменшення безпосередніх контактів здобувачів з викладачами, що не дозволяє повною мірою застосовувати існуючі інноваційні технології навчання, а також потребує більшої самостійності та відповідальності від здобувачів освіти та формування специфічних навичок у викладацького складу;

4) вплив стрес-факторів на психо-емоційний стан як здобувачів, так і викладачів, відтак, нагальна необхідність проведення спеціальних занять із фаховими психологами щодо їх подолання (на жаль, не кожний заклад вищої освіти має таких фахівців);

5) фізична руйнація закладів освіти, економічної та інфраструктури України, що призвела до їх релокації у більш безпечні регіони країни, а отже посилення конкуренції у центральному та західному регіонах тощо.

Але саме кризові явища зазвичай є найкращим стимулом для розвитку та інновацій, спонукаючи шукати нестандартні відповіді для їх подолання.

Одним із напрямів подолання кризових явищ та їх наслідків для системи передвищої і вищої освіти та економіки в цілому може стати застосування «Формули «4К»», бо саме цей підхід у навчанні орієнтований на формування в особистості навичок, які потрібні не лише зараз, але і будуть затребуваними у майбутньому.

Аналіз досліджень та публікацій

Аналізуючи матеріали та звітні документи Національної асоціації освіти США [10], можна дійти висновку, що сучасна освітня парадигма потребує перегляду, бо вона немає повної відповідності «вимогам до виховання успішної людини XXI століття» [1]. Розуміння цього слугувало причиною для створення асоціацією програми «Партнерство для навчання у XXI столітті» [1; 10]. Ця програма ставила за мету формування та сприяння імплементації провідних цілей та ідей сучасної освіти у XXI столітті, а саме:

- 1) ідентифікування та виокремлення стрижневих дисциплін;
- 2) розвиток найважливіших навичок здобувачів освіти;
- 3) застосування сучасного інструментію для розвитку навичок здобувачів освіти;
- 4) навчання та здобуття знань і навичок згідно до потреб, що продукує XXI століття;
- 5) формування освітнього простору і змісту навчання відповідно до умов життя у XXI столітті;
- 6) формування альтернативних підходів до оцінювання знань і навичок, необхідних у XXI столітті [1; 10].

Згідно із пропонованим підходом, одна з ідей щодо розвитку навичок здобувачів освіти в освітньому процесі стала педагогічна концепція навичок «4К». Ця концепція вперше була оприлюднена в США в роботах професорів **Дж. Кауфмана та Р. Бегетто**, вона стала спробою відповісти на потреби виховання успішної дитини для життя у постінформаційну епоху [7]. Маємо зазначити, що ця концепція за останнє десятиріччя зазнала розвитку та удосконалення у працях як зарубіжних, так і вітчизняних педагогів та психологів стосовно її імплементації в освітній процес (зокрема за конвенцією «наукова освіта») [1]. Поряд із цим, вважаємо, що концепція «4К» може і має застосовуватися не лише у системі передвищої освіти, але може стати у пригоді і для ЗВО (зокрема для тих, які мають у своїй структурі фахові коледжі), у тому числі, для запровадження підходу «**Освіта впродовж життя**». Також зазначена концепція може стати перспективним напрямом при реалізації грантових програм для підготовки та перепідготовки кадрів, які своєю чергою сприятимуть відновленню діяльності малого та середнього підприємництва, формуванню інших бізнес-зв'язків, заснуванню нового бізнесу або start-up. А отже, у сукупності застосування та реалізація такого підходу сприятиме відновленню економічної активності регіону, допоможі релокованому бізнесу та розвитку локального бізнесу, зокрема, м. Хмельницького та Хмельницької області, через впровадження ідей інноваційної економіки і надання додаткових можливостей для осіб з тимчасово окупованих територій.

Формулювання цілей статті

Метою дослідження є встановлення відповідності та визначення можливостей застосування формули «4К» та інноваційних технологій при формуванні навичок XXI століття на різних етапах навчання впродовж життя та практична реалізація зазначеного підходу в рамках проєкту «Розширюємо горизонти можливостей для хмельничан та ВПО «Хмельницький: Кооперація&Навчання&Інтеграція».

Виклад основного матеріалу

Дослідницький проєкт, який став основою конкурсної роботи, здійснюється на базі Хмельницького кооперативного торговельно-економічного інституту за підтримки Центру міжнародного приватного підприємництва (CIRE, США) і є колаборацією з ГО «Кластер підприємців ВПО». Відповідно такий формат співпраці потребує нетривіального підходу, бо по суті орієнтується на різні цільові аудиторії, які переслідують різні цілі, про які мова піде нижче. Але глобальною метою проєкту є ідентифікування та/або формування у його учасників навичок та компетентностей, яких вже потребує і буде потребувати у майбутньому відновлення малого та середнього бізнесу, підприємництва та економіки в цілому.

Для реалізації поставленої мети необхідно зазначити, що для відбудови економіки і поствоєнного життя потрібно вже зараз формувати особистостей, які будуть розвиненими на трьох рівнях: «особистому, рівні малих соціальних груп (родина, клас, група, друзі) і системному рівні: відчуття себе громадянином держави і світу» [5].

Як стверджує Олександр Елькін, натхненник та організатор руху EdCamp в Україні, українець майбутнього має володіти такими трьома основними цінностями, як: **самоусвідомленість, співчуття, залученість** [5]. На даний момент більшості українців до лютого 2024 р. бракувало самоусвідомленості, бо ані в школі, ані в ЗВО нас не вчили усвідомлювати свої потреби та емоції, проте, ця цінність зазнала турбулентних змін під впливом спочатку пандемії коронавірусу, а згодом – повномасштабної агресії з боку рф. Щодо коронавірусу, то він підштовхнув нас до думки, що наші потреби можуть переглядатися і обмежуватися внаслідок факторів, які від нас не залежать, що реально людина може споживати значно менше і задовольнятися меншою кількістю благ, що шлях до перспективної роботи лежить через самовдосконалення та навчання тощо. Стосовно війни, до більшості з нас прийшло усвідомлення потреби вистояти і бути корисним.

Наступна задекларована цінність – це **співчуття**, яке важливо проявляти не лише до слабших, постраждалих, хворих чи до своїх рідних, але і до тих, хто радикально відрізняється від нас і не поділяє наших поглядів. Мати співчуття і прийняття умовного ворога у будь-якій іпостасі є дуже важливим. Це поняття є значно глибшим за толерантність [5]. Фактично таке співчуття демонструють наші воїни і медперсонал, надаючи допомогу російським військовополоненим. Таке співчуття проявляє Україна стосовно жителів країн африканського континенту, укладаючи зернові угоди і транспортуючи зернові для запобігання голоду у цих країнах. Це відчувають мешканці центрального і західного регіону України до вимушено переміщених осіб.

Третьою цінністю, яка буде визначати спрямування наших дій у майбутньому є **залученість**. У цьому більшості з нас також переконалися, бо справжні зміни, результати та досягнення створюються лише тоді, коли суспільство гуртується і діє спільно. Часи одинаків минули.

Відтак, на перетині цих ключових цінностей і формуються soft skills майбутнього – концепція «4К». Саме тому концепція «4К» була обрана теоретичною основою для реалізації проєкту.

Концепція «4К» належить до так званих літерних концепцій, а її назва є аббревіатурою перших літер відповідних навичок, зазначених англійською мовою («4С»): комунікація (communication), командна робота (collaboration), критичне мислення (critical thinking), креативність (creativity) (рис.1).

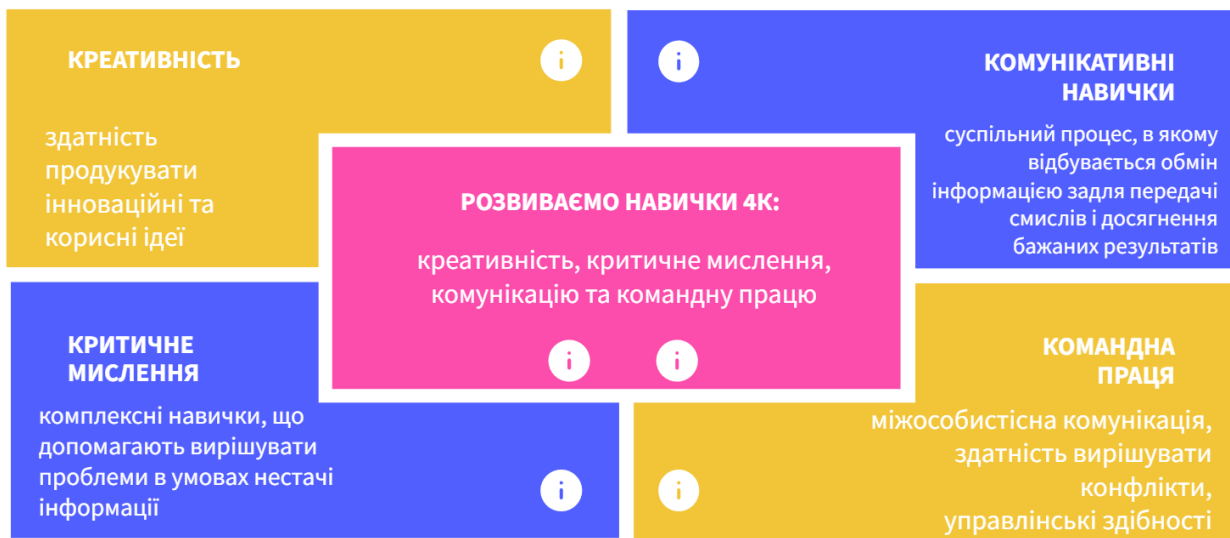


Рис. 1. Схематизація концепції «4К» [3]

Зважаючи на поставлені у роботі мету і завдання, спробуємо ідентифікувати окреслені у концепції навички та адаптувати їх в рамках дослідницького проєкту.

К1: комунікації – ці навички уможливають ефективне формулювання стратегії спілкування (визначати, стежити і вести вектор спілкування залежно від цілей комунікації), роблять більш ефективною взаємодію з іншими, як з наставником (учителем, викладачем), керівником, так і групі (колективі). Особливої важливості ця навичка набуває в умовах, коли колективи формуються ситуативно (у тому числі, і в наслідок релокації) [2].

К2: критичне мислення – ця навичка, побудована на здатності логічно мислити, проводити ретельний і продуманий аналіз питань, порівнювати, класифікувати, встановлювати причинно-наслідкові зв'язки, прогнозувати, формулювати стратегію аргументації власної позиції, базуючись на фактах тощо [1, 6]. Сьогоднішня ситуація, як ніколи раніше, потребує критичного осмислення інформації, з якою ми стикаємося щодня в Інтернеті, ЗМІ, побуті тощо. Опанування цією навичкою дає змогу не лише виявляти проблеми, але і продумувати рішення, а також досліджувати альтернативні шляхи розв'язання питань.

К3: креативність – надає можливість оцінити ситуацію з різних позицій, приймати та реалізовувати нестандартні рішення і бути впевненими навіть у мінливих обставинах. Фактично креативність є ознакою новаторського мислення. Так, Дж. Кауфман у своїх працях розрізняє чотири рівні креативності [7, 8]:

- 1) перший формує результат важливий для суб'єкта;
- 2) другий формує результат, який може бути корисним для рідних або близьких до суб'єкта людей;
- 3) третій формує результат, який є об'єктивно корисним для певної групи або громади;
- 4) четвертий формує результат, що є об'єктивно ціннісним для людства в цілому.

П. Нільсон намагався класифікувати креативність за рівнем розвитку цієї навички, виокремивши такі її прояви, як [9]:

- 1) імітування – намагання відтворити ідентичне, це навичка є базовою і може слугувати відправним пунктом для виконання більш творчих завдань;
- 2) варіювання – намагання досягти нового ефекту зміни. одного з компонентів відомої ідеї;
- 3) комбінування – прагнення поєднати дві або більше ідей в одну;
- 4) трансформування – намагання запозичити та перенести ідею з однієї сфери/процесу в іншу;
- 5) реальна креативність – продукування оригінальної ідеї, абсолютно не схожої, або віддалено схожої до тих, які вже існують.

Також можна зазначити, що креативність, як навичка, має шкалу розвитку від «новачка» (який здебільшого зосереджений на процесах, стратегіях та особливостях креативного мислення як такого) до «видатного творця» (який здебільшого акцентується на користі та незвичності результатів власної діяльності) [4].

К4: координація з іншими (колаборація) тісно пов'язана з комунікацією, але належить до професійної сфери. Це вміння визначити загальну мету та способи її досягнення, розподіляти ролі та оцінювати результат.

Беручи за основу необхідність формування зазначених навичок у ВПО та хмельничан, які бажають покращити умови своєї роботи, а також застосування у подальшому розроблених курсів в освітньому процесі як на рівні Хмельницького кооперативного інституту, так і в межах фахового коледжу у вигляді сертифікатних програм розроблено та запроваджено проект «Розширюємо горизонти можливостей для хмельничан та ВПО «Хмельницький: Кооперація&Навчання&Інтеграція». Проект здійснюється на базі Хмельницького кооперативного торговельно-економічного інституту (ХКТЕІ) за підтримки Центру міжнародного приватного підприємництва (СІРЕ, США) і є колаборацією з ГО «Кластер підприємців ВПО». Керівником проекту є Альона Куровська – викладач кафедри маркетингу та менеджменту ХКТЕІ, голова ГО «Кластер підприємців ВПО», виконавцем за напрямом «Логістика і трейд-маркетинг» є Світлана Ковальчук – завідувачка кафедри маркетингу та менеджменту ХКТЕІ, віце-президент ГО «Українська асоціація маркетингу».

Потреба у такому проекті обумовлена кількома проблемами:

- 1) погіршенням стану ключових галузей м. Хмельницького і Хмельницької області через воєнну агресію з боку РФ, яка спричинила кризові явища в економіці країни;
- 2) існуванням дуальної ситуації: з одного боку – збільшенням кількості вимушених безробітних через релокацію з тимчасово окупованих і прифронтових територій, а також внаслідок скорочення або закриття місцевого бізнесу, з іншого – появою нових вакансій через відкриття релокованого бізнесу або розширення місцевого;
- 3) невідповідністю у тимчасово або вимушено безробітних існуючих навичок, компетентностей, спеціальностей, затребуваним на ринку.

Відтак, запроваджений проект спрямовано на вирішення зазначених проблем. В ході реалізації проекту передбачено: надання допомоги релокованим і місцевим малим та середнім підприємствам у підготовці для них кваліфікованих кадрів за затребуваними спеціальностями, які сприятимуть відновленню діяльності малого та середнього бізнесу; формування нових бізнес-зв'язків; заснування нового бізнесу або створення start-up. Виконання зазначеного вище має посприяти відновленню економічної активності регіону, допомогти релокованому бізнесу та пришвидшити розвиток локального бізнесу м. Хмельницького та Хмельницької області через впровадження ідей інноваційної економіки і надання додаткових можливостей для осіб з тимчасово окупованих територій. Досягнення цілей проекту здійснюється шляхом організації та проведення у лютому-червні 2023 р. сертифікованих курсів для мешканців Хмельницької області та ВПО за напрямами затребуваних професій («Логістика і трейд-маркетинг»; «Створення start-up. Управління проектами»). Курси проходять у змішаному режимі: офлайн у місті Хмельницькому (на базі ХКТЕІ) та онлайн-трансляцій – для вимушено безробітних з регіону.

Завдання проекту:

- 1) оцінити стан ключових галузей, які найбільше постраждали від війни у м. Хмельницькому та Хмельницькій області;

2) на підставі маркетингових досліджень роботодавців, а також аналізу сайтів з пошуку роботи, визначити професії, які мають найбільший попит під час військового конфлікту та можуть бути затребуваними у період повоєнного відновлення України;

3) за результатами попереднього дослідження розробити навчальні курси для 2-х обраних напрямів («Логістика і трейд-маркетинг», «Створення start-up. Управління проектами»);

4) організувати та провести навчання за обраними напрямами (мінімум для 30 мешканців Хмельницької області та ВПО, не менше 20% від набору). Виконання цього завдання забезпечує реалізацію одразу двох складових концепції «4К»: формування комунікативних навичок та командна робота;

5) організувати «Хакатон можливостей» із запрошенням потенційних роботодавців, що сприятиме здобуттю курсантами всіх чотирьох навичок за концепцією «4К» ;

6) забезпечити проходження стажування для випускників з можливістю подальшого працевлаштування на обраній базі. Реалізація цього завдання дозволить випускникам проявити на практиці здобуті навички за концепцією «4К»;

7) розробити і надати актуальну «Дорожню мапу створення власного бізнесу або start-up». Вирішення цього завдання передбачає набуття курсантами навичок критичного мислення та командної роботи згідно із концепцією «4К»;

8) сприяти інтегруванню підготовлених кадрів у місцевий приватний сектор, завдяки співпраці з бізнес-асоціаціями та регіональними організаціями підтримки бізнесу. Виконання цього завдання вимагає від курсантів максимального опанування такими навичками концепції «4К», як: критичне мислення, командна робота, комунікабельність;

9) залучити засоби масової інформації та використати сторінки (чати, групи, телеграм-канали) у соціальних мережах для висвітлення діяльності за проектом. Що дає можливість організаторам проекту проявити свої навички комунікабельності, креативності та критичного мислення згідно до концепції «4К».

Результати дослідження

Зважаючи на те, що проект триває, розглянемо його проміжні результати.

Результат 1. Так, за матеріалами, наданими управлінням економіки Хмельницької міської ради можна зазначити, що рушієм економічного розвитку Хмельницької міської територіальної громади є підприємства, які працюють у сфері торгівлі і послуг, логістики, будівництва, промисловості, сільського господарства, інформаційних технологій. Відтак, обраний напрям щодо запровадження курсу «Логістика і трейд-маркетинг» є абсолютно обґрунтованим.

Станом на 01.01.2023 року на території громади зареєстровано 33 129 суб'єктів підприємницької діяльності, з них 13 905 юридичних осіб та 19 224 – фізичні особи-підприємці.

За статистичною інформацією зареєстровано 1 105 промислових підприємств, якими у 2022 р. реалізовано продукції (товарів, послуг) на суму 20,6 млрд грн, що на 0,5 млрд грн більше, ніж у попередньому році (у 2021 р. – 20,1 млрд грн). Найбільша частка у загальному обсязі реалізованої продукції припадає на: виробництво гумових і пластмасових виробів, іншої неметалевої мінеральної продукції – 17,7 %; виробництво харчових продуктів, напоїв і тютюнових виробів – 12,3 %; текстильне виробництво, виробництво одягу, шкіри, виробів зі шкіри та інших матеріалів – 7,3 %; машинобудування – 4,5 %.

Як зазначалося вище, українські підприємства, які знаходяться у зоні активних бойових дій, переміщують свої потужності до більш безпечних регіонів Західної України, зокрема, обираючи Хмельницьку міську територіальну громаду для подальшої діяльності. Хмельницька міська рада надає можливість для перенесення виробництв із зони ведення бойових дій, здійснює пошук приміщень та забезпечує повний консультаційний супровід (з початку введення воєнного стану релоковано понад 20 підприємств).

Задля допомоги бізнесу у вирішенні проблемних питань та з метою отримання фахової консультації експертів у стислі терміни та максимально зручним способом діє проект «Гаряча кнопка для бізнесу» (<http://surl.li/bocjh>). З початку 2022 року у рамках проекту отримано понад 200 заявок у електронному форматі та телефонному режимі, що безперечно свідчить про зацікавленість релокувати бізнес до Хмельницької області.

Також триває робота над створенням індустріального парку «Хмельницький», для забезпечення його роботи потрібно створити Проектний офіс, а також забезпечити підготовку фахівців у сфері «Проектного менеджменту». Таким чином, підтверджено доцільність відкриття в рамках проекту напряму «Створення start-up. Управління проектами».

Внаслідок повномасштабного вторгнення РФ на територію України, експорт товарів з України значно сповільнився, у тому числі і через зруйнування ланцюгів постачання та збуту продукції. У 2022 експорт товарів та послуг склав 172,4 млрд грн США, що на 9,7% менше, ніж у 2021 році. Обсяг імпорту товарів та послуг склав 371,0 млн дол. США, що на 11,2 % менше, ніж у 2021 р.. Місцеві підприємства здебільшого орієнтовані на ринки країн Європи, зокрема, у 2022 р. частка експорту товарів та послуг з території Хмельницької громади до країн ЄС у загальному обсязі експорту склала 75,7 %.

За статистичними даними за 2022 р. залучено 2,1 млрд грн капітальних інвестицій (у 2021 р. – 3,7 млрд грн). Зокрема у промисловість залучено 775,6 млрд грн, будівництво – 302,2 млрд грн, сільське, лісове

та рибне господарство – 161,0 млрд грн, оптову та роздрібну торгівлю, ремонт автотранспортних засобів і мотоциклів – 152,6 млн грн..

У 2022 р. підприємствами громади виконано будівельних робіт на суму 2,1 млрд грн. Прийнято в експлуатацію 167,5 тис. м² загальної площі житлових будівель, що на 18,4 % менше, ніж за 2021 р..

На території громади функціонує 2,7 тис. об'єктів торгівлі та закладів ресторанного господарства, 440 об'єктів сфери послуг. Продовжують розширювати свої мережі представники роздрібногo ритейлу, а саме: ТОВ «АТБ-маркет» (магазини «АТБ»), ТОВ «Фудекспрес» (магазини «Булка»), ТОВ «Гала Прод» (магазини «Делікат»), продовжують своє функціонування магазини торгових мереж «Таврія В», «Сільпо», «Економ», «SPAR». Розпочали роботу всеукраїнські мережі ТОВ «Тайстра Груп» (магазини «Тайстра»), ТОВ НВП «Аргон» (магазини «Грош»). Розвивається такий вид торгівлі, як виготовлення напівфабрикатів – «Галя Балувана», «Домашні напівфабрикати» тощо. Відкрито нові заклади ресторанного господарства (ресторація «Green House», паб «Crann pub», кав'ярня ТОВ «Золота ліга» тощо).

Роздрібний товарооборот підприємств ритейлу за 2022 р. склав 20,4 млрд грн. А отже торгівля посідає другу сходинку за обсягами реалізації, поступаючись на 0,2 млрд грн промисловим підприємствам. Частка у загальному обсязі роздрібногo товарообороту продовольчих товарів становить 33,8 %, непродовольчих товарів – 66,2 %.

Середній розмір заробітної плати штатних працівників громади у січні-грудні 2022 р. склав 13522 грн, середньооблікова кількість штатних працівників – 53 246 осіб.

Проведений аналіз засвідчує, що найкращі умови для подальшого працевлаштування забезпечують сфера промислового виробництва та торгівля. А отже, обрані для навчання напрями є безумовно перспективними.

Результат 2. На підставі проведених Інтернет-досліджень, а також проведених онлайн-опитувань представників малого і середнього бізнесу визначено, що до найбільш затребуваних професій належать: логісти, маркетологи, бренд-менеджери, помічники маркетологів, продакт-менеджери (Додаток А), менеджери з управління проектами (Додаток Б).

За спеціальністю «Логіст» маємо 8 вакансій у Хмельницькій області та понад 560 в Україні із середньою заробітною платою у 20 000 грн. За спеціальністю «Маркетолог» маємо 10 вакансій у Хмельницькій області та понад 1000 по Україні із середньою заробітною платою у 22 000 грн. Вакансії на посаду «Бренд-менеджер» розмістили 10 підприємств Хмельницької області та понад 1000 підприємств по Україні, з діапазоном заробітної плати 25-45 тис.грн. Також є затребуваними помічники з маркетингу (маємо близько 80 вакансій із пропонованою зарплатою у 22 000 грн). Ми пройшлися лише за базовими посадами маркетологів, їх є значно більше.

Стосовно фахівців з «Управління проектами», то тут тенденція дещо відрізняється у Хмельницькому маємо лише 5 вакансій (по Україні – 502), але пропонована заробітна плата становить у середньому 25 500 грн. Також варто зазначити, що курс «Створення start-up. Управління проектами» передбачає набуття слухачами навичок, достатніх для створення власного бізнесу.

Також варто зазначити, що визначені напрями підготовки за обраними курсами не передбачають жорсткої прив'язки до Хмельницької територіальної громади або області, фахівці за цими напрямками можуть працювати і дистанційно.

Таким чином, Хмельницька територіальна громада та Хмельницька область потребують фахівців за обраними напрямками навчання.

Результат 3. Для організації та проведення навчання сформовані програми за напрямками: «Логістика і трейд-маркетинг» та «Створення start-up. Управління проектами».

Курси є структурованими, вдало поєднують теоретичні та практичні матеріали, базуються на передовому досвіді за обраними сферами діяльності. За кожним модулем курсу сформовані презентації, підібрані ситуаційні вправи та кейси. Навчання за обраними курсами передбачає проведення зустрічей з потенційними роботодавцями, підготовку і проведення презентації власних проєктів у рамках «Хакатону можливостей», а також «Бізнес-тури» та стажування на діючих підприємствах. Тобто курси максимально спрямовані не лише на формування у слухачів професійних компетентностей, але і навичок, задекларованих у концепції «4К».

Результат 4. Сформовані групи слухачів за обома курсами (умовами проєкту передбачалося, що навчання може відбуватися і в рамках одного). Так, на курс «Логістика і трейд-маркетинг» зареєструвалися 43 слухачі, з яких майже половину (20 осіб) становлять ВПО, 5 – здобувачі освіти, а решту (18 осіб) – тимчасово або вимушено безробітні хмельничани. Також дотримано гендерний паритет: кількість жінок складає 29 осіб, чоловіків – 14. Щодо курсу «Створення start-up. Управління проектами», то на нього зареєструвалося 52 слухачі, з яких 29 – представники ВПО, 7 – здобувачі освіти, 16 – тимчасово або вимушено безробітні хмельничани. Стосовно гендерного паритету: кількість жінок складає 32 особи, чоловіків – 20 осіб. Разом на проєкті навчається 68 курсантів, 27 з яких опановують одразу два напрями.

За умовами проєкту достатньо було сформувати одну групу у складі 30 здобувачів з обов'язковим представництвом ВПО не менше 20 %. Таким чином, за цим пунктом маємо його перевиконання як кількісне (68 слухачі замість 30), так і якісне (більше 40 % є представниками ВПО).

Створення неоднорідних за складом груп (на курс записалися, як внутрішньо переміщені особи, тимчасові безробітні, представники малого бізнесу та громадських організацій, так і студенти) і проведення занять у змішаному форматі дають можливість для розвитку всіх навичок за концепцією «4К».

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямі

Участь у проєкті значно розширює горизонти можливостей не лише для курсантів, але і для всіх учасників процесу.

Так, для слухачів участь у проєкті це:

1) можливість отримати нову перспективну спеціальність або, принаймні, її ключові компетентності;

2) перспективи подальшого працевлаштування;

3) створення власного start-up;

4) підвищення власної самооцінки та поштовх до самовдосконалення;

5) новітні знання «з перших рук»;

6) навички роботи в команді;

7) розвиток власних комунікацій, можливість налагодження «корисних» зв'язків;

8) набуття креативних навичок;

9) формування критичного мислення.

Для тренерів участь у проєкті це:

1) здобуття нового досвіду роботи з міксованими аудиторіями;

2) подолання стресових ситуацій;

3) набуття адаптивних навичок;

4) опанування та застосування нових технологій навчання;

5) краще розуміння потреб бізнесу та слухачів;

6) можливість отримувати зворотній зв'язок з аудиторією.

Для підприємців, представників громадських організацій участь у проєкті це:

1) можливість взяти участь у підготовці та відборі кадрів;

2) отримання нових ідей для розвитку або започаткування бізнесу;

3) можливість презентувати свої проєкти та проводити їх апробацію;

4) долучитися до соціально значимих проєктів громади.

Для ХКТЕІ участь у проєкті це:

1) розширення міжнародної співпраці, зважаючи на те, що фінансування проєкту здійснюється Центром міжнародного приватного підприємництва (CIPE, США). Позитивне завершення проєкту стане поштовхом до активізації грантової діяльності інституту;

2) розширення можливостей щодо співпраці з представниками бізнесу, громадських організацій, міською та обласною адміністрацією, а отже формування іміджу інституту як інноватора на ринку освітніх послуг;

3) формування сертифікатних програм для подальшого їх запровадження в освітній процес, а отже збільшення фінансової бази інституту;

4) перспектива створення «Проектного офісу» як майстерні та полігону для подальшого розвитку підприємницької діяльності здобувачів вищої освіти та написання грантових заявок;

5) покращення матеріально-технічної бази інституту і застосування інноваційних технологій в освітньому процесі тощо.

Проведені дослідження мають як теоретичне, так і практичне значення. До теоретичних здобутків можна віднести адаптування концепції «4К» до формування грантових програм.

Щодо практичної складової, то отримано результати запровадження зазначеної концепції у реалізації проєкту «Розширюємо горизонти можливостей для хмельничан та ВПО «Хмельницький: Кооперація&Навчання&Інтеграція», що здійснюється на базі Хмельницького кооперативного торговельно-економічного інституту за підтримки Центру міжнародного приватного підприємництва (CIPE, США) і є колаборацією з ГО «Кластер підприємців ВПО».

Література

1. Бабійчук С. Формування навичок «4К» на основі дослідницької діяльності учня. URL: <http://lib.pu.if.ua:8080/bitstream/123456789/9856/1/4312-Article%20Text-9301-2-10-20201102.pdf>

2. Ведишева А. Концепція 4к або як виховати успішну дитину? URL: <https://taslife.com.ua/blog/konceptziya-4k-abo-yak-vyhovaty-uspishnu-dytynu>

3. Навички 4К. URL: <https://view.genial.ly/6107faf44b16990dddddcca9c/horizontal-infographic-diagrams-navichki-4k>

4. Розвиваємо навички 4К: креативність, критичне мислення, комунікацію та командну працю (переклад з англійської – Артем Яременко). Освіторія. URL: <https://osvitoria.media/experience/rozvyvayemo-navychky-4k-kreatyvnist-krytychnemyslennya-komunikatsiyu-ta-komandnu-pratsyu/>.

5. Які навички стануть найважливішими в майбутньому? URL: <https://osvitoria.media/experience/yaki-navychky-stanut-najvazhlyvishymy-u-majbutnomu/>
6. Edward, M. (1941). An Experiment in the Development of Critical Thinking. Teacher's College, Columbia University. URL: <https://www.criticalthinking.org/pages/defining-critical-thinking/766>.
7. Kaufman, J., Beghetto, R. (2009). Beyond Big and Little: The Four C Model of Creativity. *Review of General Psychology*, 13 (1), 1–12.
8. Kaufman, J. The Four C Model of Creativity. Walden University. URL: <https://www.waldenu.edu/online-masters-programs/ms-in-education/resource/the-four-c-model-of-creativity>. Nilsson, P. (2012).
9. Four Ways to Measure Creativity. Sense and Sensation Writing on Education, Creativity, and Cognitive Science. URL: <http://www.senseandsensation.com/2012/03/assessing-creativity.html>.
10. Partnership for 21st Century Skills. National Education Association. URL: <http://www.nea.org/home/34888.htm#:~:text=NEA%20is%20a%20founding%20member,Emphasize%20core%20subjects>.

References

1. Babiichuk S. Formuvannia navychok «4K» na osnovi doslidnytskoi diialnosti uchnia. URL: <http://lib.pu.if.ua:8080/bitstream/123456789/9856/1/4312-Article%20Text-9301-2-10-20201102.pdf>
2. Vedysheva A. Kontsepsiia 4k abo yak vyhovaty uspishnu dytynu? URL: <https://taslife.com.ua/blog/konczepczyia-4k-abo-yak-vyhovaty-uspishnu-dytynu>
3. Navychky 4K. URL: <https://view.genial.ly/6107faf44b16990dddcca9c/horizontal-infographic-diagrams-navichki-4k>
4. Rozvyvaiemo navychky 4K: kreatyvnist, krytychne myslennia, komunikatsiiu ta komandnu pratsiu (pereklad z anhliiskoi – Artem Yaremenko). Osvitoria. URL: <https://osvitoria.media/experience/rozvyvayemo-navychky-4k-kreatyvnist-krytychnemyslennya-komunikatsiyu-ta-komandnu-pratsyu/>.
5. Iaki navychky stanut naivazhlyvishymy v maibutnomu? URL: <https://osvitoria.media/experience/yaki-navychky-stanut-najvazhlyvishymy-u-majbutnomu/>
6. Edward, M. (1941). An Experiment in the Development of Critical Thinking. Teachers College, Columbia University. URL: <https://www.criticalthinking.org/pages/defining-critical-thinking/766>.
7. Kaufman, J., Beghetto, R. (2009). Beyond Big and Little: The Four C Model of Creativity. *Review of General Psychology*, 13 (1), 1–12.
8. Kaufman, J. The Four C Model of Creativity. Walden University. URL: <https://www.waldenu.edu/online-masters-programs/ms-in-education/resource/the-four-c-model-of-creativity>. Nilsson, P. (2012).
9. Four Ways to Measure Creativity. Sense and Sensation Writing on Education, Creativity, and Cognitive Science. URL: <http://www.senseandsensation.com/2012/03/assessing-creativity.html>.
10. Partnership for 21st Century Skills. National Education Association. URL: <http://www.nea.org/home/34888.htm#:~:text=NEA%20is%20a%20founding%20member,Emphasize%20core%20subjects>.