

Як структурувати потік ваших думок?

яка правильна послідовність дій?

- 1. зрозуміти завдання / проблему**
- 2. зрозуміти очікування**
- 3. зрозуміти обмеження**
- 4. сформулювати приблизне бачення фінального продукту**
- 5. розпланувати шлях до фінального продукту**
- 6. пройти шлях**
- 7. отримати фінальний продукт**

яка правильна послідовність дій?

- 1. зрозуміти завдання / проблему**
- 2. зрозуміти очікування**
- 3. зрозуміти обмеження**
- 4. сформулювати приблизне бачення фінального продукту**
- 5. розпланувати шлях до фінального продукту**
- 6. пройти шлях**
- 7. отримати фінальний продукт**

Тут потрібно
побрейнштормити
і подумати, в якому
напрямку ви будете
рухатися



як правильно брейнштормити?

**в принципі, як
вам завгодно**

як роблю я?

**спочатку самостійно
рефлексую, а потім
обговорюю з
КОМАНДОЮ**

що далі?

**структуруйте ваші
ПОТОКИ ДУМОК**

ЯК СТРУКТУРУВАТИ?

- 1. дерево рішень**
- 2. картування процесів**
- 3. образне мислення**
- 4. факторне порівняння**
- 5. купа інших фреймворків**

ЯК СТРУКТУРУВАТИ?

- 1. дерево рішень**
2. картування процесів
3. образне мислення
4. факторне порівняння
5. купа інших фреймворків

1

Ключове завдання кейс-чемпіонату — запропонувати можливі варіанти **розширення продуктового портфеля Grow-Some**

Куди далі рухатися Grow-Some?



Вхідні x



Oleksii Kryzhanovskyi <oleksiikryzhanovsky@gmail.com>

кому мені ▾

пн, 10 трав., 9:00 (2 дні тому)



Дорогі учасники кейс-чемпіонату, звертаюся до вас за порадою.

Мій стартап Grow-Some вже більше року на ринку і темпи росту продажів щоразу зростають. Набори для вирощування мікрогіну користуються неабияким попитом як серед людей, які хочуть стати трохи ближчими до природи, так і серед компаній, для яких такі набори є ідеальним корпоративним подарунком своїм співробітникам.

Цей продукт вже перевірів себе і ми готові розширювати виробництво і масштабуватися. Але паралельно з процесом масштабування поточного продукту ми б хотіли затестити кілька нових, які так само зможуть вистрілити на ринку. Наразі ми знайшли кілька ідей, але в якому саме напрямку нам далі рухатися поки не зрозуміло.

Тож прошу вас провести невелике дослідження. **Результатом має стати пропозиція одного чи кількох продуктів, які, на вашу думку, зможуть допомогти компанії подвоїти виручку у другій половині 2021 року** (порівняно з першим півріччям).

Чекаю на ваші пропозиції до 26 травня.

Олексій ❤️

Куди далі рухатися Grow-Some?



Вхідні x



Oleksii Kryzhanovskyi <oleksiikryzhanovsky@gmail.com>

пн, 10 трав., 9:00 (2 дні тому)



кому мені ▾

Дорогі учасники кейс-чемпіонату, звертаюся до вас за порадою.

Мій стартап Grow-Some вже більше року на ринку і темпи росту продажів щоразу зростають. Набори для вирощування мікрогріну користуються неабияким попитом як серед людей, які хочуть стати трохи ближчими до природи, так і серед компаній, для яких такі набори є ідеальним корпоративним подарунком своїм співробітникам.

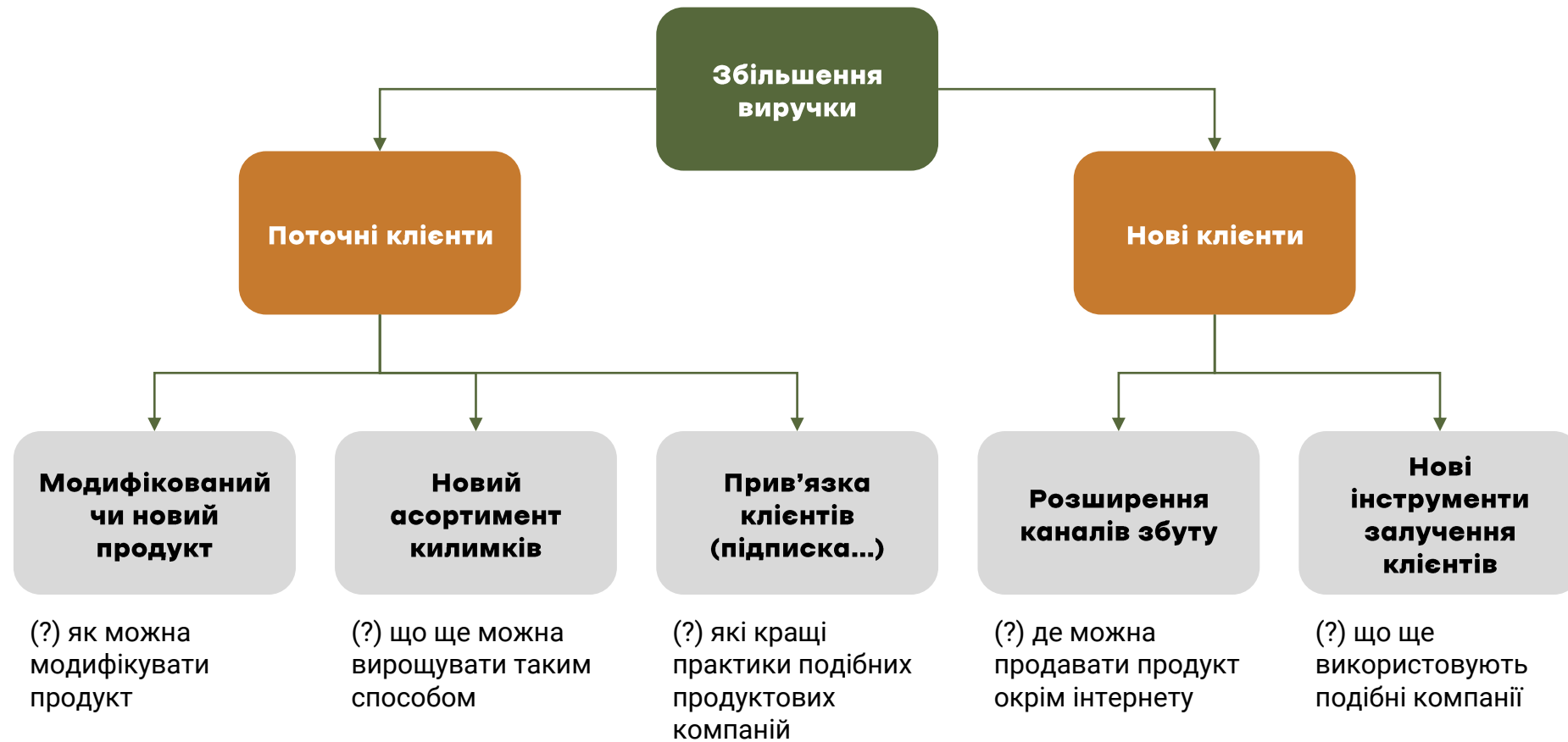
Цей продукт вже перевірів себе і ми готові розширювати виробництво і масштабуватися. Але паралельно з процесом масштабування поточного продукту ми б хотіли затестити кілька нових, які так само зможуть вистрілити на ринку. Наразі ми знайшли кілька ідей, але в якому саме напрямку нам далі рухатися поки не зрозуміло.

Тож прошу вас провести невелике дослідження. **Результатом має стати пропозиція одного чи кількох продуктів, які, на вашу думку, зможуть допомогти компанії подвоїти виручку у другій половині 2021 року** (порівняно з першим півріччям).

Чекаю на ваші пропозиції до 26 травня.

Олексій ❤️

ЯК ПРАЦЮЄ ДЕРЕВО РІШЕНЬ?



ЯК ПРАЦЮЄ ДЕРЕВО РІШЕНЬ?



ЯК ПРАЦЮЄ ДЕРЕВЕ РОШЕНЬ?

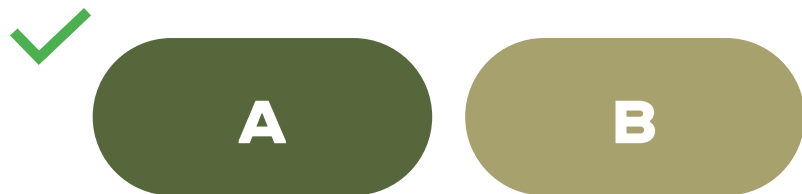


ЯК ПРАЦЮЄ ДЕРЕВЕ РОШЕНЬ?



ВСЕ МАЄ БУТИ МЕСЕ!

Mutually exclusive + **Collectively exhaustive**



ДАВАЙТЕ НА ПРИКЛАДІ

Не взаємовиключні ✘

Вік цільової аудиторії

до 18 19-40 від 30

Блок «18-40» і блок «від 30» включає людей віком від 30 до 40 років

```
graph TD; A[Вік цільової аудиторії] --> B[до 18]; A --> C[19-40]; A --> D[від 30];
```

Не всеохопні ✘

Вік цільової аудиторії

до 18 19-40 41-60

Дерево рішень не враховує людей, яким більше 60 років

```
graph TD; A[Вік цільової аудиторії] --> B[до 18]; A --> C[19-40]; A --> D[41-60];
```

Відповідає МЕСЕ ✔

Вік цільової аудиторії

до 18 19-40 від 41

```
graph TD; A[Вік цільової аудиторії] --> B[до 18]; A --> C[19-40]; A --> D[від 41];
```

ДАВАЙТЕ НА ПРИКЛАДІ

Не всеохопні

Вік цільової аудиторії

- до 18
- 19-40
- 41-60

Дерево рішень не враховує людей, яким більше 60 років

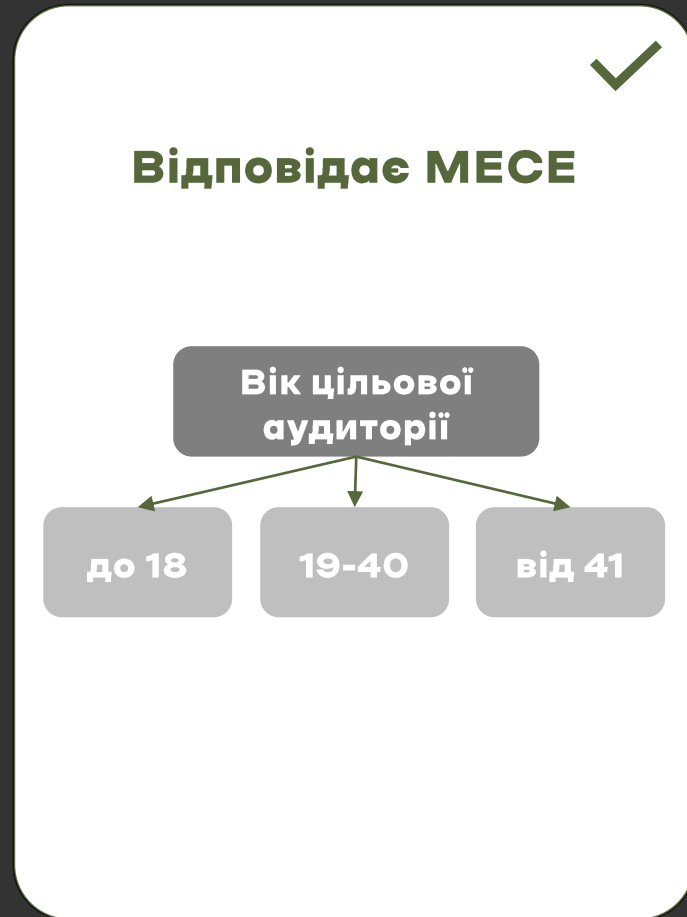
```
graph TD; A[Вік цільової аудиторії] --> B[до 18]; A --> C[19-40]; A --> D[41-60];
```

Відповідає МЕСЕ

Вік цільової аудиторії

- до 18
- 19-40
- від 41

ДАВАЙТЕ НА ПРИКЛАДІ



30



вус
оків

КОЛИ ВИКОРИСТОВУВАТИ ДЕРЕВО РІШЕНЬ?

- 1. коли у вас є явища, які можна описати математичними формулами**
(н-д, фінанси компанії)
- 2. коли у вас є велике явище, яке можна очевидно розбити на елементи**
(н-д, структура економіки, вікова структура)

КОЛИ ВИКОРИСТОВУВАТИ ДЕРЕВО РІШЕНЬ?

**але насправді в будь-
якій ситуації, де потрібно
щось **структурувати****

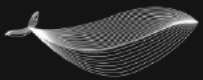
ЯК СТРУКТУРУВАТИ?

1. дерево рішень
- 2. картування процесів**
3. образне мислення
4. факторне порівняння
5. купа інших фреймворків

2



THE PLAN



WHALES
ventures

#1

Визначте недоліки поточного застосунку АМС, включаючи його сильні та слабкі сторони, а також перелік областей для вдосконалення

#2

Проаналізуйте витрати та доходи, пов'язані з впровадженням нової концепції

#3

Сформулюйте рекомендації щодо внесення змін, наприклад детальний план дизайну UX/UI, включаючи прототипи, макети тощо

#4

Створіть шлях користувача для нової програми, визначивши цільових користувачів та їхні потреби, та продемонструвавши, як нові функції покращать взаємодію з користувачем

#5

Підготуйте презентаційні матеріали для демонстрації вашої нової концепції, дизайну та плану, які чітко пояснюють ваше мислення та рішення

#6

Зробіть 5-хвилинне Loom-відео, у якому підсумуйте ключові моменти презентації, і надішліть результати журі до закінчення терміну



THE PLAN



WHALES
ventures

#1

Визначте недоліки поточного застосунку АМС, включаючи його сильні та слабкі сторони, а також перелік областей для вдосконалення

#2

Проаналізуйте витрати та доходи, пов'язані з впровадженням нової концепції

#3

Сформулюйте рекомендації щодо внесення змін, наприклад детальний план дизайну UX/UI, включаючи прототипи, макети тощо

#4

Створіть шлях користувача для нової програми, визначивши цільових користувачів та їхні потреби, та продемонструвавши, як нові функції покращать взаємодію з користувачем

#5

Підготуйте презентаційні матеріали для демонстрації вашої нової концепції, дизайну та плану, які чітко пояснюють ваше мислення та рішення

#6

Зробіть 5-хвилинне Loom-відео, у якому підсумуйте ключові моменти презентації, і надішліть результати журі до закінчення терміну

Процес створення доданої вартості в агросекторі

Виробничий процес на підприємстві

Процес проведення державної перевірки на підприємстві

Навчання в університетів

Подорож

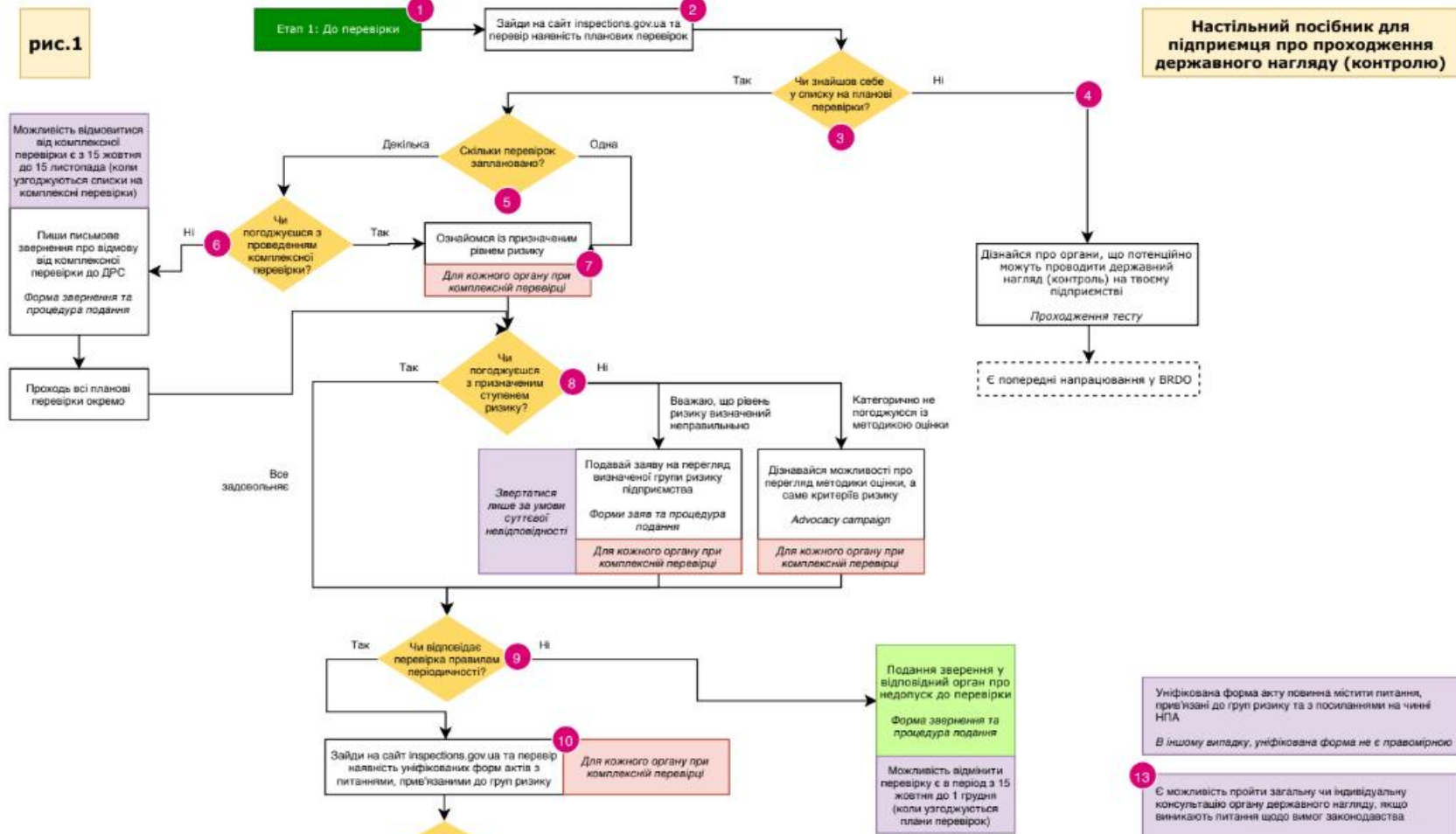
Звичайний робочий день

Похід в ресторан

Відвідування сайту

...

Як проходить державна перевірка на підприємстві?



на якому етапі value chain агрокомпанії стикаються з найбільшими проблемами?



КОЛИ ВИКОРИСТОВУВАТИ КАРТУВАННЯ ПРОЦЕСІВ?

КОЛИ Є ЯКАСЬ
ПОСЛІДОВНІСТЬ

ЯК СТРУКТУРУВАТИ?

1. дерево рішень
2. картування процесів
- 3. образне мислення**
4. факторне порівняння
5. купа інших фреймворків

3

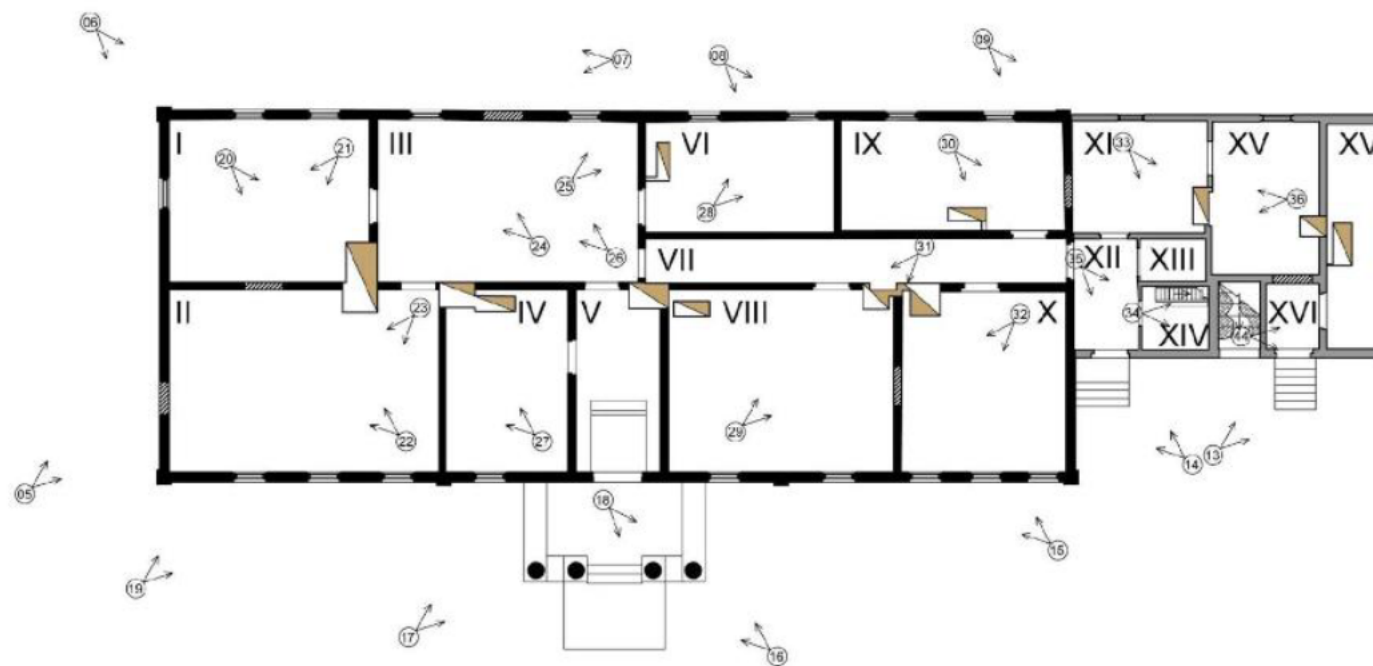
Під час розробки концепції розвитку садиби потрібно враховувати можливості будівлі

Будинок дерев'яний, потинькований, одноповерховий, з прибудованим флігелем, в якому облаштований невеликий підвал.

Будівля проста, статична, головна частина майже симетрична, з масивним портиком на головному вході, що характерно для класицизму. Зовнішні та внутрішні стіни дерев'яні, потиньковані. Будинок має три ганки й один вхід до підвалу – всі вони знаходяться на головному фасаді.

В проєкті можемо використати «святкові кімнати» I, II – для конференцій, загальну кімнату III – для виставок, IV кімната – для майстер-класів, VI кімната – музей-школа (вже облаштували), VIII кімната – для музею народознавства, IX та X кімната – для «зеленого/сільського туризму», вхід в маєток через V кімнату.

Учасники можуть запропонувати й інше використання кімнат.

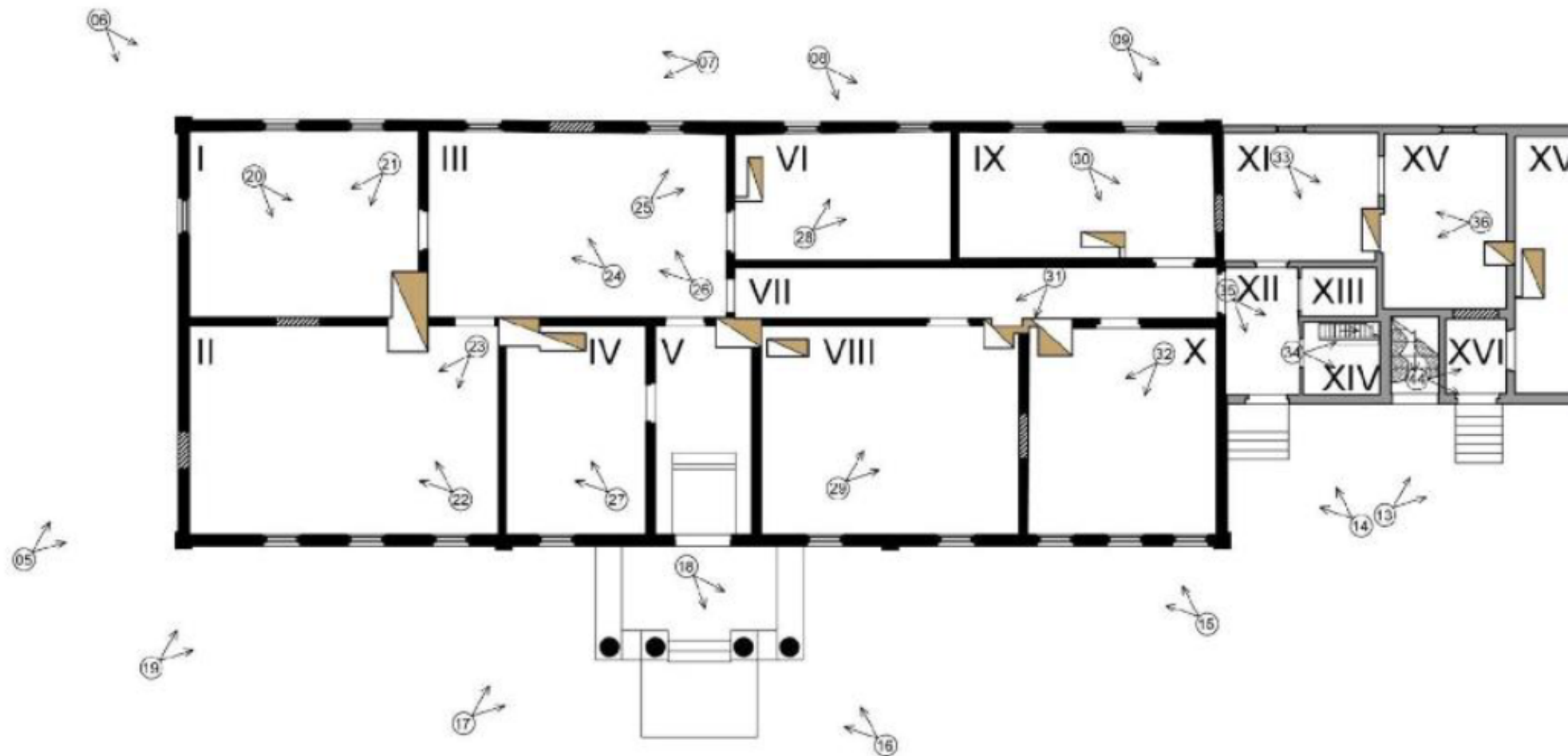


верховий, з
ний невеликий підвал.

айже симетрична, з
характерно для
в'яні, потиньковані.
у – всі вони знаходяться

нати» I, II – для
вок, IV кімната – для
ке облаштували), VIII
кімната – для
к через V кімнату.

використання кімнат.



ЧАЙКОВСЬКИЙ SPACE:

організація простору

- I - мультипростір 1
- II - мультипростір 2
- III - музей М.Чайковського
- IV - комерційна зона
- V - вхід
- VI - резиденція майстра
- VII - галерейний простір
- VIII - інклюзивно-ресурсний простір
- IX - ляльковий театр
- X - ігрова зона
- XI - XVI - "бункер Hub"



Примітка. Важливо посилити зв'язок культурно-просвітницького простору із особистістю М. Чайковського. Пропонуємо персоніфікувати усі локації простору, до прикладу: кав'ярня "АВАНТЮРИСТ", інклюзивно-ресурсний простір "Петронеля". Таке найменування потребує проведення консультацій із стейкхолдерами, громадських слухань тощо.

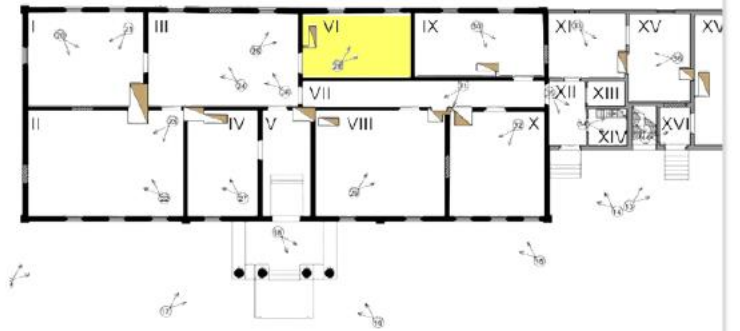
ЧАЙКОВСЬКИЙ SPACE:

організація простору

Резиденція майстра слугуватиме локацією, де провідні майстри та майстрині матимуть можливість творити. З одного боку, митець отримає комфортні умови для роботи, а з іншого ознайомить місцевих митців з новими практиками.

Запропоновані активності:

- Арт-майстерня
- Майстер-класи
- Благодійні аукціони
- Благодійні ярмарки



Територія фестивалю

Екосистема міжнародної торгівлі

Квартира

Тіло людини

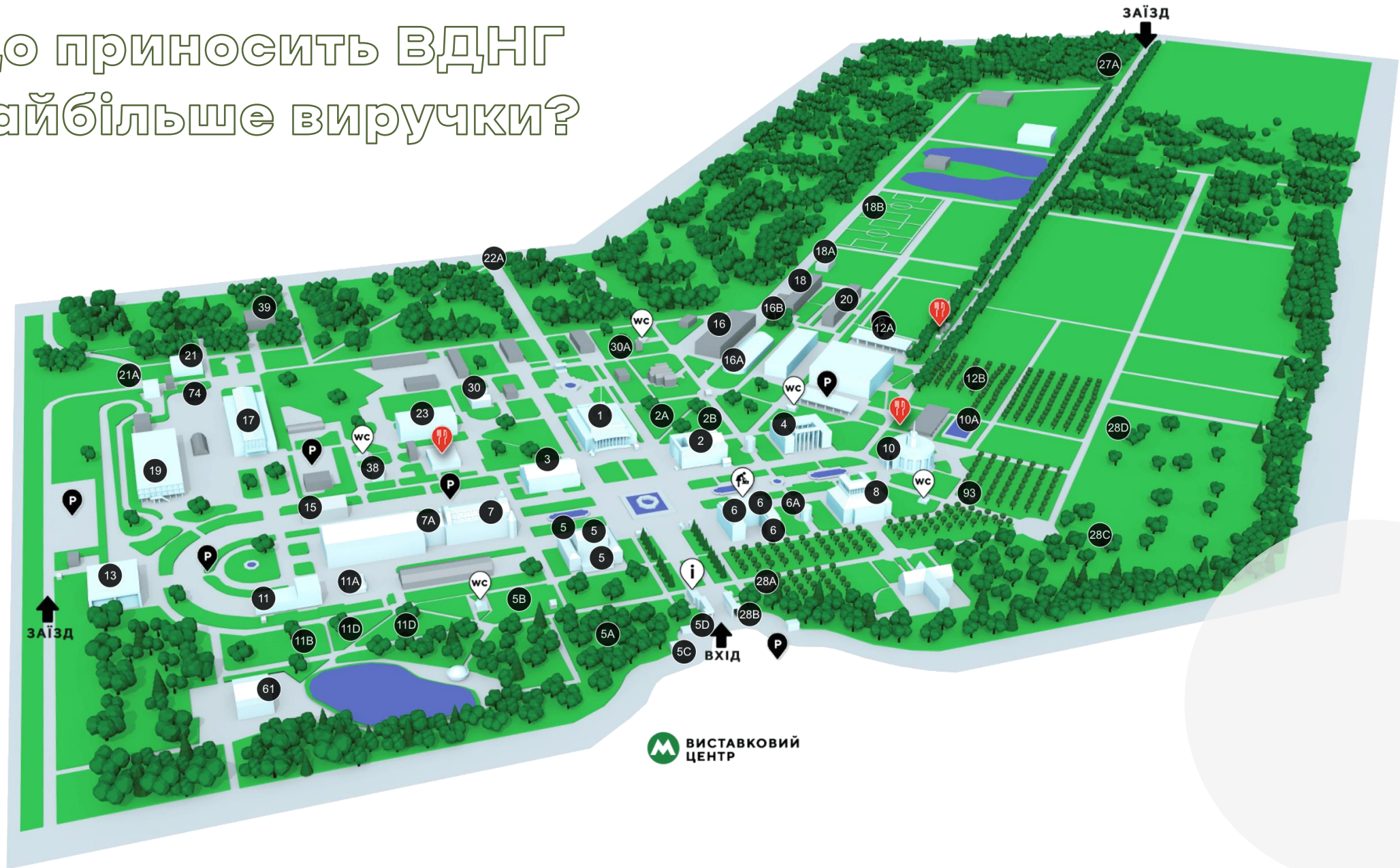
Автомобіль

Організаційна структура компанії

Мережа супермаркетів

...

ЩО ПРИНОСИТЬ ВДНГ
НАЙБІЛЬШЕ ВИРУЧКИ?



ЯК МАЄ БУТИ ОБЛАШТОВАНА ТУРИСТИЧНА ДЕСТИНАЦІЯ?

Благоустрій

- Якісне дорожнє покриття до дестинації
- Місця для паркування
- Облаштовані прогулянкові доріжки та вуличні меблі
- Освітлення
- Вбиральні
- Безкоштовна питна вода
- Сміттєві контейнери
- Вказівники до і вказівники / інформаційні стенди в межах дестинації
- Інформаційні центри
- Послуга електронної оплати
- Банкомати / обмін валют
- Wi-Fi
- Територія дестинації є доступною для всіх відвідувачів
- Облаштований простір для дітей
- Облаштований простір для домашніх тварин

Безпека

- Охорона
- Камери схову
- Перша медична допомога / рятувальники
- Налагоджений зв'язок із службою пожежної безпеки
- Налагоджений зв'язок із поліцією
- Налагоджений зв'язок із екстреною медичною допомогою

Транспорт

- Зупинки громадського транспорту
- Трансферні послуги
- Вело інфраструктура
- Оренда транспорту / налагоджений зв'язок із ними

ХоРеКа

- Місця для ночівлі / налагоджений зв'язок із ними / облаштовані зони для кемпінгу
- Заклади харчування / налагоджений зв'язок із ними

Управління

- Система моніторингу та аналізу даних щодо відвідування дестинації
- План розвитку та визначена потреба у фінансуванні проєктів розвитку
- Брендинг та уніформа
- Комунікаційна стратегія

Турпродукти

- Доступний веб-сайт / сторінка у соцмережах, у т.ч. англійською
- Карти місцевості із позначеннями організованих туристичних маршрутів та послуг
- Оглядовий майданчик / фотозона
- Екскурсійні послуги / інструктажі, у т.ч. англійською
- Сувеніри
- Організація подій
- Оренда спорядження
- Екстремальні, дегустаційні та інші тематичні екскурсії
- Експонати та тимчасові виставки



КОЛИ ВИКОРИСТОВУВАТИ ОБРАЗНЕ МИСЛЕННЯ?

КОЛИ Є ЯКАСЬ

ЕКОСИСТЕМА / ЗВ'ЯЗАНІ

ЕЛЕМЕНТИ

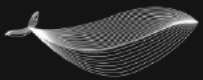
ЯК СТРУКТУРУВАТИ?

1. дерево рішень
2. картування процесів
3. образне мислення
- 4. факторне порівняння**
5. купа інших фреймворків

4



THE PLAN



WHALES
ventures

#1

Визначте недоліки поточного застосунку АМС, включаючи його сильні та слабкі сторони, а також перелік областей для вдосконалення

#2

Проаналізуйте витрати та доходи, пов'язані з впровадженням нової концепції

#3

Сформулюйте рекомендації щодо внесення змін, наприклад детальний план дизайну UX/UI, включаючи прототипи, макети тощо

#4

Створіть шлях користувача для нової програми, визначивши цільових користувачів та їхні потреби, та продемонструвавши, як нові функції покращать взаємодію з користувачем

#5

Підготуйте презентаційні матеріали для демонстрації вашої нової концепції, дизайну та плану, які чітко пояснюють ваше мислення та рішення

#6

Зробіть 5-хвилинне Loom-відео, у якому підсумуйте ключові моменти презентації, і надішліть результати журі до закінчення терміну



THE PLAN



WHALES
ventures

#1

Визначте недоліки поточного застосунку АМС, включаючи його сильні та слабкі сторони, а також перелік областей для вдосконалення

#2

Проаналізуйте витрати та доходи, пов'язані з впровадженням нової концепції

#3

Сформулюйте рекомендації щодо внесення змін, наприклад детальний план дизайну UX/UI, включаючи прототипи, макети тощо

#4

Створіть шлях користувача для нової програми, визначивши цільових користувачів та їхні потреби, та продемонструвавши, як нові функції покращать взаємодію з користувачем









#5

Підготуйте презентаційні матеріали для демонстрації вашої нової концепції, дизайну та плану, які чітко пояснюють ваше мислення та рішення























#6

Зробіть 5-хвилинне Loom-відео, у якому підсумуйте ключові моменти презентації, і надішліть результати журі до закінчення терміну

ВИБІР МІЖНАРОДНОГО РИНКУ ДЛЯ ЕКСПАНСІЇ КОМПАНІЇ SolarGap

CRITERIA	WHAT THIS CRITERION SHOWS?	THE OPTIMAL VALUE OF THE INDICATOR	China	India	USA	Japan	Germany	Australia	Mexico	France
FORECAST OF THE GROWTH OF SOLAR ENERGY PRODUCTION	Potential growth of demand	The highest absolute growth (MW) or annual growth rate (%) to 2021	120 000 20%	66 350 51%	69 900 22%	29 600 11%	12 500 5%	7 780 18%	10 000 84%	8 095 16%
AVERAGE SALARY	Opportunity to buy solar blinds	The highest monthly salary after taxes	\$899	\$534	\$3197	\$2464	\$2570	\$3090	\$520	\$2232
CLIMATE	Utility for consumers	The greatest number of sunny hours	2520-3103	2108-3020	2207-3872	1484-2208	1265-1846	2220-3432	2598-4383	1827-2858
POLITICAL SUPPORT PROSPECTS	The stimulation of entry into the solar energy market	No limitations								
COST OF ELECTRICITY	Profitability of using solar panels	The highest price for electricity (US cents/kWh)	5-14	7	13	18	34	11-26	20	19

порівняння ризиків для інвестування в Україні та країнах-конкурентах

		Міжнародний арбітраж	Кредитний рейтинг S&P	Актуальні офіційні дані	Політична стабільність	Country risk premium Equity risk premium, %
Центральна та Східна Європа	 Польща	—	A- 	+	Коруп. випадки	1,25 6,48
	 Чехія	—	AA- 	+	Коруп. випадки	0,89 6,12
	 Угорщина	—	BBB —	+	Коруп. випадки	3,23 8,46
Країни СНД	 Росія	—	BBB- —	+	Коруп. випадки, санкції	3,23 8,46
	 Казахстан	+	BBB- —	+	Коруп. випадки	3,23 8,46
	 Азербайджан	—	BB+ 	—	Коруп. випадки, війсьні дії	4,41 9,64
Балканський півострів	 Греція	—	BB- —	—	-	6,61 11,84
	 Сербія	—	BB+ —	+	-	5,29 10,52
	 Болгарія	—	BBB —	+	Коруп. випадки	2,81 8,03
Близький Схід	 Ізраїль	—	AA- 	+	Воєнний конфлікт	1,03 6,26
	 Туреччина	—	B+ —	+	-	6,61 11,84
	 ОАЕ	+	AA 	—	Непрозорість	0,73 5,96
Північна Африка	 Єгипет	—	B —	+	Коруп. випадки	8,09 13,32
	 Марокко	—	BBB- 	+	Коруп. випадки	3,67 8,9
	 Алжир	—	-	+	Коруп. випадки	17,63 22,86
Україна	 Україна	— ¹	B —	—	Коруп. випадки, війсьні дії	9,56 14,79

КОЛИ ВИКОРИСТОВУВАТИ ФАКТОРНЕ ПОРІВНЯННЯ?

**коли потрібно щось
порівняти**

ЯК СТРУКТУРУВАТИ?

1. дерево рішень
2. картування процесів
3. образне мислення
4. факторне порівняння
- 5. купа інших фреймворків**

5

4P / 5P

SWOT-аналіз

Business Situation Framework

PEST-аналіз

5 сил Портера

3C / 4C

Матриця McKinsey & GE

Матриця BCG

...

чи використовую я купу інших фреймворків?

цілеспрямовано ні...

чи використовую я купу інших фреймворків?

**...але підсвідомо
я мислю з їх
використанням**

то чи потрібно запам'ятовувати всякі різні фреймворки?

**точно так, але не очікуйте,
що ви будете повертатися
до них щодня**