



Ukraine Creative Spark Policy Forum 2020: резюме ключових тез*

**Британська Рада в Україні публікує резюме ключових тез доповідачів події. Твердження необов'язково відображають думку Британської Ради щодо висвітленої теми.*

Про державне регулювання

Важливість міжсекторальної взаємодії. Міністерство культури, молоді та спорту України, Міністерство освіти та науки України, Міністерство розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України, Міністерство розвитку громад та територій України – ті інституції, які так чи інакше регулюють креативні індустрії. Вірогідність, що між їхніми діями буде неузгодженість – дуже велика. Розвиток бізнес-компетентностей для креативних індустрій у вищій освіті охоплює різні сфери політики: освітня політика, політика розвитку МСП, інноваційна політика, політика регіонального розвитку.

Міністерства не мають не меті управляти мистецьким процесом. Вони створюють рамку можливостей/інфраструктуру для його розвитку. Міністерства повинні робити державну політику, що сприятиме розвитку інфраструктури мистецтва. Хороший креативний продукт з високою доданою вартістю – майже завжди результат синергії різних гравців.

Дієві програми для підтримки креативних підприємців вже існують. Українські підприємці отримали можливість повернення низьких відсоткових ставок за кредитами, ця програма має неформальну назву «5-7-9%». Крім цього, Офіс розвитку малого і середнього підприємництва створює пункти у регіонах України, де проводить тренінги з оформлення документів, написання бізнес-плану та залучення доступного фінансування.

Потрібні професіонали на місцях. У 2020 році в Україні мають прийняти стратегію регіонального розвитку до 2027 року, крім цього це ще й рік, коли має завершитись децентралізації. У громадах мають бути свої люди, які будуть стимулювати бізнес. Заклади вищої освіти мають готувати таких людей. Потреба визнається вже зараз, деякі громади вже запрошують студентів-економістів на практику. Їм треба таких спеціалістів, які б займалися економічним розвитком, написанням стратегії, розвитком бізнесу та взаємодії між різними бізнесами. Це можуть бути професіонали з сектору креативних індустрій за умови, що вони мають сильні підприємницькі навички. Голови громад є тими, хто запускає процес економічного стимулювання у своїх громадах.

Про вищу школу

Фокус на заохочення університетів. Зняття перешкод у вищій освіті, що заважали розвитку бізнес-компетенцій у креативних індустріях, почалося ще у 2014 році. Головне досягнення на сьогодні – відмова від старих стандартів та встановлення нових, більш гнучких. Нові стандарти виконують більші завдання, ніж лише окреслення рамки. Наступний крок – сприяння та визнання тих університетів, які краще працюють, є більш результативними, чиї випускники є більш успішними на ринку.

Рамковий підхід до опанування бізнес-компетентностей у креативних індустріях передбачає наявність кількох складників: освітньої політики в цілому та політики у сфері вищої освіти, політики регіонального розвитку, а також політики просування експорту. Рамковий підхід не надає покрокових інструкцій розвитку креативних індустрій, а радше задає чіткі показники, яких необхідно досягти.

ЗВО слід готувати студентів до реалій ринку. Вища школа є важливою ланкою у розвитку креативних індустрій, її якість має підвищитись. Університети часто готують випускників, які не розуміють, як працює ринок та що слід робити, щоб бути затребуваними. Тобто фактор працевлаштування студентів не є провідним для університетів. Одна з причин цього – брак високоякісного управління у багатьох університетах.

Студентам потрібен підприємницький світогляд і розуміння, як його застосовувати на практиці. Є три основні блоки, на яких можна розбудовувати підвищення компетентності студентів: креативність, дієвість та доступні ресурси. Це рамка, яка є орієнтиром для людей, зацікавлених у навчанні, викладанні умінь та навичок, що формують бізнес-мислення. Розвиток працівників ЗВО є ключовим. Викладачі повинні бути натхнені, демонструючи експертизу у своєму секторі в поєднанні із підприємницьким світоглядом.

Брак практиків та надмірна теоретизація – дві головні проблеми вищої школи. По-перше, до сьогодні більшість викладачів самі не мають зв'язку з бізнесом. Викладати ж має тільки людина зі значним практичним досвідом. Сьогоднішнім ЗВО бракує таких професіоналів з ринку. По-друге, найбільш ефективний спосіб навчання в креативних індустріях – навчання через створення реальних проектів. В українських ЗВО досі переважає лекційна форма навчання. Університети закордоном перепрофілюються із дослідницьких на університети, що створюють стартапи, генерують нові проекти. Саме так на практиці і мають вчитися студенти.

Викладачів слід обирати за допомогою незалежних комісій на основі результатів роботи. Так відбір викладачів базуватиметься не на симпатіях, а на конкурентній основі. Вони повинні мати стійкий зв'язок з ринком, бути практикаками. Керівники кафедр, натомість, мають бути виборними і виконувати роль академічних лідерів, ініціювати створення зовнішніх партнерств та нових програм.

Мистецька школа потребує кращого зв'язку з бізнесом. Розробка спільних програм, що залучають професіоналів з ринку, які працюють зі студентами, навчання через практику, тощо. Потрібні нові політики, які визначатимуть, кому, як і якими ресурсами слід розробляти спільні та нові програми.

Про (не)бізнес

Створення професійних об'єднань. Для того, аби створити рамку опанування бізнес-компетентностей в креативних індустріях, мають існувати професійні об'єднання. Члени цих об'єднань зможуть надавати рекомендації щодо того, яких фахівців їм бракує на ринку і якими навичками вони мають володіти, і подавати відповідний запит системі освіти.

Оцінка впливу. Після того, як екосистема креативних індустрій буде сформована і університети почнуть готувати спеціалістів відповідно до вимог ринку, необхідна буде оцінка впливу таких програм. Вона допоможе зрозуміти, наскільки бізнес-компетентності допомагають випускникам навчальних закладів реалізувати себе і чи впливають бізнес-компетентності на рівень доходу випускників у майбутньому.

Існує **чотири основні моделі інтервенцій** для підтримки розвитку культури підприємництва та малого бізнесу для креативних індустрій:

- Тренінги та практичний досвід (тренінгові сесії, практикуми, стажування, наставництво)
- Конкурси та нагороди (призові нагороди, мікроконкурси, студентські нагороди)
- Інкубаційні сервіси (бізнес-інкубатори, центри інновацій при університетах)
- Партнерства та спільні програми (обмін досвідом між університетами, партнерства з бізнесом, міжнародна співпраця).

Брак менеджерських навичок у креативних індустріях та короткотермінове планування. Мистецтво заради мистецтва, а не заради прибутку. Грантери УКФ часто не розуміють менеджерської мови, адже мають тенденцію орієнтуватись на суто культурні короткочасні проекти, не розуміючи перспективу росту у довготривалі організації зі сталою бізнес-моделлю. За статистикою фонду, велика частка грантерів – громадські організації, що не націлені на отримання прибутку. Вони мислять лише у контексті коротких проектів, а не стратегічно та довготерміново.

Три основні висновки Форуму:

- Важливо посилення спроможності креативних індустрій шляхом розвитку навичок, практик та налагодження екосистеми зв'язку вищої школи та бізнесу.
- Необхідні проактивні підходи (на рівні лідерства): керівники ЗВО повинні створювати нові програми, досліджувати потреби ринку та бізнесу, запрошувати професіоналів з досвідом ділитися знаннями зі студентами. Рамковий підхід до визначення компетенцій це дозволяє.
- Єдність форми та змісту: для формування політики слід розуміти проблему та мати візію розвитку. Тільки після відповідного дослідження можна спробувати запропонувати рішення. Політика сама по собі не є самодостатньою, потрібна ще й належна реалізація цієї політики.