

УДК 391

ГОЛДА ВІНОГРАДСЬКА

Інститут професійної освіти НАПН України,  
Президент «Національного галузевого партнерства  
в легкій промисловості України» м. Київ

## ПУБЛІЧНО-ПРИВАТНЕ ПАРТНЕРСТВО У ПІДГОТОВЦІ КАДРІВ ДЛЯ ІНДУСТРІЇ МОДИ УКРАЇНИ

**Мета:** дослідження ефективної системи партнерства стейкхолдерів в процесі підготовки кадрів для підприємств індустрії моди України на засадах публічно-приватного партнерства (далі- ППП).

**Ключові слова:** стейкхолдери, технологія співпраці з роботодавцями, ППП в індустрії моди, освіта в фешн-індустрії, підготовка кадрів.

**Постановка завдання:** пошук ефективних форм співпраці освітян та роботодавців галузі моди як наукова проблема педагогіки та системи управління.

**Методи досліджень:** вивчення та аналіз наукових джерел та практичного досвіду ГО «Фешен Глобус Юкрейн», опитування стейкхолдерів щодо вдосконалення підготовки кваліфікованих робітників індустрії моди на засадах ППП.

**Результати досліджень.** Індустрія моди – це надскладний високотехнологічний механізм, всі ланки виробничих процесів якого потребують фахівців високого рівня. Українська індустрія моди є перспективним сегментом, що активно розвивається не дивлячись на військовий стан, як окремий сектор економіки та включає не тільки виробництво та збут товарів, а також сприятиме розвитку нового креативного капіталу, валової доданої вартості, зайнятості населення та кількості суб'єктів господарювання [4, с.153]. Швидкі темпи зростання автоматизації та механізації виробничих процесів промисловості зумовлюють підвищення вимог до рівня підготовки кваліфікованих робітників, зайнятих у галузі. Публічно-приватне партнерство (далі- ППП) активізувало процеси вдосконалення управління у сфері підготовки кадрів, отже кооперація між державою та бізнесом є важливим фактором успіху національної економіки- вся система працює ефективно, коли інтереси обох сторін збігаються.

Науковою проблемою є пошук ефективних форм співпраці освітян та роботодавців галузі для якісної підготовки кадрів для виробництва індустрії моди згідно вимог ринку праці через розвиток спільних програм, пов'язаних із креативною профорієнтацією для молоді, популяризацією

професій індустрії моди, пошуком нових форм донесення знань та розширення дуальної форми освіти. Означені процеси є запорукою збільшення контингенту абітурієнтів, зацікавлених в здобутті тих освітніх і професійних кваліфікацій, які є актуальними на ринку праці та після їх підготовки- спеціалістів, готових працювати в сучасних інноваційних умовах.

Індустрія моди – це складна екосистема з багатьма зацікавленими сторонами – стейкхолдерами, що представлена на рис 1. [4, с. 45-48].



Рис.1 Стейкхолдери як суб'єкти впливу на підготовку кадрів для індустрії моди України (розроблено автором)

Ці зацікавлені сторони мають власні унікальні цілі та завдання, які допомагають формувати кадровий ринок індустрії моди, яким він є сьогодні. Важливість стейкхолдерів у тому, що їхнє розуміння ситуації та внесок в управління – це основа для успішної взаємодії та співпраці в побудові публічно-приватного партнерства в підготовці кадрів для цього

сектору економіки. Мета створення ефективної системи партнерства полягає у координації діяльності здобувачів освіти, закладів освіти, роботодавців галузі та зацікавлених сторін для сконцентрованої роботи, направленої на удосконалення та покращення якості підготовки майбутніх кваліфікованих робітників для індустрії моди. [1,2].

Коло стейкхолдерів галузі індустрії моди досить велике, спільна взаємодія та розуміння їхніх інтересів допомагає створити гармонійну робочу атмосферу та забезпечити успішне виконання поставлених задач. Управління системою стейкхолдерів – це складний, але необхідний процес для успішного взаємодії та співпраці в побудові публічно-приватного партнерства у підготовці кадрів для галузі моди, що включає наступні процеси:

- ідентифікація стейкхолдерів: а) групи, що можуть впливати на проєкт; б) групи, на які впливає проєкт. Визначення тих, хто пов'язаний з процесом підготовки кадрів (замовників, виконавців, інвестори, робітники, здобувачі освіти), потреби та очікування стейкхолдерів для залучення;
- визначення та оцінка впливу кожного стейкхолдера на проєкт (низький, середній або високий) та наскільки кожна із зацікавлених груп учасників процесу підтримує процеси, зацікавлена в успіху і готова активно допомагати його реалізації.
- комунікація та зворотний зв'язок. Необхідно встановити відкритий і ефективний канал спілкування з кожним типом зацікавлених осіб, через регулярні наради, консультації та зворотний зв'язок. Кожен стейкхолдер має бачити, що його інтереси враховують і поважають у процесі реалізації проєкту.

Під проєктом вдосконалення процесу підготовки кваліфікованих спеціалістів для галузі моди на засадах публічно-приватного партнерства згідно проведеного опитування вітчизняних стейкхолдерів узагальнено основні напрямки, а саме:

- вдосконалення співпраці між професійною освітою, вищими навчальними закладами, різними галузями промисловості та економіки країни;
- надання ефективнішої інституційної та політичної підтримки;
- визначенні сучасними виробничими потребами змісту професійного навчання;
- тісний зв'язок змісту теоретичного навчання і практичної підготовки;
- пріоритетність професійного навчання на робочому місці;
- створення сприятливих умов для розвитку дуальної освіти;
- створення незалежних дорадчо-консультативних центрів з метою надання організаційної та методичної допомоги органам місцевої влади, закладам освіти, роботодавцям, приватним партнерам тощо.

- активну участь асоціацій підприємців у плануванні, реалізації, контролі, а інколи й у фінансуванні самої підготовки працівників;
- розвиток спільних програм для молоді, пов'язаних із ефективною профорієнтацією, популяризацією професій індустрії моди та мережі закладів П(ПТ)О та ЗВО;
- вдосконалення форм і механізмів мотивації роботодавців для організації на своїх базах різних видів навчально-виробничої діяльності, підвищення кваліфікації та стажування педагогічних працівників;
- покращення систем моніторингу ринку праці галузі індустрії моди, відстеження процесів переходу від навчання до працевлаштування із урахуванням зміни релокованих підприємств та освітніх закладів на час воєнних дій;
- реалізація інноваційних освітніх програм професійної підготовки та перепідготовки персоналу із урахуванням пропозицій працевлаштувачів та вимог реалій воєнного стану та відновлення повоєнної індустрії моди.

**Висновок.** З'ясовано, що для ефективного вирішення питань підготовки кадрів для підприємств індустрії моди має бути скоординована діяльність всіх стейкхолдерів як суб'єктів впливу на цей процес на засадах публічно-приватного партнерства яке є підґрунтям якісних змін в освітній сфері нашої держави.

### **Література**

1. Elsayed Ahmed Elnashar (2021) «Stakeholders of education institutions between fashion design of seamless clothes» conference Global sustainable Fashion week GSFw 7t-13-th June 2021
2. Maria De Los Angeles Gomes Gavito (2016) The Value of Stakeholder Analysis in the Processes of a Textile Company Conference: The value of Stakeholder Analysis in the processes of a Textile company At: Detroit, Michigan USA September 2016
3. Бабенко В., Геращенко В. (2022) / Роль індустрії моди у розвитку креативних індустрій та формуванні креативного капіталу // Економічний простір № 179, 2022 УДК 330.1:338:347.7 DOI: <https://doi.org/10.32782/2224-6282/179-23> с.153
4. Виноградська, Г. (2024) / Стейкхолдери як суб'єкти впливу на підготовку кадрів для індустрії моди України // Проблеми та перспективи економіки та менеджменту : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції / Східноєвропейський центр наукових досліджень (Черкаси, 15 серпня 2024 р.). Research Europe, м. Черкаси, Україна, с. 45-48.