

УДК 391

JEL Classification: Z19

**Виноградська Г. Є.,**  
здобувачка третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти,  
Інститут професійної освіти НАПН України, м. Київ;  
Президент "Національного галузевого партнерства  
в легкій промисловості України", м. Київ

## **СТЕЙКХОЛДЕРИ ЯК СУБ'ЄКТИ ВПЛИВУ НА ПІДГОТОВКУ КАДРІВ ДЛЯ ІНДУСТРІЇ МОДИ УКРАЇНИ**

Українська індустрія моди є перспективним комерційним сектором, що останнім часом набирає все більшого розвитку, як окремий сектор економіки та включає не тільки виробництво та збут товарів, а також сприятиме розвитку нового креативного капіталу та креативної економіки. Зокрема, валова додана вартість, зайнятість та кількість суб'єктів господарювання креативних індустрій України зростають не дивлячись на військовий стан [4, с. 153]. Швидкі темпи зростання автоматизації та механізації виробничих процесів легкої промисловості як однієї з основних підгалузей індустрії моди зумовлюють підвищення вимог до рівня підготовки кваліфікованих робітників, зайнятих у галузі. Державно-приватне партнерство (далі- ДПП) активізувало дискусію щодо вдосконалення управління у сфері підготовки кадрів для галузі, отже співпраця між державою та бізнесом є важливим фактором успіху національної економіки- вся система працює ефективно, коли інтереси обох сторін збігаються [6].

Індустрія моди – це складна екосистема з багатьма зацікавленими сторонами – стейкхолдерами - зацікавленими фізичними та юридичними особами, які мають легітимний інтерес в освітньому процесі. 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 державно-приватного партнерства в підготовці кадрів для цього сектору економіки. Мета створення ефективного 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, що поділяються на *внутрішніх стейкхолдерів*:

– різні категорії осіб, що отримують освіту (студенти всіх форм освіти в індустрії моди) та їх батьки;

– науково-педагогічні працівники, навчально-виробничий і адміністративно-управлінський персонал всіх закладів освіти в фешн-галузі.

*та зовнішніх стейкхолдерів:*

– держава, яка здійснює нормативно-правове регулювання діяльності закладів освіти і основне замовлення на підготовку фахівців через розподіл державного замовлення на підготовку кадрів;

– регіональні органи державної влади та органи місцевого самоврядування;

– роботодавці, які зацікавлені в компетентних фахівцях;

– абітурієнти та їх батьки, які знаходяться на стадії вибору закладів освіти;

– різноманітні громадські організації та об'єднання, які безпосередньо не пов'язані із системою освіти (соціальні групи, творчі спілки, бізнес асоціації тощо), але які зацікавлені у соціальному партнерстві та

– групи впливу – засоби масової інформації, агентства у сфері фешн індустрії та легкої промисловості, які вважаються другорядними стейкхолдерами і можуть як створити проблеми на шляху процесу, так і навпаки стати йому підтримкою [1, 2, 3].

На рис.1 схематично зображено ці групи стейкхолдерів та хто до них відноситься.

Під проектом вдосконалення процесу підготовки кваліфікованих робітників для галузі моди та легкої промисловості на засадах державно-приватного партнерства згідно проведеного опитування вітчизняних стейкхолдерів узагальнено основні напрямки, а саме:

– розвиток спільних програм для молоді, пов'язаних із ефективною профорієнтацією, популяризацією професій легкої промисловості 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 легкої промисловості, відстеження процесів переходу від навчання до працевлаштування із урахуванням зміни релокованих підприємств та освітніх закладів на час воєнних дій;

- створення інтегрованих (укрупнених) професії в галузі легкої промисловості, обумовлених появою можливості більш ефективно та своєчасно реагувати на перерозподіл персоналу за трудовими функціями;
- реалізація інноваційних освітніх програм професійної підготовки та перепідготовки персоналу із урахуванням пропозицій працедавців та вимог реалій воєнного стану та відновлення повоєнної легкої промисловості;
- впровадження системи підтвердження професійних кваліфікацій професій легкої промисловості відповідно до європейських практик [5, с. 203].

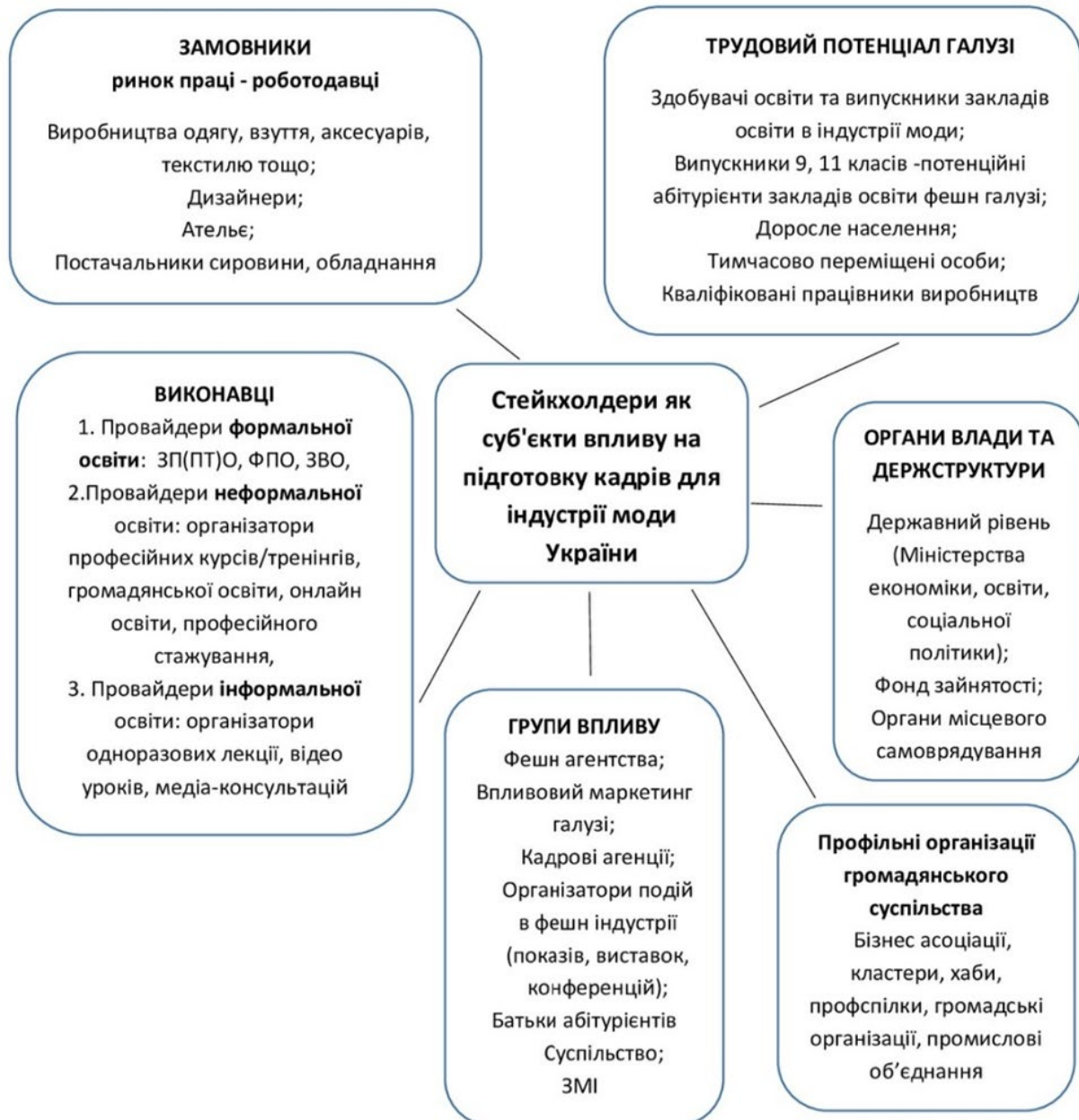


Рис. 1. Стейкхолдери як суб'єкти впливу на підготовку кадрів для індустрії моди України

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 державно-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, виконавці, 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.

З'ясовано, що для ефективного вирішення цих завдань має бути скоординована діяльність регіональних і місцевих органів влади, об'єднаних спілок роботодавців і підприємців, професійних спілок педагогічних працівників закладів ЗВО, П(ПТ)О та науковців.

### Список використаних джерел

1. Elnashar E. A. Stakeholders of education institutions between fashion design of seamless clothes. *Global Sustainable Fashion Week* (2021, 7th – 13th June). Budapest.
2. M. D. L. A. G. Gavito. The Value of Stakeholder Analysis in the Processes of a Textile Company. *The value of Stakeholder Analysis in the processes of a Textile company* (2016, September). Detroit – Michigan.
3. Sami M. Personal blog – Digital World, Software Engineering & Architecture Practices. 2018. URL: <https://melsatar.blog/2018/03/07/stakeholders-management-what-why-and-how> (дата звернення: 01.08.2024).
4. Бабенко В., Геращенко В. Роль індустрії моди у розвитку креативних індустрій та формуванні креативного капіталу. *Економічний простір*. 2022. № 179. С. 153–158.
5. Виноградська Г. Сучасний стан підготовки кадрів для легкої промисловості на засадах державно-приватного партнерства. *Професійна педагогіка*. 2022. Т. 1. № 24. С. 203–214.
6. Про державно-приватне партнерство : Закон України від 01.07.2010 р. № 2404-VI. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2404-17> (дата звернення: 01.08.2024).