

„ZPRÁVA O VZDĚLÁVACÍCH POTŘEBÁCH MLÁDEŽE V OBLASTI PODNIKÁNÍ V KULTURNÍM A KREATIVNÍM PRŮMYSLU“

Projekt OW- Jedna cesta= kultúry+ mládeže+ kreativity
č. 2020-1-SK02-KA227-YOU-002737

Rok vydání 2021

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



OBSAH

Úvod	3
● O projektu	4
● Metodologie – dotaznikové a fokusní šetření	7
● Výzkum ČR dotazník + fokus	20
● Výzkum SK dotazník + fokus	30
● Výzkum PL dotazník + fokus	39
● Souhrnné výsledky a doporučení pro vzdělávání	48
● Návrhy na vzdělávací činnost	54
Závěr	56

ÚVOD

Kreativní průmysl klade na mladé podnikatele i na podporovatele zvýšené nároky, jak z hlediska hledání nápadu, tak kvality jeho zpracování i jeho prezentaci koncovému uživateli. Samotné podnikání v kreativním průmyslu v sobě zahrnuje nejen kreativitu samotnou, ale i podnikavost či manažerské dovednosti. Cílem této zprávy je vyhodnotit provedené šetření ve třech zúčastněných partnerských zemích (Česká republika, Slovensko a Polsko) a navrhnout možnosti vzdělávání v rámci kompetencí tak, aby se podpořila podnikavost mladých lidí v kreativním průmyslu.

hlavní řešitel



O PROJEKTU

Tato zpráva vznikla v rámci projektu

OW- Jedna cesta = Kultura + Mládež + Kreativita,
který je realizován díky podpoře programu **ERAMUS+**.

Projekt reaguje na následující problémy:

- Mladí lidé nemají dobré podmínky pro rozvoj kompetencí nezbytných pro podnikání v kulturních a kreativních odvětvích.
- Pracovníci s mládeží nepracují systematicky na rozvoji mladých lidí v oblasti kultury a tvořivosti.
- Identifikované příčiny výše uvedených problémů.
- Pracovníkům s mládeží chybí metodická podpora při rozvoji kompetencí mladých lidí v oblasti kultury a tvořivosti.
- Mladým lidem chybí metodická podpora v oblasti podnikání v kulturních a kreativních odvětvích.

Mladým lidem se zájmem o kulturu a kreativitu chybí inspirace, příklady dobré praxe a kontakty na podnikatele v tomto odvětví.

O PROJEKTU

Cílem projektu je:

- Zvýšit metodickou podporu pracovníků s mládeží pro práci s mladými lidmi v oblasti kultury a kreativity.
- Zvýšit metodickou podporu mladých lidí v oblasti podnikání v kulturních a kreativních odvětvích.
- Zintenzivnit vytváření sítí a výměnu příkladů dobré praxe mezi mladými lidmi a mladými podnikateli v kulturním a tvůrčím odvětví.

Partnerské organizace



Šetření o vzdělávacích potřebách mládeže v oblasti podnikání v kulturním a kreativním průmyslu

Zahájení jakéhokoliv podnikání přináší s sebou vysokou míru rizika a překážek. Z tohoto důvodu je často udávána jako překážka k zahájení podnikání míra vzdělání. Studie Global Entrepreneurship Monitor (GEM), která proběhla několikrát i v ČR, každoročně uvádí, že za jednou třetinou neúspěchů či 40 % nezahájených realizací podnikatelských plánů právě stojí bariéra vzdělání (Lukeš, Jakl, 2012).

Zpráva o vzdělávacích potřebách mládeže v oblasti podnikání v kulturním a kreativním průmyslu se skládá ze tří částí. V první části proběhl dotazníkový průzkum mezi mladými kreativci a pracovníky s mládeží se zaměřením na zjišťování jejich kompetencí, ve druhé části byly realizovány fokusní skupiny mezi mladými kreativci, ve třetí části byly výstupy z dotazníkového šetření a fokusních skupin komplexně vyhodnoceny a poskytnuty pro zpracovatele metodiky.

Metodologie pro sestavení dotazníků

Při sestavování dotazníků byl na základě rešerší modelů kompetencí v kreativním průmyslu (Mitzner a Kamprath 2013, Aisha, Sudirman, Siswanto a Andriani, 2019) sestaven seznam kompetencí, které budou měřeny v obou skupinách. Kompetence se navzájem doplňují či zrcadlí u obou skupin tak, aby v případě deficitu kompetence u jedné skupiny, byla možnost rozvíjet kompetenci u druhé skupiny společnou aktivitou anebo vzdělávat skupiny na společné téma.

Z hlediska pracovníků s mládeží je důraz kladen na manažerské dovednosti, které budou převažovat i v jejich práci i při využití koučinku či mentoringu.

Dotazníky využívaly škály, díky kterým bylo možno propojit proměnné typu ohodnocení kompetence a možnost využití pro podnikání či rozvoj vzdělávacích aktivit.

Vybrána technika sběru dat pomocí byla provedena prostřednictvím online dotazníkového šetření. Sběr dat probíhal současně ve třech zemích během listopadu 2021. Cílem bylo splnit kvótní výběr 50 pracovníků s mládeží a 100 respondentů z řad mládeže z každé země.

Výsledky výzkumu jsou shrnuty pro každou partnerskou zemi a potom jsou souhrnně prezentovány spolu s návrhy na vzdělávací aktivity, kdy jsou individuálně nastavena pořadí kompetencí dle výskytu ve vzorku.

Vzor dotazníků a fokusní skupiny

Dotazník kreativní mládež

1. Co Vás nejvíce baví tvořit?

(zvážit otevření otázky nebo dát obecné možnosti níže)

- a. Výtvarné umění
- b. Virtuální realita
- c. 3D tisk
- d. Navrhování módy, oděvů, doplňků
- e. Rukodělné práce
- f. Hudba
- g. Tanec
- h. Divadlo
- i. Jiné

Jak byste zhodnotil [a] tyto dovednosti vůči možnému podnikání v tom, co Vás baví tvořit. Máte k dispozici tuto škálu, kde hodnotíte jak svou dovednost, tak to, jestli je k Vašemu podnikání vůbec potřebná.

Škála je následující (1-9).

- 1. mám na vysoké úrovni a k podnikání potřebuji
- 2. mám na střední úrovni a k podnikání potřebuji
- 3. mám na nízké úrovni a k podnikání potřebuji
- 4. mám na vysoké úrovni a k podnikání nepotřebuji

5. mám na střední úrovni a k podnikání nepotřebuji
6. mám na nízké úrovni a k podnikání nepotřebuji
7. nemám a vím, že k podnikání ji asi potřebuji a chci se ji naučit
8. nemám a vím, že k podnikání ji asi potřebuji, ale nechci se ji naučit
9. nemám a vím, že je k podnikání ji nepotřebuji

Seznam znalostí a dovedností:

1. Mít cit pro krásu a hodnotu
2. Znalost cizího jazyka
3. Pochopení jiné kultury
4. Zůstat věrný tomu, v čem se mi daří
5. Vše si umět dobře rozmyslet
6. Mít aktivní a kreativní přístup
7. Organizační a řídicí schopnosti a týmové spolupráce-P
8. Využívat moderních technologií v mém oboru (3D tisk, virtuální realita...)
9. Umět si stanovit dosažitelný cíl
10. Umět si spočítat, kolik si kolik mi zůstane po akci, když zaplatím všechny náklady s ní spojené.
11. Dokázat si udělat průzkum trhu (poptávku).
12. Být schopen nést zodpovědnost
13. Umět zvládat konstruktivní kritiku a kriticky uvažovat
14. Sebevzdělávat se
15. Být schopen identifikovat a řešit problémy a zvládat zátěžové situace a překážky

16. Bezproblémová komunikace

17. Mít povědomí o nestandardních formách zaměstnávání

(např. DPČ, autorské smlouvy)

18. Mít povědomí o základní legislativě spojené s podnikáním

(např. autorské právo, licence)

NA ZÁVĚR NÁM ŘEKNĚTE NĚCO MÁLO O SOBĚ:

Mám předchozí zkušenost s podnikáním či jinou projektovou činností

Ano

Ne

Máte zkušenost s prezentací výsledků své kreativní činnosti? Bylo to alespoň:

1x týdně

1x měsíčně

1x za půlroku

1x za rok

Nikdy jsem to nezkusil [a].

Jsem:

Muž

Žena

nechci uvést

Je mi:

15–19 let

20–24 let

25–29 let

Nad 30 let

Dokončil/a jsem jako poslední:

Základní školu

Střední odborné učiliště

Střední školu s maturitou

Vysokou školu

Chci být v kontaktu o dění v projektu:

Ano – uvádím mail: _____

ne

Dotazník pracovníci s mládeží

1. Co Vás nejvíce baví tvořit ve volném čase? (zvážit otevření otázky nebo dát obecné možnosti níže)

- a. Výtvarné umění
- b. Virtuální realita
- c. 3D tisk
- d. Navrhování módy, oděvů, doplňků
- e. Rukodělné práce
- f. Hudba
- g. Zahrádka
- h. Tanec
- i. Divadlo
- j. Jiné

Při práci s mládeží se možná setkáváte s těmi, kteří by svůj koníček chtěli změnit ve své zaměstnání či podnikání. Zajímalo by nás, jak byste hodnotili níže uvedené dovednosti a Vaše zkušenosti na základě uvedené škály tak, jak by pomohly mládeži s podnikáním. Škála (1-9):

- 1. mám na vysoké úrovni a umím ji předat jako potřebnou k podnikání
- 2. mám na střední úrovni a umím ji předat jako potřebnou k podnikání
- 3. mám na nízké úrovni a umím ji předat jako potřebnou k podnikání
- 4. mám na vysoké úrovni, a umím ji předat, ale k podnikání nepotřebují

5. mám na střední úrovni a umím ji předat, a k podnikání nepotřebuji
6. mám na nízké úrovni a umím ji předat, k podnikání nepotřebuji
7. nemám a vím, že k podnikání ji asi potřebují a chci se je naučit
8. nemám a vím, že k podnikání jí asi potřebují, ale nechci se ji naučit
9. nemám a vím, že ji k podnikání nepotřebují

Seznam dovedností a znalostí:

1. Podněcovat tvořivost mladých lidí
2. Napomáhat mladým lidem v nalézání jejich místa v měnícím se světě
3. Mít proaktivní přístup
4. Vcítit se a identifikovat potřeby mladých lidí a nasměrovat je správným směrem
5. Umožňovat mladým lidem pracovat na svých cílech
6. Předávat znalosti z různých sociálních a kulturních prostředí jako inspiraci
7. Schopnost vést a motivovat mladé lidi
8. Schopnost být networkerem mezi mladými lidmi (vyhledávání příležitostí a kontaktů)
9. Poskytovat mladým lidem odpovídající podporu a zpětnou vazbu
10. Pomáhat rozvíjet sebevědomí, znalosti, schopnosti kritického myšlení a porozumění ostatním
11. Podporovat týmovost
12. Podporovat mladé lidi v efektivní komunikaci a řešení problémů
13. Nalézat zdroje a efektivně s nimi nakládat
14. Používat širokou paletu vzdělávacích metod a technik
15. Používat odpovídající nástroje informačních technologií pro kreativní mladé lidi

NA ZÁVĚR NÁM ŘEKNĚTE NĚCO MÁLO O SOBĚ:

Mám předchozí zkušenost s podnikáním či jinou projektovou činností

Ano

Ne

Máte zkušenost s prezentací výsledků kreativní činnosti mládeže?

Bylo to alespoň:

1x týdně

1x měsíčně

1x za půlroku

1x za rok

Nikdy jsem to nezkusil [a].

Věk cílové skupiny, se kterou pracuji– více možností :

15–19 let

20–24 let

25–29 let

Nad 30 let

Délka praxe práce s mládeží

Méně než 1 rok

1–5 let

6 let a více

Typ organizace, pro kterou pracuji

veřejný neziskový sektor (VŠ, střední školy, centra volného času, veřejná státní správa atd.)

soukromý neziskový sektor (centra volného času, soukromé vzdělávací instituce atd.),
soukromý sektor.

Jsem:

Muž

Žena

nechci uvést

Dokončil/a jsem jako poslední:

Základní školu

Střední odborné učiliště

Střední školu s maturitou

Vysokou školu

Chci být v kontaktu o dění v projektu:

Ano – uvádím mail. _____

ne

Fokusní skupina

Tabulka pro zápis:

Popis skupiny: (jaká je to skupina)

Název skupiny:

Druh (divadelní kroužek atd.):

Místo (středisko volného času):

Věk respondentů:

Počet respondentů:

Forma setkání (online/prezenčně):

Zajímavosti / zvláštnosti skupiny:

Co obecně chceme zjistit / ověřit?	Co se budeme ptát?	Odpovědi
Kontinuita Schopnost dlouhodobě pracovat na projektu	1. Jakou máte zkušenost s dotahováním věcí 2. Jak reagujete na překážky? 3. V jakých situacích utíkáte od odpovědnosti, proč? 4. Jak si stanovujete cíle?	
Vztahy – navazování a udržení Do jaké míry jsou stabilní, jsou bezpečné Schopnost tvořit bezpečné a stabilní vztahy	1. Jak komunikuji v nové neznámé situaci? 2. Na koho bych se obrátil, kdybych potřeboval radu?	

	<p>4. Jak se u toho cítím? 5. Pracujete raději v týmu nebo samostatně?</p>	
<p>Vztahy – ukončení Umět opustit nezdravé vztahy/projekty. Schopnost udržování zdravé mysli.</p>	<p>Co je pro ně nezdravý vztah/projekt</p> <p>Jak s tím pracují? Pokud s tím pracují</p> <p>Jak odchází z projektu ze vztahu?</p> <p>Emoční a finanční banka vztahu – jsem si ji vědom.</p>	
<p>Učení se Kde se učím o nových věcech? Schopnost učit se celoživotně a nejen formálně.</p>	<p>1. Když něco začínám – kde nebo u koho zjišťuji informace? 2. Kde získávám informace o jiných formách zaměstnávání.</p>	

	<p>3. Porovnáváte/ověřujete informace z více zdrojů?</p> <p>4. Dokážete kriticky zhodnotit veřejně dostupné informace?</p>	
<p>Vzory pro podnikavost Schopnost inspirovat se a učit se od druhých a hledat pozitivní vzory pro podnikavost/ podnikání/ život - (příklady dobré praxe).</p>	<p>1. Kdo je vaším vzorem?</p> <p>2. Z jaké je generace?</p> <p>3. Vyjmenujte 5 osob (ne jména, ale profese, vztah), se kterými jste v učícím se kontaktu.</p> <p>4. Máte podpůrnou skupinu?</p> <p>5. Jak často se setkáváte a vyměňujete si zkušenosti?</p>	
<p>Podnikání Schopnost proměnit svou tvorbu v pravidelný příjem</p>	<p>1. Kde zjišťujete informace o legislativě?</p> <p>2. Co vnímám jako největší překážku pro podnikání?</p> <p>3. Kde zjišťujete informace o podpoře k podnikání?</p>	

	<p>(materiální, finanční, lidské)</p> <p>4. Víte, jak se zapojit do projektů pro mládež?</p> <p>5. Kde mohu získat informace o projektech a o tom, co tato činnost obnáší?</p>	
<p>Změna Schopnost provést změnu. Schopnost vyhodnocovat a odstraňovat neefektivní činnosti a nahrazovat je novými inovativními činnostmi.</p>	<p>1. Provádíte změny ve svých pravidelných činnostech?</p> <p>2. Co potřebujete ke správnému rozhodnutí nebo změně?</p> <p>3. Rádi riskujete a objevujete nové věci?</p> <p>4. Když vás něco zaujme, inspirujete se tím?</p> <p>5. Dokážete proměnit vizi ve skutečnost?</p>	

VÝSLEDKY VÝZKUMU VZDĚLÁVACÍCH POTŘEB – ČESKÁ REPUBLIKA

Dotazníkového šetření se zúčastnilo 53 respondentů z řad pracovníků s mládeží a 100 respondentů z řad kreativní mládeže. Dále bylo realizováno 5 šetření fokusních skupin.

Pracovníci s mládeží

Výzkumu se účastnilo celkem 53 respondentů, z toho 52,8 % žen, 43,4 % mužů a 3,8 % respondentů neodpovědělo. Většina z nich má vysokoškolské vzdělání (77,4 %), dále následuje středoškolské s maturitou (16,9 %) a ostatní (vyučen či základní škola) v 5,7 %.

Dotazník vyplnili poměrně zkušení pracovníci, když většina z nich (62,3 %) má zkušenost práce s kreativní mládeží šest a více let.

Zkoumané pracovníky zaměstnává především veřejný sektor, tj. centra volného času, VŠ, střední školy, kde tito pracovníci aktivizují mladé lidi (67,9 %), druhou platformou, kde se pracovníci s mládeží setkávají je v rámci soukromého sektoru (soukromé vzdělávací instituce, centra apod.) v 22,7 %. Aktivizace v nestátních neziskových organizacích tvoří pouze zlomek vzorku, tj. 9,4 %.

Nejčastěji pracovníci tíhnou k hudbě, výtvarnému umění, ručním pracem, kterými mohou podpořit kreativitu mládeže. Na druhé straně je žádoucí, aby v budoucnu byli schopni podpořit kreativní mládež tím, že mají zkušenost s projekty či s podnikáním (83%) a s prezentací vlastní tvorby. 84,9 % dotázaných má alespoň jednu zkušenost ročně s prezentací výsledků své kreativní činnosti a může tak předávat zkušenosti dalším, zejména kreativní mládeži.

Kompetence pro podnikání v kreativním byznysu pro pracovníky s mládeží

Pracovníci pracují zejména s věkovou skupinou 15 až 19 let (64,2 %) a 20 až 24 let (20,8 %), kteří tvoří potenciál pro kreativní podnikání do budoucna. Menší skupinu tvoří mladí lidé nad 25 let (do 30 let), kteří přichází již s plánem něco začít (15,1 %).

Kompetence potřebné pro podnikání

Níže jsou uvedeny kompetence, které považují pracovníci za důležité k podnikání v kreativním průmyslu a zároveň pracovníci mají střední a vysoký stupeň rozvinutí kompetence. Tím je zajištěno, že budou schopni kompetence mládeži dále předávat.

Níže jsou uvedeny kompetence s největším podílem.

- Schopnost vést a motivovat mladé lidi
- Pomáhat rozvíjet sebevědomí, znalosti, schopnosti kritického myšlení a porozumění ostatním
- Schopnost podporovat mladé lidi v efektivní komunikaci a řešení problémů
- Schopnost podporovat týmovost
- Schopnost napomáhat mladým lidem v nalézání jejich místa v měnícím se světě

Pro podnikání byly identifikovány jako nejvíce potřebné motivační faktory, způsob komunikace a týmová práce.

Kompetence nepotřebné pro podnikání

Čtvrtina respondentů z řad pracovníků s mládeží zastává názor, že i když kompetenci má, není třeba ji předávat, protože ji k podnikání mládež potřebovat nebude. Jedná se především o následující kompetence:

- Schopnost podněcovat tvořivost mladých lidí
- Schopnost umožňovat mladým lidem pracovat na svých cílech

- Schopnost vcítit se a identifikovat potřeby mladých lidí a nasměrovat je správným směrem
- Schopnost poskytovat mladým lidem odpovídající podporu a zpětnou vazbu
- Schopnost používat širokou paletu vzdělávacích metod a technik

Z výsledků vyplynulo, že pracovníci předpokládají, že mládež, se kterou pracují má kreativní potenciál, a proto již tento potenciál není třeba rozvíjet či směřovat.

Kompetence pracovníků k naučení

V závěru výzkumu pracovníci s mládeží identifikovali možnosti svého rozvoje, tedy které kompetence by bylo třeba posílit. Jednalo se především o následující kompetence:

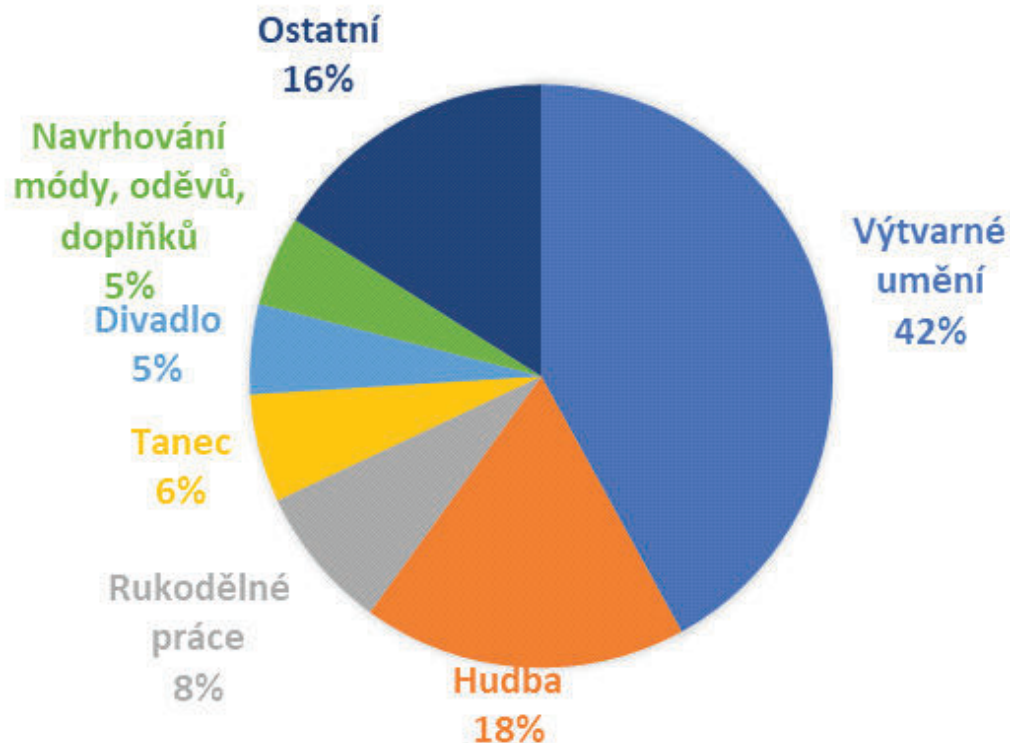
- Schopnost používat odpovídající nástroje informačních technologií pro kreativní mladé lidi
- Schopnost být networkerem mezi mladými lidmi (vyhledávání příležitostí a kontaktů)
- Schopnost používat širokou paletu vzdělávacích metod a technik
- Schopnost nalézat zdroje a efektivně s nimi nakládat
- Schopnost předávat znalosti z různých sociálních a kulturních prostředí jako inspiraci

Rozvoj pracovníků s mládeží lze spatřovat v oblasti nových IT technologií a využití pro kreativní průmysl či podpora síťování. Nedílnou součástí vzdělávání je i finanční gramotnost pracovníků, kteří by měli být schopni předat základy finančního plánování pro začínající podnikatele pomocí neformálního vzdělávání.

Kreativní mládež a její vzdělávací potřeby

Výzkumu se účastnilo 100 respondentů, z toho 71 % žen, 21 % mužů [8 % nevedlo]. Kreativním činnostem se nejčastěji věnuje ve vzorku skupina ve věku 15 až 19 let [52 %], dále 20 až 24 let [31 %]. Díky věkové struktuře převažuje dokončené základní vzdělání [46 %] nebo středoškolské [22 %]. Silnou skupinu ve starší věkové kategorii představují vysokoškoláci [25 %]. V současné době má zkušenost s projektem nebo z podnikání 31 % respondentů. Zájmy a dovednosti kreativní mládeže jsou velice různorodé. Mládež je schopna identifikovat i svou unikátnost, nejen se zařadit do hlavního proudu volnočasových či kreativních aktivit. Na druhé straně převažuje výtvarné umění, hudba a ruční práce.

ZASTOUPENÍ OBLASTÍ ZÁJMU



S jejich zájmy souvisí i motivace prezentovat výsledky své tvořivé práce na veřejnosti. Ovšem výsledky ukazují, že skoro 1/5 to nikdy nezkusila a nejčastější frekvence je měsíční či půlroční. Ve druhé části dotazníku respondenti z řad mládeže identifikovali tři druhy kompetencí, které si myslí, že mají či potřebují, aby svůj koníček mohli prohloubit v samostatné podnikání.

Kompetence potřebné

V této části byly vybrány a seřazeny kompetence, u kterých respondenti uvedli, že je mají na vysoké či střední úrovni a budou schopni je v podnikání využít. Jednalo se o následující kompetence:

- Schopnost nést zodpovědnost
- Cit pro krásu a hodnotu věcí
- Sebevzdělávat se
- Schopnost přistupovat k věcem aktivně a kreativně
- Umět zvládat konstruktivní kritiku a kriticky uvažovat

Z výsledků můžeme vidět, že podnikání chápou jako závazek = odpovědnost a je nutno se vzdělávat. Rovněž chápou, že kreativní průmysl není uzavřená komunita a znalost cizích jazyků či kultur je praktická dovednost.

Nepotřebné dovednosti

Výsledky výzkumu reflektují zejména individuální potřeby každého mladého člověka. Níže jsou uvedeny kompetence, které mladí lidé považují za nepotřebné:

- Chápání jiné kultury
- Schopnost zůstat věrný tomu, v čem se mi daří
- Cit pro krásu a hodnotu věcí
- Schopnost organizační a řídicí schopnosti a týmové spolupráce
- Schopnost využívat moderní technologie v mém oboru
(3D tisk, virtuální realita...)

Kompetence k naučení

Níže jsou uvedeny kompetence k naučení, které převažují u mládeže v rámci vzorku a představují jejich vzdělávací potřeby.

- Mít povědomí o základní legislativě spojené s podnikáním
(např. autorské právo, licence)
- Mít povědomí o nestandardních formách zaměstnávání
(např. DPČ, autorské smlouvy)
- Schopnost udělat si průzkum trhu (poptávku)
- Schopnost využívat moderní technologie v mém oboru
(3D tisk, virtuální realita...)
- Schopnost umět spočítat, kolik financí mi zůstane po akci, když zaplatím všechny náklady s ní spojené.

Fokusní skupiny

V rámci České republiky se šetření fokusních skupin účastnilo pět různorodých skupin, ve věku 17-18 let (FG1)-umělecká škola, klub (13let, FG2), 24 let (FG3, tanec), 18-30 let (FG4, FG5, spolek). Cílem bylo zjistit faktory, které přispějí k identifikaci vzdělávacích potřeb a podpoře podnikavosti. Oblasti zájmu byly rozděleny na kontinuálnost, vztahy (navazování, udržení a ukončení), učení se, vzory pro podnikavost, podnikání a změna.

Interperetace

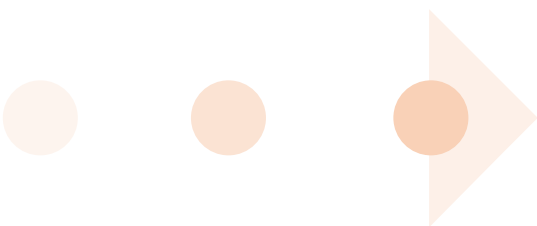
Na základě jednotlivých fokusních skupin lze vidět, že v oblasti kontinuálnosti jsou nejvíce motivováni pocitem zodpovědnosti a dodržením práce než dalšími faktory, jak zlepšit práci v projektové skupině či projektové řízení. V oblasti vztahů převažuje nejvíce opatrnost, pak teprve navázání kontaktů. Podpora týmové práce je tak poloviční dle zaměření fokusní skupiny. Ukončování vztahů považují všechny skupiny za problematické, bolestivé, je ukončeno v případě převažujících nevýhod. V oblasti učení převládá zdroj internet či youtube návody, pak zkušenosti lidé z dané oblasti. Vzory pro podnikavost nejsou vyjasněny, mají tendenci inklinovat k rodině, přátelům, vrstevníkům. Pro začátek podnikání řeší zejména „překážky“ a finance, nemají pojem o tom, zda by jejich činnost šla přetvořit do podnikatelské činnosti. Z větší části jsou všechny skupiny otevřeny novým věcem, proto by změny ve svém životě mohli uvítat.

Významná je role multiplikátorů – člověka se zkušenostmi, který může dovednosti předávat a tím překonat obavy členů fokusních skupin.

Doporučení pro vzdělávání: projektové řízení, týmová práce, řešení konfliktů, finanční gramotnost, podnikavost, kritické myšlení.

Shrnutí

V rámci kompetencí k naučení – tedy analýzy vzdělávacích potřeb vyplynula shoda ve vzdělávání ve finanční gramotnosti, využití IT technologií. Pro pracovníky s mládeží je pak nutné obohacení kurzy v oblasti manažerských dovedností. U kreativní mládeže je nutno doplnit o tzv. podnikatelské minimum v oblasti kreativního průmyslu, zejména ochrany duševního vlastnictví.





VÝSLEDKY VÝZKUMU VZDĚLÁVACÍCH POTŘEB – SLOVENSKO

Dotazníkového šetření se zúčastnilo 50 respondentů z řad pracovníků s mládeží a 119 respondentů z řad kreativní mládeže. Dále bylo realizováno 7 šetření fokusních skupin.

Pracovníci s mládeží

Online výzkumu se účastnilo 50 respondentů (68 % žen, 32 % mužů), kteří pracují nejvíce s cílovou skupinou ve věku 15-19 let (52 %), pak s mixem skupin 15-24 let (16%) a 15-29 let (14%). V 72 % mají zkušenost s projekty či vlastním podnikáním.

Respondenti v 78 % pracují pro veřejný neziskový sektor, soukromý neziskový sektor je zastoupen ve 22 %, ostatní kombinují oba typy organizací. Většina z nich má dlouhodobější praxi práce s mládeží - 6 roků a více (70 %), do 6 let pouhých 26 %. Ve vzdělání převažuje vysokoškolské (80 %), SŠ s maturitou 12 % a konzervatoř 8 %.

Kompetence pro podnikání v kreativním byznysu

Pracovníci pracují zejména s věkovou skupinou 15 až 19 let (52%) a 20 až 24 let (38 %), kteří tvoří potenciál pro kreativní podnikání do budoucna. Velice malou skupinu tvoří mladí lidé nad 25 let (do 30 let), kteří pak mohou přicházet s plánem něco začít (10%).

Kompetence potřebné pro podnikání

V níže jsou uvedeny nejčastější kompetence, kterými pracovníci disponují na vysoké či střední úrovni a jsou schopni předat pro podnikání:

- Schopnost podporovat týmovost
- Schopnost poskytovat mladým lidem odpovídající podporu a zpětnou vazbu
- Schopnost vést a motivovat mladé lidi
- Schopnost vcítit se a identifikovat potřeby mladých lidí a nasměrovat je správným směrem
- Schopnost používat širokou paletu vzdělávacích metod a technik

Za nejdůležitější byly považovány týmovost, podpora a motivace mladých lidí.

Kompetence nepotřebné

Níže jsou uvedeny kompetence, kterými pracovníci disponují, avšak domnívají se, že je mládež pro podnikání úplně od nich předat nepotřebuje:

- Schopnost podněcovat tvořivost mladých lidí
- Schopnost napomáhat mladým lidem v nalézání jejich místa v měnícím se světě
- Schopnost mít proaktivní přístup
- Schopnost předávat znalosti z různých sociálních a kulturních prostředí jako inspiraci

Z výsledků vyplývá, že pracovníci předpokládají, že pracují s aktivními a kreativními lidmi, a proto tyto kompetence není třeba dále posilovat.

Kompetence k naučení

V této části pracovníci vymezili možnost svého rozvoje – vzdělávací potřeby, kdy vymezili kompetence, které jsou potřebné pro podnikání, ale oni nimi nedisponují, proto je třeba posílit a rozvíjet. Jednalo se primárně o tyto kompetence:

- Pomáhat rozvíjet sebevědomí, znalosti, schopnosti kritického myšlení a porozumění ostatním
- Schopnost nalézat zdroje a efektivně s nimi nakládat
- Schopnost používat odpovídající nástroje informačních technologií pro kreativní mladé lidi
- Schopnost napomáhat mladým lidem v nalézání jejich místa v měnícím se světě

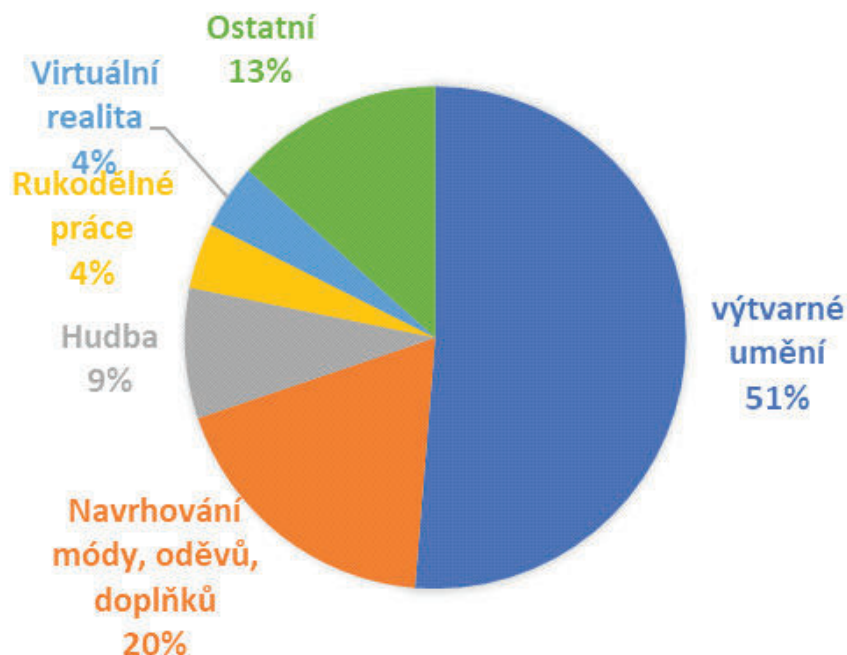
Soustředěnost je zejména na vymezení cíle podnikání, využívání IT, podpory finanční gramotnosti pro začínající podnikatele a kritické myšlení.

Kreativní mládež

Šetření se účastnilo 119 respondentů, zejména 85,1 % žen (10,1 % muži), zejména ve věku 15-19 let (84 %), dále 20 až 24 let (10,9 %) a 25-29 let (4,2 %). Díky složení vzorku převažuje studium/ukončená na SŠ s maturitou (77,3 %) a VŠ v 8,3 %. Dále pak struktura měla vliv na jejich zkušenosti s projekty či podnikáním, kdy kladně odpovědělo jen 36,1 %. Z výsledků vyplývá, že převažuje výtvarné umění a návrhářství, což se dále propojuje s frekvencí prezentace výsledků vlastní práce. Jak je provázáno s předešlými zájmy, převažuje frekvence měsíční až půlroční při prezentaci výsledků své práce.

Dále byly respondenty identifikovány tři druhy kompetenci pro podnikání a zároveň vymezeny vzdělávací potřeby.

ZASTOUPENÍ OBLASTÍ ZÁJMU SK



Kompetence potřebné

V následující tabulce byly vybrány kompetence, kterými mládež disponuje na vysoké či střední úrovni a je schopna je využít pro podnikání:

- Schopnost přistupovat k věcem aktivně a kreativně
- Schopnost nést zodpovědnost
- Cit pro krásu a hodnotu věcí
- Schopnost zůstat věrný tomu, v čem se mi daří
- Umět zvládat konstruktivní kritiku a kriticky uvažovat

Mládež v podnikatelských kompetencích disponuje aktivitou, zodpovědností či schopností pracovat s krásnými věcmi.

Kompetence nepotřebné pro podnikání

V této části mládež uváděla především kompetence, které má, avšak se domnívá, že k podnikání v kreativním průmyslu je nepotřebuje:

- Mít povědomí o základní legislativě spojené s podnikáním (např. autorské právo, licence)
- Chápání jiné kultury
- Schopnost organizační a řídicí schopnosti a týmové spolupráce

Zvláštností je uvedení právě podnikatelské legislativy, což může odpovídat propojení s částí respondentů, kteří ani neplánují podnikatelskou činnost začít. Překvapivé je, že nepotřebnou vidí chápání jiné kultury či organizační dovednosti, které jsou v v kreativním průmyslu klíčové.

Kompetence k naučení se

Níže jsou uvedeny kompetence, které převažují u mládeže v rámci vzorku a představují jejich vzdělávací potřeby:

- Mít povědomí o nestandardních formách zaměstnávání (např. DPČ, autorské smlouvy)
- Mít povědomí o základní legislativě spojené s podnikáním (např. autorské právo, licence)
- Schopnost udělat si průzkum trhu (poptávku).
- Schopnost umět spočítat, kolik financí mi zůstane po akci, když zaplatím všechny náklady s ní spojené.
- Chápání jiné kultury

Výsledky potvrdily předchozí domněnku, že kompetence, které k podnikání nepotřebují označili především ti, co podnikat zatím nechtějí, protože obě kompetence se objevily v rámci žádaných pro rozvoj. Další z nich jsou komunikační dovednosti či finanční (podnikatelská) gramotnost, taktéž znalost kulturní diverzity.

Fokusní skupiny

V rámci Slovenska se šetření se účastnilo sedm různorodých skupin – ta-nečnice (27, FG1), webdizajn (20, FG2), kreativní ženy (24-27, FG3), folklorní skupina (24, FG4), ZUŠ (15, FG5), konzervatoř (19-22, FG6), umělecká škola (17-18, FG7).

Cílem bylo zjistit faktory, které přispějí k identifikaci vzdělávacích potřeb a podpoře podnikavosti. Oblasti zájmu byly rozděleny na kontinuálnost, vztahy (navazování, udržení a ukončení), učení se, vzory pro podnikavost, podnikání a změna.

Interpretace

Z jednotlivých fokusních skupin bylo možné vidět, že mladí lidé v oblasti kontinuity jsou nejvíce motivováni tím, že je třeba splnit úkol, kterým jim zadal někdo jiný. Problém představuje plánování jednotlivých etap, tak aby se dal projekt splnit. V oblasti vztahů převažuje nejvíce opatrnost, pak teprve navázání kontaktů, preference vztahů založených na důvěře a hodně vztažené k vlastní komunitě. Podpora týmové práce je nízká dle zaměření fokusní skupiny, preferují individualismus. Ukončování vztahů - ve většině případů nemají špatnou zkušenost, je patrná nevyzrálost a nutnost vedení. V oblasti učení převládá zdroj internet či sociální sítě, členové fokusních skupin zároveň tvrdí, že mají schopnost kritického myšlení. Vzory pro podnikavost nejsou zcela zřejmé, občas se objeví známá osobnost. Pro začátek podnikání řeší zejména finance, překvapuje je, že do podnikání jsou nutné znalosti. Chybí sebevědomí pro podnikavost, z větší části nemají ambice zkusit podnikání do budoucna. Nutno podpořit fixace na vzory a tvorbu hodnot. Zkoušejí nové věci tím, že změna je výzva či inspirace, avšak potřebují mentora či konzultanta, aby je podpořil v jejich rozhodnutí. Významná je zde role multiplikátorů - člověka se zkušenostmi, který je zmiňován jak v procesu učení, tak v podpoře změn či podnikavosti.

Doporučení pro vzdělávání:

finanční gramotnost, podnikavost, kritické myšlení, týmová práce, zaměření se na budování sebevědomí a sebepoznání (sebeprezentace), poznání vlastních kompetencí. Rovněž v oblasti komunikace by bylo možno rozvíjet komunikační dovednosti či plánování (time management). Možná také zařadit využití sociálních sítí – jak využít a naučit se tam hledat.

Shrnutí

V rámci kompetencí k naučení – tedy analýzy vzdělávacích potřeb vyplynula shoda ve vzdělávání ve finanční gramotnosti, využití IT technologií a komunikačních dovednostech. Pro pracovníky s mládeží je pak nutné obohacení kurzy v oblasti motivace mladých lidí. U kreativní mládeže je nutno doplnit o tzv. podnikatelské minimum v oblasti kreativního průmyslu, zejména ochrany duševního vlastnictví, práci pod tlakem či naučit je celoživotnímu učení.



VÝSLEDKY VÝZKUMU VZDĚLÁVACÍCH POTŘEB – POLSKO

Dotazníkového šetření se zúčastnilo 64 respondentů z řad pracovníků s mládeží a 112 respondentů z řad kreativní mládeže. Dále bylo realizováno 5 šetření fokusních skupin.

Pracovníci s mládeží

Výzkumu se účastnilo 64 osob, z toho 53,1 % žen a 45,3 % mužů (zbytek nevedl), kteří pracují zejména v organizacích veřejného sektoru (42,2 %) a nestátního neziskového sektoru (39,1 %). Mají zejména středoškolské vzdělání (studia) – 82,8 %. Neformální práci s mládeží se v 48,4 % věnují více jak šest let, 45,3 % od 1 do 6 let. Nejčastější věková skupina mládeže, se kterou pracují je skupina ve věku 15 až 19 let, 48,4 %, dále 20 až 24 let (29,7 %). Jejich výhodou je, že v 67,2 % mají zkušenost

Kompetence pro podnikání v kreativním byznysu

Pracovníci pracují zejména s věkovou skupinou 15 až 19 let (48,4 %) a 20 až 24 let (29,7 %), kteří tvoří potenciál pro kreativní podnikání do budoucna. Skoro jednu čtvrtinu tvoří mladí lidé nad 25 let (do 30 let), kteří přichází již s plánem něco začít (21,9 %), což je velice atraktivní segment pro aktivní podporu podnikavosti a práci v současném období.

Kompetence potřebné pro podnikání

Pracovníci s mládeží identifikovali poměrně širokou škálu kompetencí, které mohou mladým lidem předat do podnikání. Mezi nejvýraznější patřily tyto:

- Schopnost podněcovat tvořivost mladých lidí
- Schopnost mít proaktivní přístup
- Schopnost předávat znalosti z různých sociálních a kulturních prostředí jako inspiraci
- Schopnost vcítit se a identifikovat potřeby mladých lidí a nasměrovat je správným směrem
- Schopnost podporovat týmovost

Jak vyplývá z výše uvedené tabulky, jsou to především motivační nástroje a manažerské dovednosti, kterými disponují pracovníci s mládeží a mohou je mladým lidem předat.

Kompetence nepotřebné k podnikání

V této části respondenti identifikovali kompetence, které sice mají, ale myslí si, že mladí lidé je k podnikání nepotřebují:

- Schopnost být networkerem mezi mladými lidmi [vyhledávání příležitostí a kontaktů]
- Schopnost nalézat zdroje a efektivně s nimi nakládat
- Schopnost vést a motivovat mladé lidi
- Pomáhat rozvíjet sebevědomí, znalosti, schopnosti kritického myšlení a porozumění ostatním
- Schopnost podporovat mladé lidi v efektivní komunikaci a řešení problémů

Ojediněle se tedy vyskytují kompetence, které se v následující části ukazují jako slabina pracovníků, tedy rozvojový potenciál.

Kompetence k naučení

Níže uvedené kompetence by měly představovat potenciál rozvoje pracovníků s mládeží.

- Schopnost nalézat zdroje a efektivně s nimi nakládat
- Schopnost být networkerem mezi mladými lidmi [vyhledávání příležitostí a kontaktů]

- Schopnost poskytovat mladým lidem odpovídající podporu a zpětnou vazbu
- Schopnost používat odpovídající nástroje informačních technologií pro kreativní mladé lidi
- Schopnost umožňovat mladým lidem pracovat na svých cílech
- Pomáhat rozvíjet sebevědomí, znalosti, schopnosti kritického myšlení a porozumění ostatním

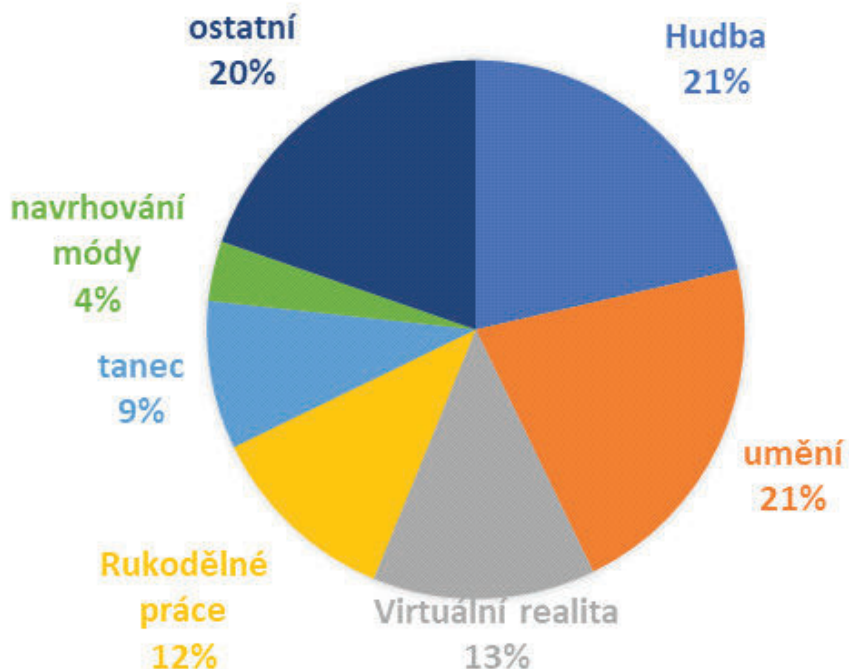
Ve výsledcích převažuje podnikatelská gramotnost, efektivní komunikace, motivace, týmová práce či používání moderních technologií.

Kreativní mládež

Výzkumu se účastnilo 112 respondentů, zejména žen (51,8 %) ve věku 15 až 19 let (54,5 %) a 20 až 24 let (25 %). Díky struktuře vzorku převládá základní vzdělání (45,5 %) a středoškolské (17,9 %). Tato skupina má zkušenost s projekty či podnikatelskou činností (38,4 %).

Volnočasové aktivity jsou velice různorodé, avšak převažuje hudba, umění a virtuální realita.

ZASTOUPENÍ OBLASTÍ ZÁJMU PL



V souvislosti se strukturou vzorku a zájmy, to má vliv i na prezentaci výsledků.

Z výzkumu vyplynulo, že respondenti skoro v 1/3 nikdy neprezentovali své kreativní nápady, na druh straně zde existuje 1/4 respondentů, kteří jsou aktivní a své výsledky prezentují pravidelně, jednou měsíčně. I takto neso-urodá skupina vyčlenila potřebné kompetence pro podnikání a zároveň potenciál pro vzdělávání.

Kompetence potřebné pro podnikání

V této části skupina identifikovala krátký seznam kompetencí, kterými disponuje a o kterých si myslí, že pro podnikání budou důležité:

- Sebevzdělávat se
- Schopnost přistupovat k věcem aktivně a kreativně
- Schopnost nést zodpovědnost
- Schopnost vše si umět dobře rozmyslet
- Cit pro krásu a hodnotu věcí

Jako jasný impuls je třeba spatřovat odpověď' sebevzdělávání či zodpovědnosti, že prozatím mají pouze motivaci něco dělat a potřebují další vedení.

Kompetence nepotřebné pro podnikání

V této části mládež identifikovala opět široké a zejména individuální hodnocení nepotřebnosti jednotlivých kompetencí:

- Chápání jiné kultury
- Cit pro krásu a hodnotu věcí
- Schopnost využívat moderní technologie v mém oboru (3D tisk, virtuální realita...)

- Schopnost organizační a řídicí schopnosti a týmové spolupráce
- Znalost cizího jazyka

Některé z vyjmenovaných kompetencí ukazují, že mládež si nedokáže představit podnikání v kreativním byznysu – má rozsah přes hranice a je ji nutno organizovat. Tyto výsledky je nutno zkonfrontovat s kompetencemi k naučení.

Kompetence k naučení

Níže jsou uvedeny kompetence, které převažují u mládeže v rámci vzorku a představují jejich vzdělávací potřeby:

- Mít povědomí o nestandardních formách zaměstnávání (např. DPČ, autorské smlouvy)
- Schopnost udělat si průzkum trhu (poptávku).
- Mít povědomí o základní legislativě spojené s podnikáním (např. autorské právo, licence)
- Schopnost využívat moderní technologie v mém oboru (3D tisk, virtuální realita...)
- Být schopen identifikovat a řešit problémy a zvládat zátěžové situace a překážky

Z prezentovaných výsledků vyplývá potřeba vzdělávat se v podnikatelské legislativě, podnikatelském minimu – gramotnosti či komunikaci.

Fokusní skupiny

V rámci Polska se šetření se účastnilo pět různorodých skupin – divadelní kroužek (12-16, FG1), muzikanti/programátoři (17-18, FG2), kreativní kroužek (16+, FG3), dobrovolníci (19-21, FG4), mládežnická rada (14-18, FG5).

Cílem bylo zjistit faktory, které přispějí k identifikaci vzdělávacích potřeb a podpoře podnikavosti. Oblasti zájmu byly rozděleny na kontinuálnost, vztahy (navazování, udržení a ukončení), učení se, vzory pro podnikavost, podnikání a změna.

Interpretace

Z jednotlivých fokusních skupin lze vidět, že v oblasti kontinuálnosti práci na projektech si rádi vybírají sami, aby je to motivovalo splnit, plánovat kroky. V oblasti vztahů rozlišují formální a neformální rovinu, kdy v neformálních vztazích jsou otevřenější. Podpora týmové práce je vysoká, preference je malého týmu. Ukončování vztahů - je to pro ně těžká situace, nemají rádi konflikty. V oblasti učení převládá zdroj internet, členové fokusních skupin zároveň tvrdí, že často se jedná o povrchní zkoumání. Vzory pro podnikavost nejsou zcela zřejmé, jsou jmenovány pouze zdroje. Pro začátek podnikání řeší zejména finance, nápad a nutné znalosti (networking). Mají dobrou znalost podpůrných organizací pro mladé lidi. Chtějí zkoušet nové věci, vidí to jako obohacení. Dílčím problémem je rozhodování, tam by chtěli podporu či další názor.

Významná je zde role multiplikátorů – člověka se zkušenostmi, který je zmiňován jak v procesu změn, vzorech pro podnikání či učení se.

Doporučení pro vzdělávání: finanční gramotnost, podnikavost, networking, vyjednávání. Podpora sebepoznání či sebeevaluace pro podporu rozhodování, krizová komunikace (konflikty), práce s informacemi (jak hledat – nejen internet a využít). Možno také nabídnout základy projektového řízení (díky samostatnosti respondentů)

Shrnutí

V rámci kompetencí k naučení – tedy analýzy vzdělávacích potřeb vyplynula shoda ve vzdělávání ve finanční gramotnosti, využití IT technologií. Pro pracovníky s mládeží je pak nutné obohatení kurzy v oblasti motivace mladých lidí. U kreativní mládeže je nutno doplnit o tzv. podnikatelské minimum v oblasti kreativního průmyslu, zejména zaměstnávání, práci pod tlakem či naučit je přijímat kritiku.



SOUHRNNÉ VÝSLEDKY A DOPORUČENÍ PRO VZDĚLÁVÁNÍ

V této části jsou rekapitulovány a generalizovány získané informace tak, aby bylo možné připravit edukační materiály pro všechny partnery projektu.

Pracovníci s mládeží

Celého výzkumu se tak účastnilo 167 pracovníků ze tří partnerských zemí (58 % žen), kdy 49 % pracovníků má vysokoškolské vzdělání a pracuje v příspěvkových organizacích (public organizations). Jedná se o zkušené pracovníky, kteří mají praxi a zkušenost s projektovou či podnikatelskou činností, což z nich dělá oporu pro kreativní mládež.

Pokud shrneme top 5 nejlépe uchopených dovedností pro podnikání je to tedy podpora motivační či kulturní diverzita či podpora tvořivosti.

- Schopnost vést a motivovat mladé lidi
- Schopnost podporovat mladé lidi v efektivní komunikaci a řešení problémů

- Schopnost předávat znalosti z různých sociálních a kulturních prostředí jako inspiraci
- Schopnost podněcovat tvořivost mladých lidí
- Schopnost mít proaktivní přístup

Oproti tomu v 5 top nepotřebných dovednostech se vyskytovaly i názory, že není důležité poskytovat zpětnou vazbu, což je pro podnikání důležitý element.

- Schopnost podněcovat tvořivost mladých lidí
- Schopnost vcítit se a identifikovat potřeby mladých lidí a nasměrovat je správným směrem
- Schopnost poskytovat mladým lidem odpovídající podporu a zpětnou vazbu
- Schopnost napomáhat mladým lidem v nalézání jejich místa v měnícím se světě
Pomáhat rozvíjet sebevědomí, znalosti, schopnosti kritického myšlení a porozumění ostatním

Výzvou jsou souhrnné výsledky aktivit, které by mohly napomoci k nastartování podnikání. Top 5 kompetencí k naučení.

- Schopnost nalézat zdroje a efektivně s nimi nakládat
- Schopnost používat odpovídající nástroje informačních technologií pro kreativní mladé lidi

- Schopnost být networkerem mezi mladými lidmi (vyhledávání příležitostí a kontaktů)
- Schopnost používat širokou paletu vzdělávacích metod a technik
- Schopnost napomáhat mladým lidem v nalézání jejich místa v měnícím se světě

Tyto výsledky je možné zakreslit do modelu, ve kterém se získají oblasti, ve kterých by se pracovníci měli rozvíjet pro roli multiplikátorů pro kreativní byznys.

Jak je vidět z kompetenčního modelu, nejvíce je třeba rozvíjet kompetence pro podnikání a vyrovnaně posílit manažerské a kreativní dovednosti.

Tabulka Zanesení oblastí rozvoje

Podnikatelské	Manažerské	Kompetence pro kreativní ekonomiku
Schopnost být networkerem mezi mladými lidmi (vyhledávání příležitostí a kontaktů)	Používat širokou paletu vzdělávacích metod a technik	Používat odpovídající nástroje informačních technologií pro kreativní mladé lidi
Napomáhat mladým lidem v nalézání jejich místa v měnícím se světě		
Nalézat zdroje a efektivně s nimi nakládat		

Kreativní mládež

Souhrnně se výzkumu účastnilo 331 mladých lidí [69,8 %] žen, nejčastěji ve věku 15 až 19 let [64 %], 38,4 % má zkušenost s projekty či podnikáním. Nejčastěji studují či dokončili střední školu [62,2 %]. Mají různorodé a většinou individualizované zájmy.

Z dotazníků vyplývá i nejdůležitějších pět kompetencí pro podnikání, kde je zdůrazněna kreativita a odpovědnost. Mezi top 5 potřebných kompetencí patří tyto:

- Schopnost přistupovat k věcem aktivně a kreativně
- Schopnost nést zodpovědnost
- Sebevzdělávat se
- Cit pro krásu a hodnotu věcí
- Umět zvládat konstruktivní kritiku a kriticky uvažovat

Naproti tomu se jim zdá nepotřebné chápání jiných kultur či legislativa pro podnikání, což možná souvisí se skupinou, která v dohledné době vlastní podnikání neplánuje:

- Chápání jiné kultury
- Mít povědomí o základní legislativě spojené s podnikáním (např. autorské právo, licence)

- Cit pro krásu a hodnotu věcí
- Schopnost zůstat věrný tomu, v čem se mi daří
- Schopnost organizační a řídicí schopnosti a týmové spolupráce

Opakem jsou kompetence k naučení, které reflektují skupinu, která by zřejmě měla zájem podnikat, poněvadž mezi top kompetence jsou řazeny právě podnikatelské kompetence. Mezi 5 top kompetencí k naučení tak patří:

- Mít povědomí o nestandardních formách zaměstnávání (např. DPČ, autorské smlouvy)
- Mít povědomí o základní legislativě spojené s podnikáním (např. autorské právo, licence)
- Schopnost udělat si průzkum trhu (poptávku).
- Schopnost umět spočítat, kolik financí mi zůstane po akci, když zaplatím všechny náklady s ní spojené.
- Schopnost využívat moderní technologie v mém oboru (3D tisk, virtuální realita...)

Pokud se výsledky zařadí do kompetenčního modelu, je možné získat přehled o jednotlivých oblastech pro vzdělávání.

Podnikatelské	Manažerské	Kompetence pro kreativní ekonomiku
<p>Mít povědomí o nestandardních formách zaměstnávání (např. DPČ, autorské smlouvy)</p> <p>Mít povědomí o základní legislativě spojené s podnikáním (např. autorské právo, licence)</p>	<p>Umět si spočítat, kolik si kolik mi zůstane po akci, když zaplatím všechny náklady s ní spojené.</p> <p>Dokázat si udělat průzkum trhu (poptávku).</p>	<p>Mít povědomí o nestandardních formách zaměstnávání (např. DPČ, autorské smlouvy)</p> <p>Mít povědomí o základní legislativě spojené s podnikáním (např. autorské právo, licence)</p> <p>Využívat moderních technologií v mém oboru (3D tisk, virtuální realita...)</p>

Na základě tvorby základních kompetencí pro podnikatele v kreativním byznysu vyplývá, že je nutno mládež seznámit zejména s podnikatelským minimem a rozvojem dovedností v digitálním světě.

Návrhy na vzdělávací činnost

Z předchozí sumarizace výsledků je možno navrhnout vzdělávací aktivity pro posílení kompetencí pro kreativní byznys.

V rámci rozvoje pracovníků s mládeží je možno navrhnout aktivity:

- Podnikatelské minimum pro kreativní byznys (zahrnující jak analýzy trhu, tak finanční plánování – jeho základy)
- Základy nových trendů v IT pro kreativní byznys (virtuální realita, eye tracking, 3D tisk apod.)
- Základy koučování a mentorování (pro posílení vzdělávacích technik)

Je zřejmé že některé oblasti je možno rozdělit na menší celky tak, aby se pracovníci mohli lépe rozhodnout, či absolvovat jen vybrané moduly.

V rámci rozvoje mladých lidí je možno navrhnout:

- Podnikatelské minimum pro kreativní byznys (zahrnující jak analýzy trhu, tak finanční plánování – jeho základy, modul legislativa)
- Komunikační a prezentační dovednosti
- Kulturní diverzita (pochopení toho, že kreativita musí být pochopena i zvenčí, jinou kulturou než mou vlastní)
- Asertivita, základy kritického myšlení

- Základy manažerských dovedností – soft skills
- Psychologie osobnosti

Opět je možno daná témata rozvíjet či dělit na dílčí části tak, aby byla užitečná pro jednotlivce.



Děkujeme všem mladým lidem a pracovníkům s mládeží v oblasti kultury a kreativity, kteří se spolupodíleli na vzniku této zprávy.





Cílem zprávy bylo identifikovat hlavní možnosti vzdělávání pracovníků s mládeží a mladých lidí pohybujících se v oblasti kreativního průmyslu. Byly zde představeny dílčí zprávy za Českou republiku, Slovensko a Polsko a byly navrženy vzdělávací oblasti, které by měly být dále rozpracovány.

Součástí vzdělávání by mělo být sledování vývoje kompetencí před počátkem vzdělávání a po jeho konci. Taktéž by mělo přispět k zahájení samostatné podnikatelské činnosti či alespoň ke zpracování podnikatelské myšlenky pomocí Lean Canvas modelu, který by prokázal základní pochopení podnikání v kreativním byznysu.

Na základě této zprávy byly odhaleny kompetence, které je vhodné rozvíjet u pracovníků s mládeží, aby své znalosti a dovednosti dokázali předávat dále. Metodika pro pracovníky s mládeží bude rozdělena na dvě části. První část bude věnována osobnostnímu rozvoji, kde bude kladen důraz na témata jako typy osobnosti, komunikace, mezilidské vztahy, osobní kreativita, motivace, kulturní diverzita, udržitelnost, práce se změnou, originalita, síťování lidí a odvaha riskovat. Oproti tomu druhá část bude věnována rozvoji odbornosti. Budou v ní zahrnuta témata jako být profesně dobrý, základní legislativa, jak se prodat, analýza trhu, testování služby, IT nástroje, jak být v plusu, další finanční zdroje, síťování podniků a kvalita.