Raport końcowy:

Pilotażowe badania rozpoczynające proces długoletniego monitorowania zachodniopomorskiego rynku przemysłów kreatywnych

- RYBNIK 2012 -

Zamawiający:

Urząd Marszałkowski
Województwa Zachodniopomorskiego
ul. Korsarzy 34
70-540 Szczecin

Wykonawca:

BIOSTAT
www.biostat.com.pl

44-200 Rybnik
Ul. Kościuszki 32/34C4
tel/fax. 32 42 21 707
biostat@biostat.com.pl

Zespół badawczy:

1. Zdzisław Wolny – Kierownictwo i koordynacja projektu
2. Rafał Piszczek – Kierownictwo i koordynacja projektu
3. Andrzej Kempa – Kierownictwo i koordynacja projektu
4. Ewa Tkocz-Piszczek – Analityk
5. Bartosz Olcha – Analityk
6. Katarzyna Chmiel – Koordynator badania terenowego

Spis treści

Spis treści 3

Wprowadzenie i opis zastosowanej metodologii 4

Charakterystyka respondentów 6

Streszczenie raportu 9

Rynek przemysłów kreatywnych w województwie zachodniopomorskim i na obszarach konkurencyjnych 12

Oferta edukacyjna Akademii Sztuki w Szczecinie 32

Motywacja podjęcia studiów 36

Opinie dotyczące kształcenia 39

Doświadczenie zawodowe/artystyczne 43

Ocena kompetencji nabywanych w trakcie studiów 46

Plany na przyszłość i zmiany proponowane Akademii Sztuki 49

Losy zawodowe i zapotrzebowanie na absolwentów 56

Wnioski i rekomendacje 60

Spis rysunków i tabel 64

Załącznik nr 1 – Kwestionariusz badania PAPI – studenci Akademii Sztuki 66

Załącznik nr 2 – Kwestionariusz badania CAWI – absolwenci Akademii Sztuki 70

Załącznik nr 3 – Scenariusz badania IDI – pracodawcy z sektora przemysłów kreatywnych 73

Załącznik nr 4 – Aneks 76

Wprowadzenie i opis zastosowanej metodologii

Niniejszy projekt rozpoczyna proces długoletniego monitorowania zachodniopomorskiego rynku przemysłów kreatywnych, w tym identyfikacji jego potrzeb oraz możliwości zachodniopomorskich uczelni wyższych podaży wykwalifikowanych pracowników dla przemysłów kreatywnych, ze szczególnym uwzględnieniem oferty Akademii Sztuki w Szczecinie.

Głównymi celami niniejszego badania były:

1. Analiza potencjału rynku przemysłów kreatywnych województwa zachodniopomorskiego, a także ościennych województw i landów niemieckich, w tym identyfikacja zapotrzebowania na kwalifikacje pracowników.

2. Opracowanie rekomendacji służącej dostosowaniu kierunków i programów kształcenia zgodnie z zapotrzebowaniem otoczenia, w tym wskazanie ewentualnych potrzeb korekty istniejących programów kształcenia w Akademii Sztuki w Szczecinie.

Przeprowadzone badanie dostarczyło ponadto precyzyjnych informacji w następujących obszarach problemowych:

1. Realizowane kierunki kształcenia i wymagane na rynku pracy kwalifikacje studentów Akademii;
2. Losy zawodowe absolwentów;
3. Ocena nabywanych przez studentów kompetencji w trakcie kształcenia;
4. Regionalne i ponadregionalne uwarunkowania kształcenia o charakterze artystycznym na poziomie uczelni wyższej;
5. Zapotrzebowanie otoczenia (w tym podmiotów gospodarczych) na kwalifikacje absolwentów Akademii Sztuki w Szczecinie.

W trakcie realizacji niniejszego badania Wykonawca zastosował cztery podstawowe techniki badawcze:

- Analiza Desk Research;
- Wywiady kwestionariuszowe realizowane techniką PAPI – badanie studentów Akademii Sztuki;
- Wywiady internetowe przeprowadzone techniką CAWI – Absolwenci Akademii Sztuki;
- Indywidualne wywiady pogłębione przeprowadzone techniką IDI – pracodawcy z sektora przemysłów kreatywnych.

Wywiady kwestionariuszowe realizowane techniką PAPI (od ang. *Paper and Pencil Interview*) zrealizowane zostały na grupie 269 studentów Akademii Sztuki. Procedura doboru próby miała

charakter kwotowy. Kwoty do badania stanowiły poszczególne wydziały Akademii Sztuki. Wykonawca objął badaniem 50% ogółu studentów, a zatem:

- ✓ 160 studentów Wydziału Sztuk Wizualnych;
- ✓ 60 studentów Wydziału Edukacji Muzycznej;
- ✓ 49 studentów Wydziału Instrumentalnego.

Respondenci rekrutowani byli do badania w siedzibie Akademii Sztuki.

Wywiady internetowe realizowane techniką CAWI przeprowadzone zostały ze wszystkimi absolwentami Akademii Sztuki, do których udało się dotrzeć w oparciu o dane teleadresowe udostępnione przez Zamawiającego. Wykonawca udostępnił bazę adresów poczty elektronicznej w następującej liczbie:

- ✓ Wydział Sztuk Wizualnych – 20 rekordów – zrealizowano 7 wywiadów;
- ✓ Wydział Edukacji Muzycznej – 35 rekordów – zrealizowano 5 wywiadów;
- ✓ Wydział Instrumentalny – 14 rekordów – zrealizowano 2 wywiady.

Z kolei indywidualne wywiady grupowe (IDI - z ang. *Individual In-Depth Interviews*) zrealizowane zostały na grupie 9 pracodawców z sektora przemysłów kreatywnych. Procedura doboru próby respondentów miała charakter warstwowo – losowy. Warstwowanie dokonane zostało w oparciu o poszczególne województwa. Badanie zostało przeprowadzone w województwach:

- ✓ zachodniopomorskim – 3 wywiady;
- ✓ wielkopolskim – 2 wywiady;
- ✓ pomorskim – 2 wywiady;
- ✓ lubuskim – 2 wywiady.

Charakterystyka respondentów

W badaniu ilościowym wzięło udział 269 studentów Akademii Sztuki w Szczecinie. 61,0% z nich studiuje na Wydziale Sztuk Wizualnych, 23,4% na Wydziale Edukacji Muzycznej, a 19,0% pobiera naukę na Wydziale Instrumentalnym. Omawiane dane znajdują się w tabeli nr 1.

Tabela 1. Wydziały, na których kształcą się badani studenci Akademii Sztuki

Wydział	Odsetek respondentów
Wydział Instrumentalny	19,0%
Wydział Sztuk Wizualnych	61,0%
Wydział Edukacji Muzycznej	23,4%

Zdecydowana większość respondentów uczęszcza na studia I stopnia. 41,3% badanych stanowili studenci I roku studiów licencjackich, 31,2% studenci II roku studiów licencjackich, z kolei 15,6% badanych kształci się na ostatnim roku tychże. Studenci pobierający naukę na studiach II stopnia stanowili 14,5% ogółu ankietowanych. Szczegółowe dane zawiera tabela nr 2.

Tabela 2. Badani studenci wg kryterium roku studiów

Rok studiów	Wydział Instrumentalny	Wydział Sztuk Wizualnych	Wydział Edukacji Muzycznej	Ogółem
I rok studiów licencjackich	47,1%	42,7%	38,1%	**41,3%**
II rok studiów licencjackich	37,3%	30,5%	28,6%	**31,2%**
III rok studiów licencjackich	9,8%	18,9%	14,3%	**15,6%**
I rok studiów magisterskich	7,8%	2,4%	27,0%	**8,6%**
II rok studiów magisterskich	7,8%	6,7%	1,6%	**5,9%**

W gronie respondentów przeważały kobiety. Stanowiły one 69,5% ogółu badanych. Największy ich odsetek znajdował się wśród studentów Wydziału Edukacji Muzycznej (74,6%), najmniejszy zaś wśród studentów Wydziału Instrumentalnego (62,7%). Omawiane dane znajdują się w tabeli nr 3.

Tabela 3. Badani studenci wg kryterium płci

Płeć	Wydział Instrumentalny	Wydział Sztuk Wizualnych	Wydział Edukacji Muzycznej	Ogółem
Kobieta	62,7%	69,5%	74,6%	**69,5%**
Mężczyzna	37,3%	30,5%	25,4%	**30,5%**

Druga część badania ilościowego przeprowadzona została wśród absolwentów Akademii Sztuki w Szczecinie. Badanie absolwentów zrealizowane zostało w terminie od 14 listopada, do 30 listopada – łączny czas trwania wyniósł 17 dni. Liczba przekazanych adresów e-mail do badania wyniosła 69. Uzyskano łącznie 16 ankiet co stanowi stopę zwrotu na poziomie 23,2%. Do analizy przyjęto jednak 14 ankiet, odrzucając 2 ankiety ze względu na ich znaczną niekompletność. W badaniu wzięło udział 7 absolwentów Wydziału Sztuk Wizualnych, 5 absolwentów Wydziału Edukacji Muzycznej, a także 2 osoby, które ukończyły naukę na Wydziale Instrumentalnym. W gronie badanych znalazło się 11 kobiet i 3 mężczyzn. Omawiane dane znajdują się w tabeli nr 4.

Tabela 4. Badani absolwenci wg kryteriów Wydziału i płci

Wydział	Liczba kobiet	Liczba mężczyzn	Ogółem
Wydział Sztuk Wizualnych	6	1	**7**
Wydział Edukacji Muzycznej	4	1	**5**
Wydział Instrumentalny	1	1	**2**

Absolwenci ukończyli cztery kierunki. Pięć osób pobierało naukę w ramach edukacji artystycznej w zakresie sztuki muzycznej, cztery osoby ukończyły grafikę, trzy architekturę wnętrz, natomiast dwie studiowały instrumentalistykę. Powyższe dane zawiera tabela nr 5.

Tabela 5. Kierunki ukończone przez badanych absolwentów

Ukończony kierunek	Liczba osób
Edukacja artystyczna w zakresie sztuki muzycznej	5
Grafika	4
Architektura wnętrz	3
Instrumentalistyka	2

W badaniu jakościowym wzięli udział przedstawiciele sektora przemysłów kreatywnych z czterech województw: zachodniopomorskiego (3 podmioty), pomorskiego (2 podmioty), wielkopolskiego (2 podmioty) i lubuskiego (2 podmioty). Większość badanych przedsiębiorstw powstała relatywnie niedawno, funkcjonuje na rynku od 1 – 2 lat. Cztery podmioty charakteryzują się dłuższym stażem – dwa działają w swojej branży około 4 lat, a pojedyncze 5 i 7 lat. Stosunkowo mało rozciągnięta w czasie działalność przedsiębiorstw nie dziwi z uwagi na fakt, że sektor przemysłów kreatywnych jest w dalszym ciągu młodą i rozwijającą się dziedziną gospodarki. Firmy prowadzą swoją działalność w rozmaitych branżach. Wśród respondentów znaleźli się przedstawiciele: architektury wnętrz, produkcji muzycznej, technologii IT, produkcji wideo, transmisji internetowych na żywo, fotografii, reklamy, a także branży szkoleniowej, public relations i organizacji imprez.

„Można powiedzieć, że firma funkcjonuje od dwóch lat. Firma na początku istniała jako oddział w swojej spółce matce, później wyodrębniła się jako osobna spółka z o.o., czyli tutaj rzeczywiście 2 lata działamy. Branża typowo informatyczna. Zajmujemy się transmisjami internetowymi na żywo, dodatkowo produkcjami wideo różnego typu, takimi jak: filmy promocyjne, filmy instruktażowe i szkoleniowe. Prowadzimy również techniczną obsługę imprez, konferencji i tego typu wydarzeń".

[województwo wielkopolskie]

Większość respondentów należała do grupy właścicieli przedsiębiorstw. Pojedyncze osoby pełniły funkcje wiceprezesa, członka zarządu, specjalisty ds. rozwoju firmy i przedstawiciela działu handlowego. Zauważyć należy, że badanie przeprowadzono wyłącznie z osobami należącymi do kadry kierowniczej przedsiębiorstw lub bezpośrednio odpowiedzialnymi za proces rekrutacji pracowników. W gronie badanych znalazły się trzy przedsiębiorstwa nie zatrudniające pracowników. Pozostałe

należały do kategorii małych firm, zatrudniających nie więcej niż 49 pracowników (wymieniono następujące liczby pracowników: 1, 5, 8, 9, 25, „tylko na umowę zlecenie”).

Streszczenie raportu

Rynek przemysłów kreatywnych w województwie zachodniopomorskim i na obszarach konkurencyjnych:

- ✓ Liderem pod względem ilości przedsiębiorstw z branży przemysłów kreatywnych w Polsce jest województwo mazowieckie – 23,0% ogółu przedsiębiorstw zlokalizowanych jest w tym województwie. Województwo zachodniopomorskie znajduje się na miejscu ósmym (4,5%).
- ✓ Największą część branży przemysłów kreatywnych w Polsce stanowią przedsiębiorstwa zajmujące się projektowaniem, w tym projektowaniem mody (w województwie zachodniopomorskim 5413 podmiotów).
- ✓ Największy rozwój sektora przemysłów kreatywnych w województwie zachodniopomorskim odnotowano w roku 2010.
- ✓ W województwie zachodniopomorskim sektor przemysłów kreatywnych najlepiej rozwinięty jest w Szczecinie (branże: telewizja i radio, oprogramowanie, film i wideo, projektowanie/projektowanie mody, gry komputerowe/publikacje, architektura, reklama) i subregionie Koszalińskim (branże: sztuka teatralna, muzyka, rękodzieło, sztuka i antyki).

Motywacja podjęcia studiów:

- ✓ Zdecydowana większość badanych studentów wskazując motywy wyboru kierunku studiów powołała się na chęć pracy w wybranym zawodzie oraz fakt, że kierunek studiów podobał im się od dawna (77,3%).
- ✓ Gdyby istniała ponowna możliwość wyboru kierunku kształcenia skorzystałoby z niej 22,3% badanych studentów. Spośród nich, po 35,0% studentów powołało się na niski poziom kształcenia na dotychczasowym kierunku oraz posiadanie innego wyobrażenia o studiowanym kierunku.

Opinie dotyczące kształcenia:

- ✓ Wśród mocnych stron kształcenia na Akademii Sztuki studenci i absolwenci najczęściej wymieniali nowoczesne pomoce dydaktyczne i dobrze wyposażone pracownie oraz merytoryczne przygotowanie kadry naukowej.
- ✓ W aspekcie swojej działalności Akademia Sztuki najwyższe oceny osiągnęła w obszarach: kształcenia w zakresie praktycznym oraz poziomu wiedzy i kompetencji kadry naukowej (w obu przypadkach średnia ocen wyniosła 3,8). Oceny wystawiali studenci.
- ✓ Wśród kierunków, których brakuje w ofercie Akademii Sztuki najczęściej wymieniano: wokalistykę i fotografię (studenci).

Doświadczenie zawodowe/artystyczne:

- ✓ Podczas nauki na obecnym kierunku na praktyki zawodowe uczęszczało 36,8% studentów. W tym gronie znalazło się 84,1% studentów Wydziału Edukacji Muzycznej, 62,7% badanych pobierających naukę na Wydziale Instrumentalnym, a także wyłącznie 12,2% studentów Wydziału Sztuk Wizualnych.
- ✓ Studenci Akademii Sztuki łączą studia z dodatkową aktywnością. 32,0% studentów łączy pracę z nauką. 19,0% uczestniczy w zajęciach koła naukowego, a 16,4% ankietowanych bierze udział w konferencjach/seminariach przedmiotowych.

Ocena kompetencji nabywanych w trakcie nauki:

- ✓ W obszarze nauczania badani studenci najlepsze noty przyznali przygotowaniu w zakresie wiedzy praktycznej (średnia ocen 3,7), nieco gorsze oceny otrzymały: poziom wiedzy teoretycznej (średnia 3,5) oraz znajomość branży przemysłów kreatywnych (średnia 3,1).
- ✓ Absolwenci przygotowaniu zawodowemu wystawili oceny, których średnia wyniosła 3,9.

Plany na przyszłość i zmiany proponowane Akademii Sztuki:

- ✓ 72,9% studentów po zakończeniu studiów zamierzają poszukiwać pracy w zawodzie.
- ✓ Studentów, którzy zamierzają poszukiwać pracy w zawodzie poproszono o wskazanie, gdzie chcą jej poszukiwać. 43,6% respondentów planuje poszukiwać zatrudnienia na obszarze całego kraju, natomiast 40,5% na terenie aktualnie zamieszkiwanego powiatu/miasta. Warto również zauważyć, że na terenie województwa zachodniopomorskiego poszukiwać zatrudnienia planuje 28,0% badanych.
- ✓ Studenci dostatecznie oceniają szansę zdobycia pracy w wyuczonym zawodzie po zakończeniu nauki (średnia ocen 3,2 w pięciostopniowej skali).
- ✓ Wśród barier utrudniających zatrudnienie absolwentów na regionalnym rynku pracy, 35,3% studentów wskazało brak doświadczenia zawodowego, a 20,8% brak odpowiednich umiejętności zawodowych/kwalifikacji. Absolwenci wskazywali najczęściej te same odpowiedzi.
- ✓ Studenci zarekomendowali uczelni kilka dodatkowych rozwiązań, które przyczynić powinny się do zwiększenia szans absolwentów na zatrudnienie na regionalnym rynku pracy. 57,2% badanych wskazało na zacieśnienie współpracy uczelni z przedsiębiorcami (np. w zakresie praktyk), a 54,6% na zwiększenie możliwości zdobycia dodatkowych kwalifikacji w trakcie nauki (certyfikatów, uprawnień). Absolwenci najczęściej wymieniali te same odpowiedzi.

Losy zawodowe i zapotrzebowanie na absolwentów:

- ✓ Największa grupa absolwentów po zakończeniu nauki poszukiwała pracy w swoim zawodzie.
- ✓ Według byłych studentów Akademii Sztuki największym problemem związanym z uzyskaniem zatrudnienia jest ilość ofert pracy (średnia 2,4), a relatywnie najmniejszym wymagania stawiane kandydatom przez pracodawców (średnia 3,8).
- ✓ Spośród badanych absolwentów w chwili obecnej w branży przemysłów kreatywnych pracuje pięciu (trzech w branży muzycznej oraz dwóch w branży związanej z projektowaniem). Pracują oni w zdecydowanej większości na terenie województwa zachodniopomorskiego.
- ✓ 2/3 badanych przedsiębiorców w najbliższych 12 miesiącach zamierza poszukiwać pracowników. Poszukiwani będą pracownicy działu realizacji transmisji, programiści, graficy ze zdolnościami artystycznymi, operatorzy kamer oraz pracownicy wyższego szczebla w dziale marketingu i reklamy.

Rynek przemysłów kreatywnych w województwie zachodniopomorskim i na obszarach konkurencyjnych

Sektor przemysłów kreatywnych jest relatywnie młodą dziedziną gospodarki, w dalszym ciągu nie w pełni rozpoznaną. W obecnej chwili w skali kraju przeprowadzono bardzo niewiele badań poświęconych sytuacji w branżach zaliczanych do przemysłów kreatywnych. Dotychczasowe badania w głównej mierze ograniczały się do analizy danych zastanych, a ich zasięg terytorialny obejmował najczęściej obszar całej Polski. Przemysły kreatywne są zagadnieniem w dalszym ciągu nie w pełni odkrytym, stąd przeprowadzenie analiz tego wycinka regionalnej gospodarki, opartego o opis sytuacji absolwentów i studentów kończących studia w branżach przemysłów kreatywnych oraz porównanie wyników, stanowi nowe przedsięwzięcie w skali kraju i powinno wyznaczyć trend badań w dotyczących dopasowania kierunków kształcenia do potrzeb rynku pracy, gdzie przedmiotem analiz staje się jego pojedynczy wycinek opisany kompleksowo, w tym wypadku sektor przemysłów kreatywnych. Badania dostarczą wiadomości, które odkryją różnice w postrzeganiu swojej pozycji na rynku pracy przez osoby studiujące i absolwentów. Pomogą m.in. w uzyskaniu odpowiedzi na pytanie o determinanty sprzyjające decyzji o rozpoczęciu studiów na określonym kierunku i możliwości podjęcia pracy w wybranej branży przemysłów kreatywnych.

Na potrzeby niniejszego raportu wyodrębniono 13 gałęzi przemysłów kreatywnych[1]. Wybrane gałęzie przyporządkowano następnie sekcjom i działom Polskiej Klasyfikacji Działalności powstałej na skutek Rozporządzenia Rady Ministrów z dnia 24.12.2007 r. w sprawie Polskiej Klasyfikacji Działalności (PKD). Podział ten posłużył dla oceny kondycji sektora przemysłów kreatywnych w województwie zachodniopomorskim i województwach sąsiednich: pomorskim, wielkopolskim i lubuskim. Poniżej znajduje się schemat przyporządkowania gałęzi przemysłów kreatywnych do sekcji i działów PKD, jest to podział o maksymalnym stopniu szczegółowości, skonstruowany w oparciu o dane udostępnione w Banku Danych Lokalnych Głównego Urzędu Statystycznego. Należy jednak pamiętać, że branża przemysłów kreatywnych jako dziedzina rozwijająca się, nie ma jeszcze ściśle określonych granic, stąd poniższe zestawienia traktować należy jako szacunkowe, gdyż w niektórych działach PKD obok branży przemysłów kreatywnych znalazły się przedsiębiorstwa luźno powiązane z tym sektorem. Najbardziej widoczne jest to w przypadku branży rękodzieła i projektowania, które są bardzo szerokimi pojęciami.

[1] Gałęzie wybrano w oparciu o: DCMS (2009), Investing in creative industries – a guide for local authorities, UK Government, Department of Culture, Media and Sport (DCMS), London, s. 4. W celu przyporządkowania gałęzi do Sekcji PKD połączono kategorie gier komputerowych i publikacji. Połączono również działy projektowania i projektowania mody.

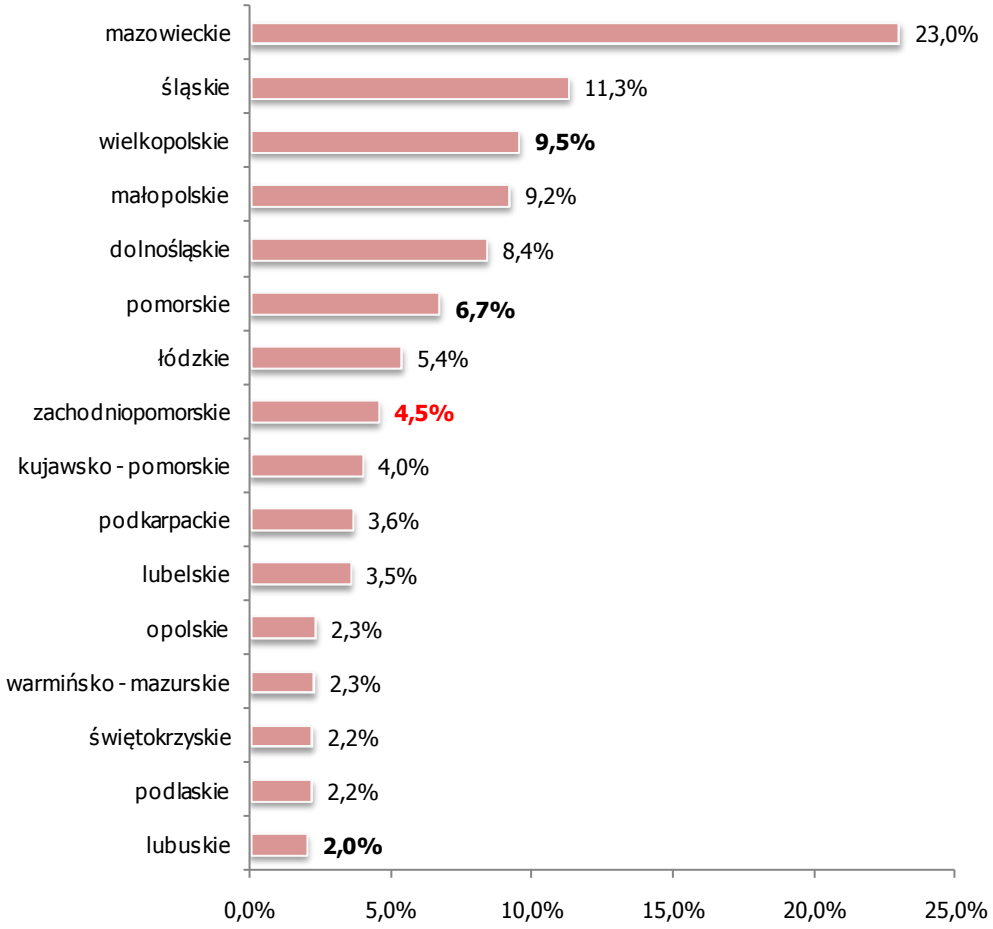
Tabela 6. Branża przemysłów kreatywnych w Polsce przyporządkowana PKD 2007

Lp.	Branże	Sekcja	Dział
1.	**reklama**	**M** – Działalność profesjonalna, naukowa i techniczna	**73** – Reklama, badanie rynku i opinii publicznej
2.	**architektura**	**M** – Działalność profesjonalna, naukowa i techniczna	**71** – Działalność w zakresie architektury i inżynierii; badania i analizy techniczne
3.	**sztuka i antyki**	**R** – Działalność związana z kulturą, rozrywką i rekreacją	**90** – Działalność twórcza związana z kulturą i rozrywką **91** – Działalność bibliotek, archiwów, muzeów oraz pozostała działalność związana z kulturą
4.	**gry komputerowe/publikacje**	**J** – Informacja i komunikacja	**58** – Działalność wydawnicza
5.	**rękodzieło**	**C** – Przetwórstwo przemysłowe	**32** – Pozostała produkcja wyrobów
6.	**Projektowanie/projektowanie mody**	**M** - Działalność profesjonalna, naukowa i techniczna	**74** – Pozostała działalność profesjonalna, naukowa i techniczna
		J - Informacja i komunikacja	**62** – Działalność związana z oprogramowaniem i doradztwem w zakresie informatyki oraz działalność powiązana
7.	**film i wideo**	**J** - Informacja i komunikacja	**59** – Działalność związana z produkcją filmów, nagrań wideo, programów telewizyjnych, nagrań dźwiękowych i muzycznych
8.	**muzyka**	**J** - Informacja i komunikacja	**59** – Działalność związana z produkcją filmów, nagrań wideo, programów telewizyjnych, nagrań dźwiękowych i muzycznych
		R - Działalność związana z kulturą, rozrywką i rekreacją	**90** – Działalność twórcza związana z kulturą i rozrywką
9.	**sztuka teatralna**	**R** - Działalność związana z kulturą, rozrywką i rekreacją	**90** – Działalność twórcza związana z kulturą i rozrywką
10.	**oprogramowanie**	**J** - Informacja i komunikacja	**62** – Działalność związana z oprogramowaniem i doradztwem w zakresie informatyki oraz działalność powiązana
11.	**telewizja i radio**	**J** - Informacja i komunikacja	**60** – Nadawanie programów ogólnodostępnych i abonamentowych

Liderem pod względem ilości przedsiębiorstw z branży przemysłów kreatywnych w Polsce jest województwo mazowieckie – 23,0% ogółu przedsiębiorstw zlokalizowanych jest w tym

województwie. Na drugim miejscu, pod względem ilości podmiotów, sklasyfikowane jest województwo śląskie (11,3%), a na trzecim województwo wielkopolskie (9,5%). **Województwo zachodniopomorskie znajduje się na miejscu ósmym** (4,5%), a wyprzedza je m.in. województwo pomorskie (6,7%). Kolejne sąsiadujące z województwem zachodniopomorskim – lubuskie znalazło się na ostatniej pozycji (2,0%). Należy zauważyć, że poniższa klasyfikacja rozpatrywana pod kątem miejsc zajmowanych przez poszczególne województwa pozostaje niezmienna na przestrzeni ostatnich trzech lat. Szczegółowe dane obrazuje rysunek nr 1.

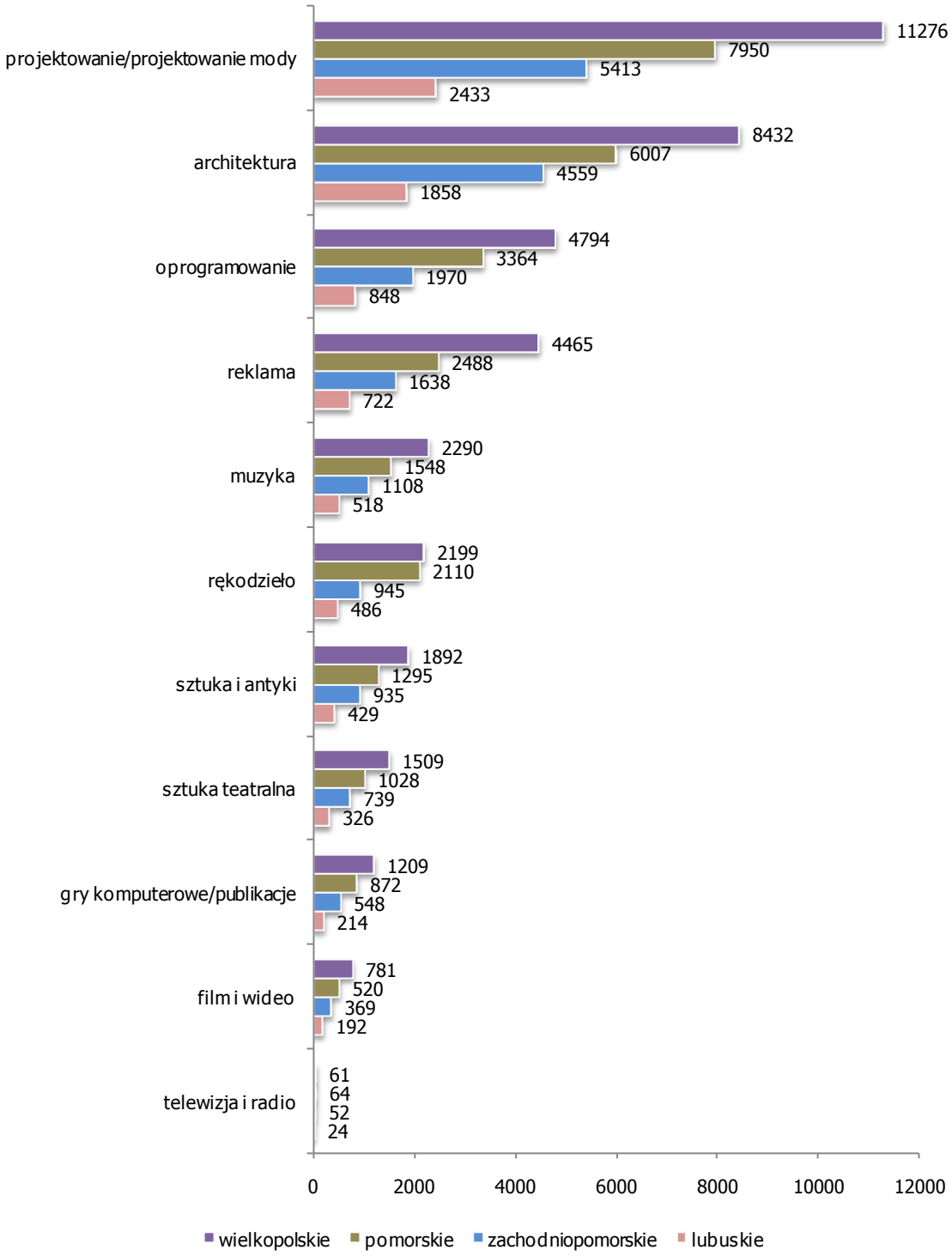
Rysunek 1. Przedsiębiorstwa z sektora przemysłów kreatywnych w rozbiciu na województwa*



*Stan na koniec 2011 r.
Źródło: Bank Danych Lokalnych GUS
Opracowanie własne

Największą część branży przemysłów kreatywnych w Polsce stanowią przedsiębiorstwa zajmujące się projektowaniem, w tym projektowaniem mody (w województwie zachodniopomorskim 5413 podmiotów). Na kolejnych pozycjach sklasyfikowane zostały: architektura (4559), oprogramowanie (1970), reklama (1638), muzyka (1108), rękodzieło (945), sztuka i antyki (935), sztuka teatralna (739), gry komputerowe/publikacje (548), film i wideo (369) oraz telewizja i radio (52). Szczegółowe dane znajdują się na rysunku nr 2.

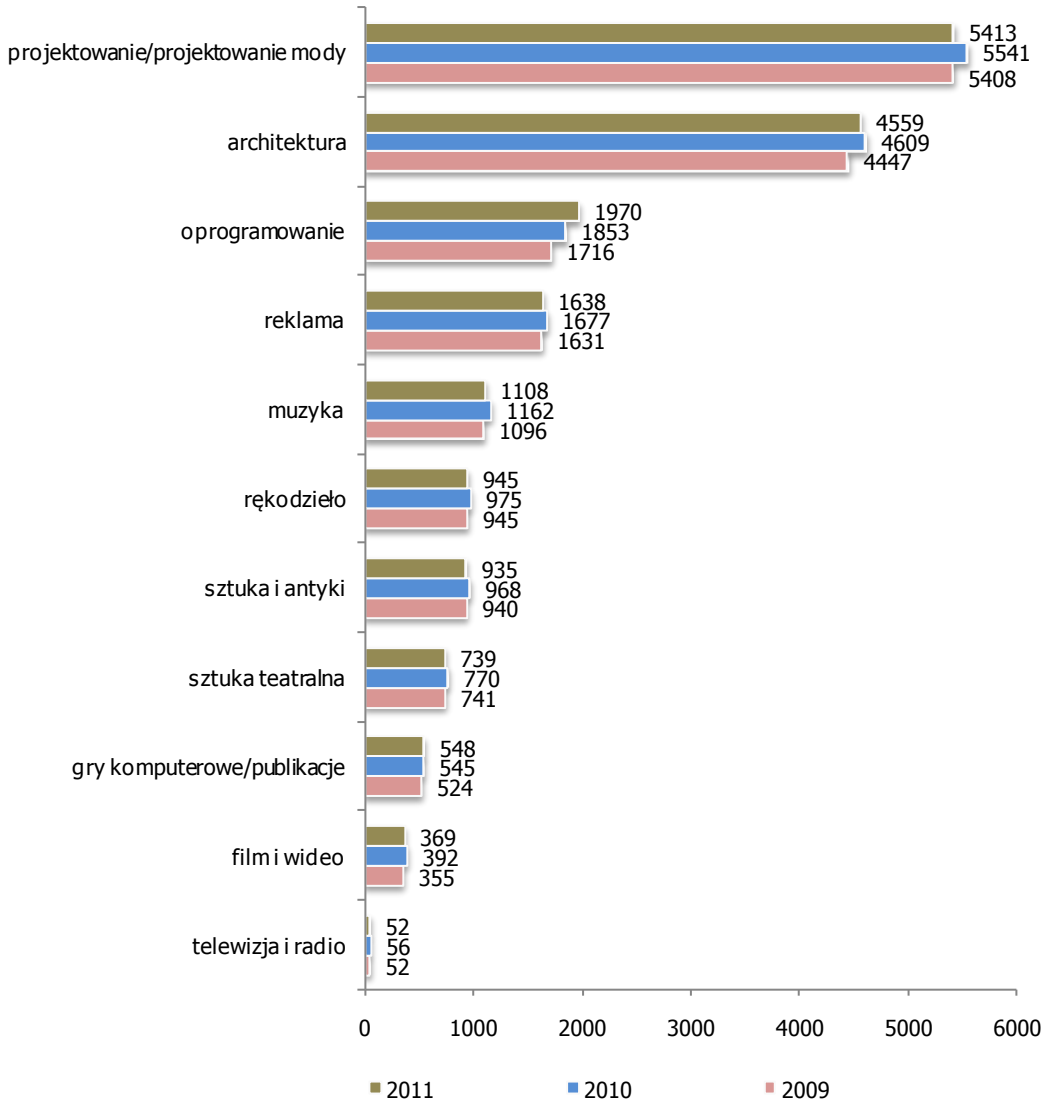
Rysunek 2. Liczba przedsiębiorstw w branżach przemysłów kreatywnych w wybranych województwach*



*Stan na koniec 2011 r.
Źródło: Bank Danych Lokalnych GUS
Opracowanie własne

Analizują sytuację w poszczególnych branżach przemysłów kreatywnych w województwie zachodniopomorskim nie sposób pominąć faktu, że liczba podmiotów na przestrzeni ostatnich trzech lar kształtowała się na stabilnym poziomie. **Największy rozwój sektora przemysłów kreatywnych odnotowano w roku 2010.** Wtedy najwięcej podmiotów funkcjonowało w branżach: projektowanie/projektowanie mody, architektura, reklama, muzyka, rękodzieło, sztuka i antyki, sztuka teatralna, film i wideo, telewizja i radio. W roku 2011 odnotowano natomiast największą liczebność w branżach: oprogramowanie oraz gry komputerowe/publikacje. Omawiane dane zilustrowane zostały na rysunku nr 3.

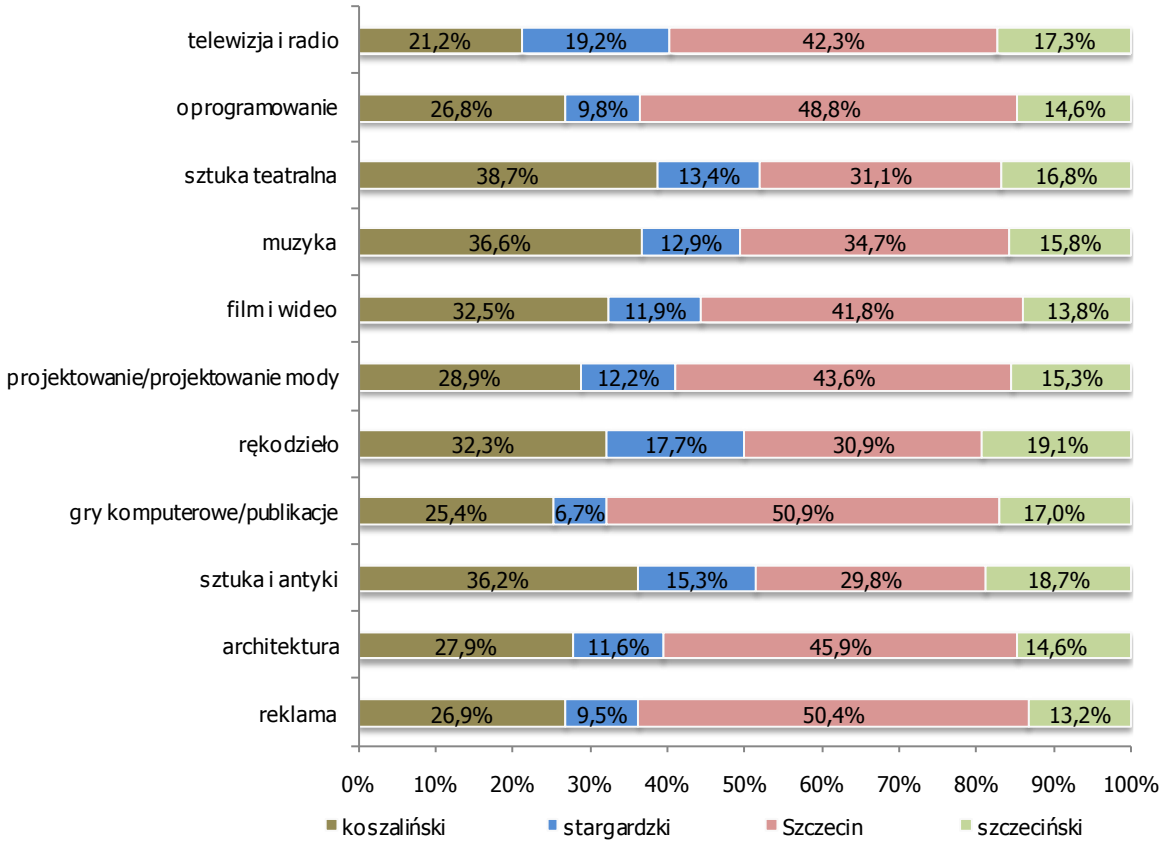
Rysunek 3. Podmioty z branż przemysłów kreatywnych w województwie zachodniopomorskim w latach 2009 - 2011



Źródło: Bank Danych Lokalnych GUS
Opracowanie własne

W województwie zachodniopomorskim sektor przemysłów kreatywnych najlepiej rozwinięty jest w Szczecinie (branże: telewizja i radio, oprogramowanie, film i wideo, projektowanie/projektowanie mody, gry komputerowe/publikacje, architektura, reklama) **i subregionie Koszalińskim** (branże: sztuka teatralna, muzyka, rękodzieło, sztuka i antyki). Należy ponadto zauważyć, że w subregionie stargardzkim relatywnie dobrze rozwinięte są branże telewizji i radia, rękodzieła oraz sztuki i antyków, natomiast w subregionie szczecińskim, branże: rękodzieła, sztuki i antyków, telewizji i radia, gier komputerowych/publikacji i sztuki teatralnej. Szczegółowe dane znajdują się na rysunku nr 4.

Rysunek 4. Branża przemysłów kreatywnych w poszczególnych subregionach województwa zachodniopomorskiego*



*Stan na koniec 2011 r.
Źródło: Bank Danych Lokalnych GUS
Opracowanie własne

Niezbędne jest również porównanie liczebności nowo zarejestrowanych podmiotów z liczebnością podmiotów wyrejestrowanych w poszczególnych województwach i latach. **W województwie zachodniopomorskim w 2011 roku tylko w branży oprogramowania znalazło się więcej podmiotów nowo zarejestrowanych niż wyrejestrowanych.** Dla porównania w województwie

wielkopolskim były to branże: projektowanie/projektowanie mody, architektura, reklama, film i wideo, muzyka, oprogramowanie, telewizja i radio. W województwie pomorskim przewaga podmiotów nowo zarejestrowanych odnotowana została w branżach: projektowanie/projektowanie mody, architektura, sztuka i antyki, reklama, muzyka, sztuka teatralna, a także w branży oprogramowania. Województwo lubuskie charakteryzowało się przewagą podmiotów nowo zarejestrowanych wyłącznie w branżach: gry komputerowe/publikacje, reklama oraz oprogramowanie. Szczegółowe dane zawiera tabela nr 7.

Tabela 7. Nowo zarejestrowane i wyrejestrowane z rejestru REGON podmioty z branż przemysłów kreatywnych w roku 2011*

Branża	Województwo	Podmioty nowo zarejestrowane	Podmioty wyrejestrowane	Ogółem
Projektowanie/projektowanie mody	Lubuskie	220	309	-89
	Wielkopolskie	1109	900	209
	Zachodniopomorskie	**514**	**579**	**-65**
	Pomorskie	884	770	114
Architektura	Lubuskie	101	130	-29
	Wielkopolskie	542	510	32
	Zachodniopomorskie	**352**	**386**	**-34**
	Pomorskie	449	350	99
Sztuka i antyki	Lubuskie	37	54	-17
	Wielkopolskie	139	179	-40
	Zachodniopomorskie	**87**	**119**	**-32**
	Pomorskie	155	127	28
Gry komputerowe/publikacje	Lubuskie	17	14	3
	Wielkopolskie	75	77	-2
	Zachodniopomorskie	**45**	**50**	**-5**
	Pomorskie	50	58	-8
Rękodzieło	Lubuskie	27	49	-22
	Wielkopolskie	147	179	-32
	Zachodniopomorskie	**64**	**101**	**-37**
	Pomorskie	131	248	-117
Reklama	Lubuskie	95	89	6
	Wielkopolskie	535	343	192
	Zachodniopomorskie	**175**	**181**	**-6**
	Pomorskie	295	220	75
Film i wideo	Lubuskie	12	26	-14
	Wielkopolskie	91	63	28
	Zachodniopomorskie	**34**	**46**	**-12**
	Pomorskie	50	52	-2
Muzyka	Lubuskie	45	77	-32
	Wielkopolskie	222	220	2

Branża	Województwo	Podmioty nowo zarejestrowane	Podmioty wyrejestrowane	Ogółem
	Zachodniopomorskie	**116**	**160**	**-44**
	Pomorskie	190	174	16
Sztuka teatralna	Lubuskie	33	51	-18
	Wielkopolskie	131	157	-26
	Zachodniopomorskie	**82**	**114**	**-32**
	Pomorskie	140	122	18
Oprogramowanie	Lubuskie	104	67	37
	Wielkopolskie	587	218	369
	Zachodniopomorskie	**252**	**135**	**117**
	Pomorskie	402	185	217
Telewizja i radio	Lubuskie	2	4	-2
	Wielkopolskie	6	4	2
	Zachodniopomorskie	**1**	**4**	**-3**
	Pomorskie	6	6	0

*Stan na koniec 2011 r.
Źródło: Bank Danych Lokalnych GUS
Opracowanie własne

W województwie zachodniopomorskim wzajemna relacja podmiotów nowo zarejestrowanych do wyrejestrowanych przedstawia się korzystniej gdy uwzględnimy perspektywę ostatnich trzech lat (2009 – 2011). Przewagę podmiotów nowo zarejestrowanych nad wyrejestrowanymi odnotowano we wszystkich branżach z wyjątkiem telewizji i radia, gdzie przewaga podmiotów wyrejestrowanych wyniosła 3 jednostki gospodarcze. Podobnie przedstawia się sytuacja w innych województwach. W wielkopolskim przewaga podmiotów nowo zarejestrowanych występuje we wszystkich branżach, z wyjątkiem rękodzieła. W przypadku województwa pomorskiego wyjątkami są rękodzieło, a także telewizja i radio. Z kolei w województwie lubuskim podmioty nowo zarejestrowane stanowią większe odsetki we wszystkich sekcjach z wyjątkiem: projektowania/projektowania mody oraz rękodzieła. Szczegółowe dane zawiera tabela nr 8.

Tabela 8. Nowo zarejestrowane i wyrejestrowane z rejestru REGON podmioty z branż przemysłów kreatywnych w latach 2009 – 2011*

Branża	Województwo	Podmioty nowo zarejestrowane	Podmioty wyrejestrowane	Ogółem
Projektowanie/projektowanie mody	Lubuskie	813	1091	-278
	Wielkopolskie	3679	3002	677
	Zachodniopomorskie	**1561**	**1476**	**85**
	Pomorskie	2638	1779	859
Architektura	Lubuskie	424	340	84
	Wielkopolskie	1770	1393	377
	Zachodniopomorskie	**1061**	**861**	**200**

Branża	Województwo	Podmioty nowo zarejestrowane	Podmioty wyrejestrowane	Ogółem
	Pomorskie	1546	775	771
Sztuka i antyki	Lubuskie	144	139	5
	Wielkopolskie	479	478	1
	Zachodniopomorskie	**296**	**283**	**13**
	Pomorskie	442	271	171
Gry komputerowe/publikacje	Lubuskie	63	45	18
	Wielkopolskie	300	188	112
	Zachodniopomorskie	**142**	**99**	**43**
	Pomorskie	163	133	30
Rękodzieło	Lubuskie	110	127	-17
	Wielkopolskie	444	538	-94
	Zachodniopomorskie	**234**	**226**	**8**
	Pomorskie	462	561	-99
Reklama	Lubuskie	335	238	97
	Wielkopolskie	1554	908	646
	Zachodniopomorskie	**544**	**428**	**116**
	Pomorskie	895	538	357
Film i wideo	Lubuskie	76	60	16
	Wielkopolskie	253	212	41
	Zachodniopomorskie	**135**	**99**	**36**
	Pomorskie	192	115	77
Muzyka	Lubuskie	210	189	21
	Wielkopolskie	704	643	61
	Zachodniopomorskie	**404**	**364**	**40**
	Pomorskie	597	366	231
Sztuka teatralna	Lubuskie	134	129	5
	Wielkopolskie	451	431	20
	Zachodniopomorskie	**269**	**265**	**4**
	Pomorskie	405	251	154
Oprogramowanie	Lubuskie	360	183	177
	Wielkopolskie	1829	637	1192
	Zachodniopomorskie	**731**	**366**	**365**
	Pomorskie	1218	438	780
Telewizja i radio	Lubuskie	7	5	2
	Wielkopolskie	11	8	3
	Zachodniopomorskie	**4**	**7**	**-3**
	Pomorskie	12	12	0

*Stan na koniec 2011 r.
Źródło: Bank Danych Lokalnych GUS

Opracowanie własne

Należy również przedstawić dane dotyczące relacji nowo zarejestrowanych i wyrejestrowanych podmiotów gospodarczych w poszczególnych subregionach województwa zachodniopomorskiego. W subregionie koszalińskim podmioty nowo zarejestrowane nad wyrejestrowanymi przeważają wyłącznie w branży oprogramowania. Subregion stargardzki charakteryzuje się przewagą podmiotów nowo zarejestrowanych w obszarach architektury, gier komputerowych/publikacji i oprogramowania. W przypadku m. Szczecin przewagę podmiotów nowo zarejestrowanych odnotować należy w branżach: projektowanie/projektowanie mody, reklama, oprogramowanie, a także telewizja i radio. Z kolei subregion szczeciński charakteryzuje się przewagą podmiotów nowo zarejestrowanych w obszarach: architektury oraz oprogramowania. Szczegółowe dane znajdują się w tabeli nr 9.

Tabela 9. Podmioty nowo zarejestrowane i wyrejestrowane z rejestru REGON w poszczególnych subregionach województwa zachodniopomorskiego w roku 2011*

Branża	Subregion	Podmioty nowo zarejestrowane	Podmioty wyrejestrowane	Ogółem
Projektowanie/projektowanie mody	koszaliński	140	175	-35
	stargardzki	57	96	-39
	m. Szczecin	212	186	26
	szczeciński	105	122	-17
Architektura	koszaliński	61	125	-64
	stargardzki	62	54	8
	m. Szczecin	140	149	-9
	szczeciński	89	58	31
Sztuka i antyki	koszaliński	24	41	-17
	stargardzki	9	22	-13
	m. Szczecin	33	33	0
	szczeciński	21	23	-2
Gry komputerowe/publikacje	koszaliński	8	12	-4
	stargardzki	6	4	2
	m. Szczecin	25	28	-3
	szczeciński	6	6	0
Rękodzieło	koszaliński	19	39	-20
	stargardzki	16	24	-8
	m. Szczecin	18	21	-3
	szczeciński	11	17	-6
Reklama	koszaliński	54	58	-4
	stargardzki	22	33	-11
	m. Szczecin	75	64	11
	szczeciński	24	26	-2
Film i wideo	koszaliński	11	11	0
	stargardzki	3	9	-6

Branża	Subregion	Podmioty nowo zarejestrowane	Podmioty wyrejestrowane	Ogółem
	m. Szczecin	14	19	-5
	szczeciński	6	7	-1
Muzyka	koszaliński	35	50	-15
	stargardzki	11	31	-20
	m. Szczecin	45	50	-5
	szczeciński	25	29	-4
Sztuka teatralna	koszaliński	24	39	-15
	stargardzki	8	22	-14
	m. Szczecin	31	31	0
	szczeciński	19	22	-3
Oprogramowanie	koszaliński	58	37	21
	stargardzki	26	23	3
	m. Szczecin	124	47	77
	szczeciński	44	28	16
Telewizja i radio	koszaliński	0	3	-3
	stargardzki	0	1	-1
	m. Szczecin	1	0	1
	szczeciński	0	0	0

*Stan na koniec 2011 r.
Źródło: Bank Danych Lokalnych GUS
Opracowanie własne

Identyczne zestawienie przygotowano za okres trzech ostatnich lat (2009 – 2011). W subregionie koszalińskim należy odnotować przewagę podmiotów nowo zarejestrowanych w branżach: projektowanie/projektowanie mody, gry komputerowe/publikacje, reklama, film i wideo, a także oprogramowanie. Subregion stargardzki charakteryzuje się przewagą podmiotów nowo zarejestrowanych w branżach: architektura, sztuka i antyki, reklama oraz oprogramowanie. To samo zjawisko w mieście Szczecin zaobserwować można we wszystkich z wyodrębnionych obszarów działalności, w subregionie szczecińskim przewaga podmiotów nowo zarejestrowanych nad wyrejestrowanymi występuje również we wszystkich branżach. Omawiane dane znajdują się w tabeli nr 10.

Tabela 10. Podmioty nowo zarejestrowane i wyrejestrowane z rejestru REGON w poszczególnych subregionach województwa zachodniopomorskie w latach 2009 – 2011*

Branża	Subregion	Podmioty nowo zarejestrowane	Podmioty wyrejestrowane	Ogółem
Projektowanie/projektowanie mody	koszaliński	417	404	13
	stargardzki	212	235	-23
	m. Szczecin	655	584	71
	szczeciński	277	253	24

Branża	Subregion	Podmioty nowo zarejestrowane	Podmioty wyrejestrowane	Ogółem
Architektura	koszaliński	226	269	-43
	stargardzki	170	98	72
	m. Szczecin	451	385	66
	szczeciński	214	109	105
Sztuka i antyki	koszaliński	97	113	-16
	stargardzki	44	43	1
	m. Szczecin	102	83	19
	szczeciński	53	44	9
Gry komputerowe/publikacje	koszaliński	39	26	13
	stargardzki	18	24	-6
	m. Szczecin	54	35	19
	szczeciński	24	14	10
Rękodzieło	koszaliński	59	83	-24
	stargardzki	40	45	-5
	m. Szczecin	87	63	24
	szczeciński	48	35	13
Reklama	koszaliński	150	120	30
	stargardzki	69	62	7
	m. Szczecin	243	188	55
	szczeciński	82	58	24
Film i wideo	koszaliński	39	26	13
	stargardzki	18	24	-6
	m. Szczecin	54	35	19
	szczeciński	24	14	10
Muzyka	koszaliński	128	134	-6
	stargardzki	56	64	-8
	m. Szczecin	148	111	37
	szczeciński	72	55	17
Sztuka teatralna	koszaliński	89	108	-19
	stargardzki	38	40	-2
	m. Szczecin	94	76	18
	szczeciński	48	41	7
Oprogramowanie	koszaliński	159	91	68
	stargardzki	89	59	30
	m. Szczecin	360	157	203
	szczeciński	123	59	64
Telewizja i radio	koszaliński	0	3	-3
	stargardzki	0	2	-2

Branża	Subregion	Podmioty nowo zarejestrowane	Podmioty wyrejestrowane	Ogółem
	m. Szczecin	2	1	1
	szczeciński	2	1	1

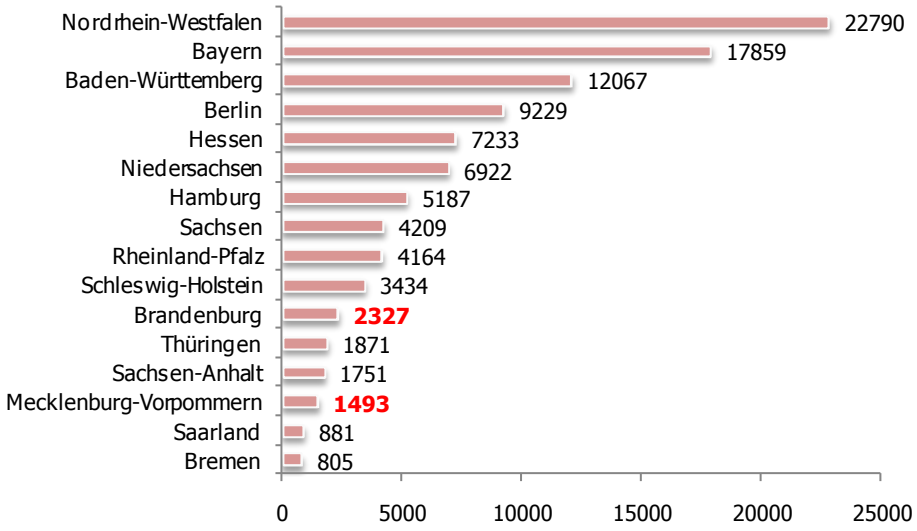
*Stan na koniec 2011 r.
Źródło: Bank Danych Lokalnych GUS
Opracowanie własne

Województwo zachodniopomorskie graniczy z dwoma niemieckimi landami: Brandenburgią i Meklemburgią – Pomorze Przednie. Wraz z województwem zachodniopomorskim wspólnie realizują one Cel 3: „Europejska Współpraca Terytorialna" – „Współpraca Transgraniczna". Program Operacyjny Celu 3 przygotowany został na lata 2007 – 2013. Program ma przyczyniać się do rozwoju obszaru przygranicznego i odgrywać istotną rolę w kształtowaniu współpracy polsko – niemieckiej, stanowi również podstawę finansowego wsparcia współpracy transgranicznej w perspektywie finansowej 2007 – 2013. W swoich założeniach Program ma przyczynić się wykreowania i wdrożenia zintegrowanych rozwiązań, tak w zakresie polityki, jak i gospodarki oraz społeczeństwa, a docelowo dopomóc stworzeniu żyjącym tu mieszkańcom warunków życia i perspektyw, które będą przez nich akceptowane i będą motywować ich do aktywnego udziału w działaniach służących rozwojowi na poziomie lokalnym i regionalnym w obszarze wsparcia[2]. Zarówno fakty wynikające z sąsiedztwa i podejmowania współpracy transgranicznej, jak i przyjęte w niniejszym projekcie cele badawcze, wymagają przyjrzenia się kondycji wybranych branż przemysłów kreatywnych w Brandenburgii i Meklemburgii – Pomorze Przednie. W tym celu wykorzystano przede wszystkim informacje znajdujące się w zasobach Statistische Ämter – des Bundes und der Länder (http://www.statistik-portal.de). W niniejszym zestawieniu posłużono się zestawieniem uwzględniającym podmioty gospodarcze zarejestrowane w kategorii „Sztuka, rozrywka, wypoczynek" jako najbliższej kategorii związanej z sektorem przemysłów kreatywnych, który szczególnie interesuję Akademię Sztuki ze względu na program studiów.

Wg stanu na koniec 2010 r. w Niemczech funkcjonowały 104 232 podmioty działające w sektorze sztuki, rozrywki i wypoczynku. W tym gronie znajdowało się 2 327 przedsiębiorstw ulokowanych w Brandenburgii (2,2% ogółu podmiotów) i 1 493 podmioty zlokalizowane w Meklemburgii – Pomorze Przednie (1,4% ogółu przedsiębiorstw). Pod względem liczby omawianych podmiotów landy sąsiadujące z województwem zachodniopomorskim nieco odstają od reszty kraju. Biorąc pod uwagę liczbę podmiotów Brandenburgia sklasyfikowana została na 11 miejscu, natomiast Meklemburgia – Pomorze Przednie na pozycji 14. Szczegółowe dane znajdują się na rysunku nr 5.

[2] *Program Operacyjny Celu 3 „Europejska Współpraca Terytorialna" – „Współpraca Transgraniczna" Krajów Meklemburgia – Pomorze Przednie / Brandenburgia i Rzeczpospolitej Polskiej (Województwo Zachodniopomorskie) 2007 – 2013*, s. 5.

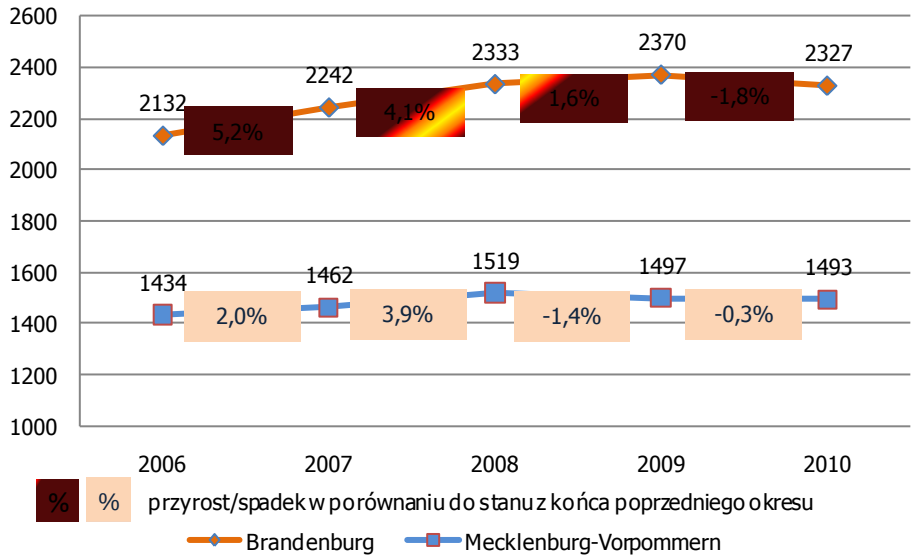
Rysunek 5. Liczba podmiotów gospodarczych działających w kategorii "Sztuka, rozrywka, wypoczynek" w Niemczech*



*Stan na koniec 2010 r.
Źródło: Statistische Ämter – des Bundes und der Länder
Opracowanie własne

Liczba podmiotów gospodarczych w omawianych kategoriach na przestrzeni ostatnich lat wzrastała w Brandenburgii od 2006 do 2009 roku. Łączny wzrost wyniósł 238 przedsiębiorstw. Po tym okresie odnotowany został niewielki spadek liczby podmiotów – o 43 jednostki gospodarcze, tj. 1,8%. Nieco inaczej sytuacja przedstawiała się w Meklemburgii – Pomorze Przednie. Wzrost podmiotów miał tam charakter nieco mniej dynamiczny w latach 2006 – 2008, po czym w roku 2009 odnotowano spadek, który potrwał do końca badanego okresu, łącznie o 26 jednostek gospodarczych, tj. 1,7%. Omawiane dane ilustruje rysunek nr 6.

Rysunek 6. Liczba podmiotów działających w kategorii „Sztuka, rozrywka, wypoczynek” na przestrzeni lat w Brandenburgii i Meklemburgii – Pomorze Przednie*



Źródło: Statistische Ämter – des Bundes und der Länder
Opracowanie własne

Należy również przedstawić jak kształtuje się liczebność podmiotów wg klas wielkości w dwóch landach sąsiadujących z województwem zachodniopomorskim. **W Brandenburgii w ciągu ostatniego roku spadła liczebność podmiotów we wszystkich kategoriach wielkości z wyjątkiem małych** (wzrost o 1 j. gospodarczą) **i dużych przedsiębiorstw** (liczba podmiotów pozostała na tym samym poziomie). Z kolei **w Meklemburgii – Pomorze Przednie liczba podmiotów wzrosła wyłącznie w ramach kategorii dużych przedsiębiorstw** (o 2 j. gospodarcze), w pozostałych klasach wielkości liczba podmiotów zmniejszyła się. Omawiane dane znajdują się w tabeli nr 11.

Tabela 11. Podmioty w kategorii "Sztuka, rozrywka, wypoczynek” wg klas wielkości w Brandenburgii i Meklemburgii – Pomorze Przednie*

Klasa wielkości przedsiębiorstwa		Struktura podmiotów w Brandenburgii		Przyrost w skali roku w Brandenburgii		Struktura podmiotów w Meklemburgii – Pomorze Przednie		Przyrost w skali roku w Meklemburgii – Pomorze Przednie	
		N	%	N	%	N	%	N	%
Mikroprzedsiębiorstwa	***0-9 prac.***	2224	95,6%	-41	-1,8%	1420	95,1%	-3	-0,2%
Małe przedsiębiorstwa	***10-49 prac.***	79	3,4%	1	1,3%	54	3,6%	-1	-1,8%

Klasa wielkości przedsiębiorstwa		Struktura podmiotów w Brandenburgii		Przyrost w skali roku w Brandenburgii		Struktura podmiotów w Meklemburgii – Pomorze Przednie		Przyrost w skali roku w Meklemburgii – Pomorze Przednie	
		N	%	N	%	N	%	N	%
Średnie przedsiębiorstwa	***50-249 prac.***	20	0,8%	-3	-13,0%	16	1,1%	-2	-11,1%
Duże przedsiębiorstwa	***250 i więcej prac.***	4	0,2%	0	0,0%	3	0,2%	2	0,0%
Ogółem		2327	100,0%	**-43**	**-1,8%**	1493	100,0%	**-4**	**-0,3%**

*Stan na koniec 2010 r.
Źródło: Statistische Ämter – des Bundes und der Länder
Opracowanie własne

Problem potencjału rynku przemysłów kreatywnych poruszono również podczas indywidualnych wywiadów pogłębionych przeprowadzonych z przedsiębiorcami. **Wśród respondentów dominowały opinie, że sektor przemysłów kreatywnych ma przed sobą ogromne perspektywy rozwoju**. Wprawdzie województwo zachodniopomorskie odstaje pod tym względem, jeśli porównać je z wielkopolskim, pomorskim i śląskim, jednak nie zmienia to faktu, że na przyszłość rokują tutaj dobrze bogate zasoby wysokiej klasy specjalistów, szczególnie z branży IT i fotograficznej. Zauważono również, że sektor przemysłów kreatywnych wyodrębnił się stosunkowo niedawno i jego potencjalni klienci w dalszym ciągu nie są przekonani o jego wartości. **U potencjalnych odbiorców odczuwalny jest pewien strach przed nowością, który w głównej mierze wynika z niewiedzy, czym tak naprawdę zajmuje się sektor kreatywny.** Kilku respondentów zauważyło, że w ich branżach panuje duża konkurencja i brak jest zdecydowanych liderów rynku, co zdecydowanie sprzyja rozwojowi. Pojawiły się również zdania, że sektor przemysłów kreatywnych nie odczuwa dotkliwie skutków kryzysu ekonomicznego. Uczestnicy indywidualnych wywiadów pogłębionych odnieśli się również do sytuacji w Niemczech, a szczególnie sąsiednich landach. Wskazano, że niemiecki sektor przemysłów kreatywnych w większości branż wyprzedza polski rynek, ale stopniowo zmniejszamy dystans. Najlepszym tego potwierdzeniem jest nawiązywanie przez przedsiębiorców konkurencji z firmami niemieckimi, kilku respondentów wskazało, że duża część ich klientów oraz odbiorców produktów pochodzi zza zachodniej granicy. W jednej z branż (IT, fotografia) ulokowana w Polsce firma jest nawet liderem, który podjął wysiłek stworzenia oddziału na terenie Niemiec.

„Powiedziałabym, że jesteśmy w stadium rozwojowym, co widać również w naszym przedsiębiorstwie, bo tak naprawdę cały czas kogoś zatrudniamy, są coraz większe potrzeby. Myślę jednak, że istnieje wiele różnych barier ze strony naszych potencjalnych klientów. (…) Myślę, że ze względu na to, że jest to coś kreatywnego i nowego, bardzo wiele osób nie rozumie do końca jak to działa. To też nas w pewien sposób hamuje. Powiem szczerze, że nie można tego czym się zajmujemy porównać, dlatego że póki co wszystkie firmy, które robią transmisje internetowe, są mniej więcej na takim samym stadium rozwoju jak my. Praktycznie co chwilę powstają nowe firmy, które są przedsiębiorstwami małymi, dopiero rozwijającymi się. Jak na razie nie ma jakiegoś większego przedsiębiorstwa, które by górowało nad innymi. Poza tym firmy możemy podzielić na zajmujące się transmisjami sportowymi i transmisjami wydarzeń naukowych oraz kulturalnych. Tutaj sobie zbytnio nie wchodzimy w drogę, bo to są inne transmisje".

[województwo wielkopolskie]

„Sektor ma przed sobą przyszłość, a zwłaszcza rynek internetowy, w którym my działamy. Jeśli chodzi o kreatywność i zasoby ludzkie, to uważam, że w zachodniopomorskim mamy bardzo wysokiej klasy specjalistów. Natomiast, jeśli chodzi o prowadzenie biznesu, to niestety 90% naszych klientów jest z Warszawy, 7% to pozostała część Polski, a może 2% to województwo zachodniopomorskie. (…) My działamy w takiej branży, że jesteśmy liderem w Polsce. Nie ma drugiej firmy w Polsce o podobnym profilu do naszego. To samo w Niemczech. Przedsiębiorstwo dopiero zamierza otworzyć na terenie Niemiec swój oddział".

[województw zachodniopomorskie]

Uczestnicy badania jakościowego poproszeni zostali następnie o wskazanie czynników, które hamują rozwój sektora przemysłów kreatywnych oraz czynników, które temu rozwojowi sprzyjają. Wśród tych pierwszych wymieniono przede wszystkim **wysokie opłaty związane z prowadzeniem działalności, utrudniony dostęp do nowoczesnych urządzeń i rozwiązań technologicznych oraz niemożność uzyskania dotacji nawet na bardzo kreatywne przedsięwzięcia**. Pewnym hamulcem jest również omówiona powyżej relatywnie niewielka świadomość potencjalnych klientów, aczkolwiek zauważono, że w tym względzie następuje stopniowa poprawa. **Do czynników sprzyjających rozwojowi sektora respondenci zaliczyli wzrastającą ilość klientów i sponsorów**, chcących przyczynić się do rozwoju przemysłów kreatywnych. Nie bez znaczenia jest również **samozaparcie i upór przedsiębiorców**, którzy przecierają ścieżki będąc pionierami w swoich branżach. Odnotowano także ilość uczelni kształcących na wysokim poziomie (firma z województwa zachodniopomorskiego) oraz fakt, że sektor przemysłów kreatywnych jest bardzo elastyczny, a więc potrafi wykonywać zlecenia dla niemal wszystkich innych przedsiębiorstw i osób prywatnych.

„Czynnikiem, który sprzyja jest zdecydowanie wzrastająca świadomość klientów. Są świadomi, że nie potrafią sobie poradzić z projektowaniem danego mieszkania, budynku. (…) Dla mnie minusem na przykład jest generowanie pseudo wykształconych ludzi w danych zakresach, namnożyło się architektów wnętrz, którzy zupełnie nie mają do czynienia z Akademiami Sztuki, ani z Politechnikami, tylko są po kilkumiesięcznych kursach, nie mając zielonego pojęcia na temat branży, za którą się zabierają. Obniżają w ten sposób pułap cenowy, co niszczy rynek. Niestety spotykamy się też z taką typową kwestią poprawiania projektów po innych wykonawcach".

[województwo lubuskie]

Respondentów zapytano również o główny problem, przed którym stoi obecnie sektor przemysłów kreatywnych. **Odpowiedzi badanych potwierdzają, że największy problem jest natury finansowej. Kilku przedsiębiorstwom brakuje środków na reklamę i inwestycje**. Zauważono również, że rozpoczęcie działalności w sektorze przemysłów kreatywnych wymaga posiadania dużego kapitału początkowego. Po raz kolejny podkreślono, że problemem jest także niedostateczna świadomość potencjalnych odbiorców produktów i usług. Należy ponadto zauważyć opinie dwóch respondentów, którzy nie dostrzegają żadnych problemów.

„Głównym problemem jest to, że jeżeli ktoś kreuje produkt i chce go sprzedać, to potrzebuje też dobrej reklamy. To wszystko jest powiązane ze sobą. Jeśli rzemieślnik zrobi piękną rzeźbę, to musi ją gdzieś pokazać, za to też się płaci. (…) To są też koszty. Największym problemem w tej chwili są pieniądze".

[województwo lubuskie]

Zaledwie dwóch respondentów (wielkopolskie i zachodniopomorskie) zaprzeczyło jakoby sektor przemysłów kreatywnych mógł stać się „kołem zamachowym" regionalnej gospodarki. Pozostali dostrzegają taką szansę, ale uzależniają pozytywny rezultat od kilku czynników, z których najważniejsze jest **wsparcie ze strony władz miast i regionalnych uczelni**. Zdaniem respondentów należałoby stworzyć warunki sprzyjające wdrażaniu technologii wynoszonych z jednostek badawczych i placówek akademickich. Niezbędne w tym celu byłoby powołanie zrzeszeń pracodawców, kadry naukowej i przedstawicieli jednostek samorządowych. Dobrym rozwiązaniem jest tworzenie inkubatorów nowoczesnych technologii przy uczelniach wyższych oraz powoływanie klastrów branżowych i stref ekonomicznych. **Konieczne jest też podjęcie działań na rzecz edukacji przedsiębiorców, którzy mogliby być odbiorcami produktów i usług kreatywnych**. W tej chwili wolą oni opierać się na wypróbowanych rozwiązaniach i obawiają się nowości oferowanych przez kreatywne firmy wsparcia biznesu.

„Myślę, że sektor kreatywny z powodzeniem mógłby się stać takim motorem napędowym. Może to być uzależnione od wyższego poziomu edukacji przedsiębiorców. Wiem, że część firm stosuje bardzo konserwatywne, zastałe techniki. Ogranicza się do znanych sobie technik działania, nie zastanawiając się, czy można by pójść o krok do przodu. Taki proces edukowania, jakichś warsztatów byłby czymś dobrym".

[województwo wielkopolskie]

„Jestem pewna, że sektor kreatywny to dla Szczecina szansa, trzeba w tym kierunku pójść, tym bardziej, że w końcu pootwierały się biurowce i jest ich dosyć sporo. Trzeba teraz umiejętnie ściągnąć przedsiębiorców tutaj, (…) a jeśli chodzi o jakość ludzi, to jestem przekonana, że mamy tutaj odpowiednią kadrę. Na dzień dzisiejszy niestety większość osób wyjeżdża ze Szczecina w poszukiwaniu pracy i to miasto musi wyjść z jakąś inicjatywą, z ulgami dla młodych przedsiębiorców. My obecnie znajdujemy się w Szczecińskim Parku Technologicznym i oni mają preferencyjne stawki dla takich nowopowstających firm. My też byliśmy firmą, która tutaj przyszła i były nas 3 osoby, teraz mamy 25 osób. Wydaje mi się, że takie wsparcie małego biznesu jest z pewnością potrzebne i mile widziane".

[województwo zachodniopomorskie]

Oferta edukacyjna Akademii Sztuki w Szczecinie

Akademia Sztuki w Szczecinie funkcjonuje od 1 września 2010 r., obecnie kształci się w niej około 500 studentów na 4 wydziałach:

- ✓ Wydział Edukacji Muzycznej
- ✓ Wydział Instrumentalny
- ✓ Wydział Sztuk Wizualnych
- ✓ Wydział Malarstwa i Nowych Mediów

Z początkiem roku akademickiego 2012/2013 uruchomiono kształcenie na ostatnim z wymienionych wyżej wydziałów – Wydziale Malarstwa i Nowych Mediów. Został on wyodrębniony z Wydziału Sztuk Wizualnych i proponuje kształcenie na kierunkach: malarstwo (studia stacjonarne I stopnia) i grafika – specjalność multimedia (studia stacjonarne I stopnia).

Aktualna oferta edukacyjna Akademii Sztuki przewiduje możliwość kształcenia na sześciu kierunkach, w przypadku trzech z nich (edukacja artystyczna w zakresie sztuki muzycznej, instrumentalistyka, grafika na Wydziale Sztuk Wizualnych), są to studia I i II stopnia, z kolei pozostałe kierunki (architektura wnętrz, grafika na Wydziale Malarstwa i Nowych Mediów, malarstwo) dają możliwość pobierania nauki na studiach I stopnia. Szczegółowe dane znajdują się w tabeli nr 12.

Tabela 12. Oferta edukacyjna Akademii Sztuki w Szczecinie

Wydział	Kierunek	Specjalność	Stopień
Wydział Edukacji Muzycznej	Edukacja artystyczna w zakresie sztuki muzycznej	Edukacja muzyczna	I, II
		Muzyka kościelna	
		Dyrygentura chóralna	
		Wokalistyka jazzowa	
Wydział Instrumentalny	Instrumentalistyka	Akordeon	I, II
		Altówka	
		Fagot	
		Flet	
		Fortepian	
		Gitara	
		Harfa	
		Klarnet	
		Kontrabas	
		Obój	
		Perkusja	
		Puzon	
		Saksofon	
		Skrzypce	

Wydział	Kierunek	Specjalność	Stopień
		Trąbka	
		Tuba	
		Waltornia	
		Wiolonczela	
Wydział Sztuk Wizualnych	Grafika	Grafika warsztatowa	I, II
		Grafika projektowa	
	Architektura Wnętrz	-	I
Wydział Malarstwa i Nowych Mediów	Grafika	Multimedia	I
	Malarstwo	-	

*Źródło: Akademia Sztuki w Szczecinie

Kwalifikacje absolwentów[3]

1) Wydział Edukacji Muzycznej

Ukończenie studiów I stopnia na kierunku edukacja artystyczna w zakresie sztuki muzycznej skutkuje u absolwenta nabyciem kwalifikacji artysty muzyka oraz nauczyciela przedmiotu *muzyka* w szkołach podstawowych i ponadpodstawowych – do gimnazjum włącznie. Pozyskane kwalifikacje umożliwiają prowadzenie zajęć w zakresie edukacji i animacji muzycznej, pozwalają również pozyskać wiedzę teoretyczną i praktyczną niezbędną do prowadzenia tychże zajęć. Pozyskane w trakcie studiów umiejętności umożliwiają ponadto prowadzenie zajęć umuzykalniających w przedszkolach oraz placówkach pozaszkolnych, są również pomocne w aspekcie prowadzenia działalności muzycznej w instytucjach kultury. Absolwent studiów I stopnia otrzymuje tytuł zawodowy: licencjat sztuki.

Absolwent może zdecydować się kontynuować naukę na studiach II stopnia, po ich ukończeniu otrzymuje tytuł zawodowy magistra sztuki oraz – w zależności od wybranej specjalności – uzyskuje kwalifikacje w zakresie:

- ✓ Dyrygentury chóralnej – ukończenie specjalizacji umożliwia prowadzenie wokalnych, instrumentalnych i wokalno – instrumentalnych zespołów muzycznych. Absolwent przygotowany jest również do pracy w instytucjach kultury, mediach i wydawnictwach muzycznych oraz posiada kwalifikacje niezbędne do nauczania przedmiotów: *dyrygowanie*, *czytanie partytur* w wyższych uczelniach pedagogicznych i artystycznych.
- ✓ Edukacji muzycznej – ukończenie specjalizacji skutkuje nabyciem niezbędnej wiedzy przydatnej podczas prowadzenia zajęć dydaktycznych w szkolnictwie muzycznym drugiego

[3] Poniższe charakterystyki opracowane zostały w oparciu o dane udostępnione przez Akademię Sztuki w Szczecinie, m.in. *Cele programów studiów dotyczące kształcenia i przygotowania zawodowego*, *Sylwetki absolwentów*, a także Uchwałę nr 70/2012 Senatu Akademii Sztuki z dnia 19 kwietnia 2012 r. *w sprawie określenia efektów kształcenia dla kierunków prowadzonych w Akademii Sztuki w Szczecinie.*

stopnia oraz w liceach ogólnokształcących. Umożliwia ponadto prowadzenie wokalnych, instrumentalnych i wokalno – instrumentalnych zespołów muzycznych w szkolnictwie muzycznym drugiego stopnia. Pozwala także na prowadzenie zajęć dydaktycznych z zakresu kształcenia nauczycieli muzyki w pedagogicznych i artystycznych szkołach wyższych, zawodowym szkolnictwie pedagogicznym, ośrodkach kształcenia i dokształcania nauczycieli. Dodatkowo, absolwent przygotowany jest do pracy w instytucjach kultury, mediach i wydawnictwach muzycznych.

- ✓ Muzyki kościelnej – ukończenie specjalizacji skutkuje nabyciem kwalifikacji niezbędnych podczas gry i improwizacji organowej, a także śpiewu organowego podczas realizacji oprawy muzycznej uroczystości celebrowanych w instytucjach kultu religijnego. Absolwent przygotowany jest również do pracy w instytucjach kultury, mediach i wydawnictwach muzycznych oraz do pracy w aspekcie animacji kulturalnej w ramach społeczności parafialnych.

2) Wydział Instrumentalny

Kształcenie na Wydziale Instrumentalnym Akademii Sztuki w Szczecinie odbywa się zarówno na studiach I, jak i II stopnia. Absolwent studiów licencjackich przygotowany jest przygotowany jest do wykonywania zawodu muzyka instrumentalisty, a zatem posiada niezbędną wiedzę teoretyczną oraz umiejętności praktyczne konieczne do wykonywania własnych interpretacji utworów i dzieł muzycznych. W trakcie studiów absolwent nabył doświadczenie w zakresie wykonywania repertuaru charakterystycznego dla różnych epok. Jest również przygotowany do współdziałania z innymi muzykami w ramach zespołów, może ponadto podjąć zatrudnienie w instytucjach kultury i mediach, w aspekcie prowadzenia działalności artystycznej.

Absolwent przygotowany jest do podjęcia studiów II stopnia, które skutkują poszerzeniem wiedzy teoretycznej i praktycznej w zakresie samodzielnego tworzenia interpretacji dzieł i utworów muzycznych na najwyższym poziomie, umożliwiając tym samym działalność estradową. Absolwent przygotowany jest do pracy w instytucjach kultury i mediach. Opanował ponadto warsztat wykonawczy i metodyczny, posiada umiejętności krytycznej oceny własnych osiągnięć, zdobywania głębokiej wiedzy teoretycznej, nieodzownej w relacji dawnych i współczesnych technik kompozytorskich oraz świadomego prowadzenia procesu tworzenia dzieła muzycznego. Po uzyskaniu kwalifikacji pedagogicznych może również podjąć pracę dydaktyczną.

3) Wydział Sztuk Wizualnych

Kształcenie I stopnia na Wydziale Sztuk Wizualnych odbywa się w zakresie grafiki oraz architektury wnętrz. Absolwent studiów na kierunku grafika posiada interdyscyplinarną wiedzę z zakresu historii

sztuki, historii kultury i cywilizacji, etyki, estetyki, a także filozofii. Oprócz wiedzy teoretycznej, absolwent posiada również praktyczne przygotowanie w zakresie grafiki, które umożliwia podejmowanie twórczości własnej oraz pracy w zespole. Osoby kończące wyżej wymieniony zaznajomione są z tradycyjnymi i nowoczesnymi środkami przekazu artystycznego w twórczości graficznej i projektowej. Absolwent może ponadto podjąć pracę w instytucjach kultury, wydawnictwach i agencjach graficznych oraz w szkolnictwie, po uprzednim ukończeniu specjalności nauczycielskiej.

Absolwent studiów I stopnia na kierunku architektura wnętrz jest przygotowany do prowadzenia indywidualnej i zespołowej pracy projektowej w zakresie architektury wnętrz. Umiejętności komunikowania się i aktywnego uczestnictwa w pracy zespołowej umożliwiają mu również sprawne organizowanie pracy projektowej. Absolwent jest również przygotowany do podjęcia studiów II stopnia i potrafi posługiwać się specjalistycznym językiem obcym (na poziomie B2) z zakresu architektury wnętrz.

Wydział Sztuk Wizualnych oferuje również możliwość pobierania nauki na studiach II stopnia w zakresie grafiki. Absolwent studiów II stopnia wyposażony jest w gruntowną wiedzę z zakresu sztuk pięknych oraz projektowych w obszarze grafiki. Potrafi podejmować samodzielne i twórcze przedsięwzięcia. Jego wiedza w zakresie historii sztuki i kultury jest poszerzona i wpływa na umiejętność analizy zjawiska sztuki w kontekście historii i współczesności. Absolwentowi nie sprawia problemu posługiwanie się nowoczesnymi środkami przekazu artystycznego oraz posiada wiedzę i umiejętności w aspekcie warsztatu i technologii graficznych. Może podjąć pracę w instytucjach kultury i mediach, agencjach graficznych, galeriach sztuki i instytucjach wystawienniczych, która wymaga samodzielnej pracy artystycznej i projektowej. Po uprzednim ukończeniu specjalności nauczycielskiej jest również przygotowany do pracy w szkolnictwie.

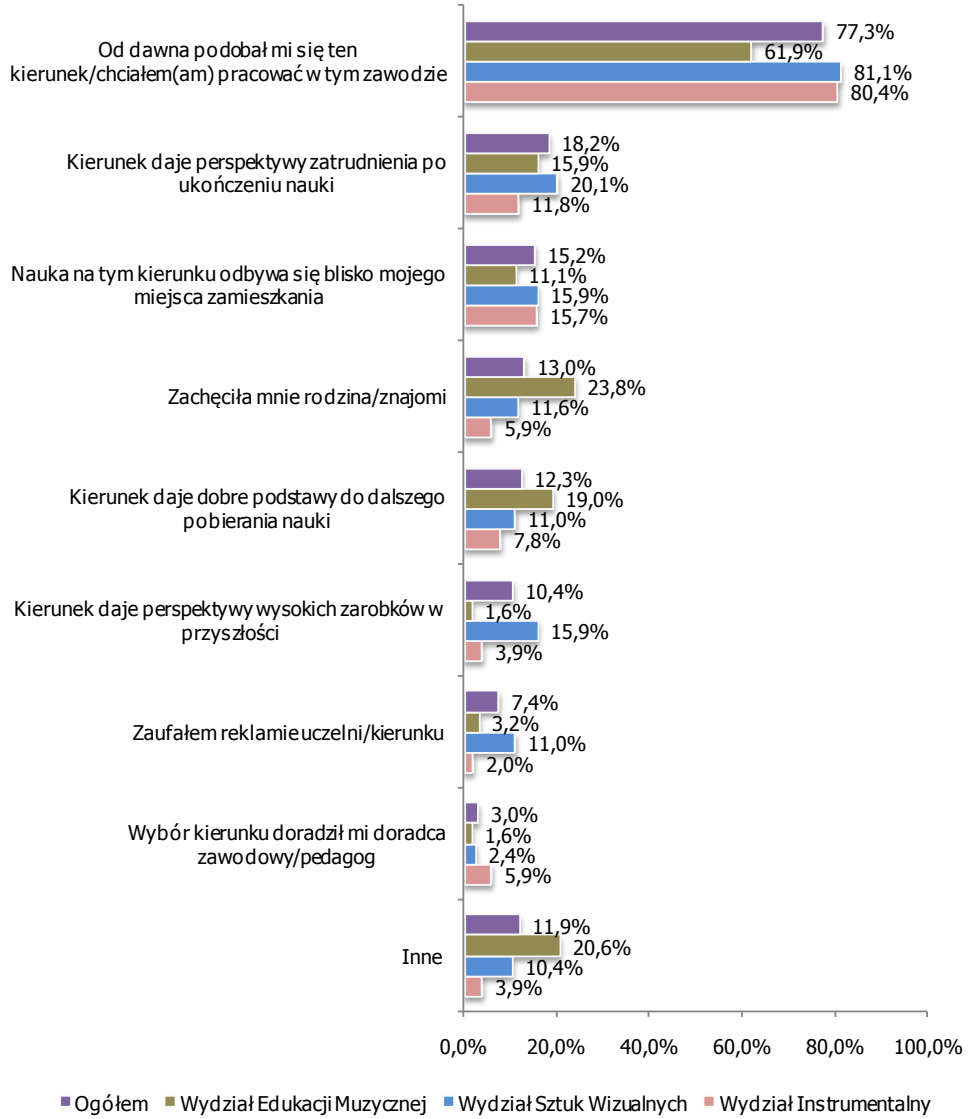
4) Wydział Malarstwa i Nowych Mediów

Wydział Malarstwa i Nowych Mediów oferuje kształcenie na studiach I stopnia na kierunku malarstwo. Absolwent studiów posiada gruntowną wiedzę w zakresie technologii stosowanych w sztukach plastycznych, w tym na temat odwzorowania trójwymiarowej przestrzeni na płaszczyźnie oraz budowania własnego twórczego warsztatu artysty malarza. Absolwent posiada umiejętności organizacji pracy indywidualnej i zespołowej w ramach przedsięwzięć o charakterze twórczym, potrafi również budować konstruktywną krytykę w obrębie działań artystycznych. Ponadto, przygotowany jest do twórczego włączania się w realizację zadań instytucji kultury w zakresie sztuk wizualnych. Zaznajomiony jest z problemami ochrony własności intelektualnej oraz potrafi sprawnie posługiwać się fachową terminologią z obszaru sztuk wizualnych.

Motywacja podjęcia studiów

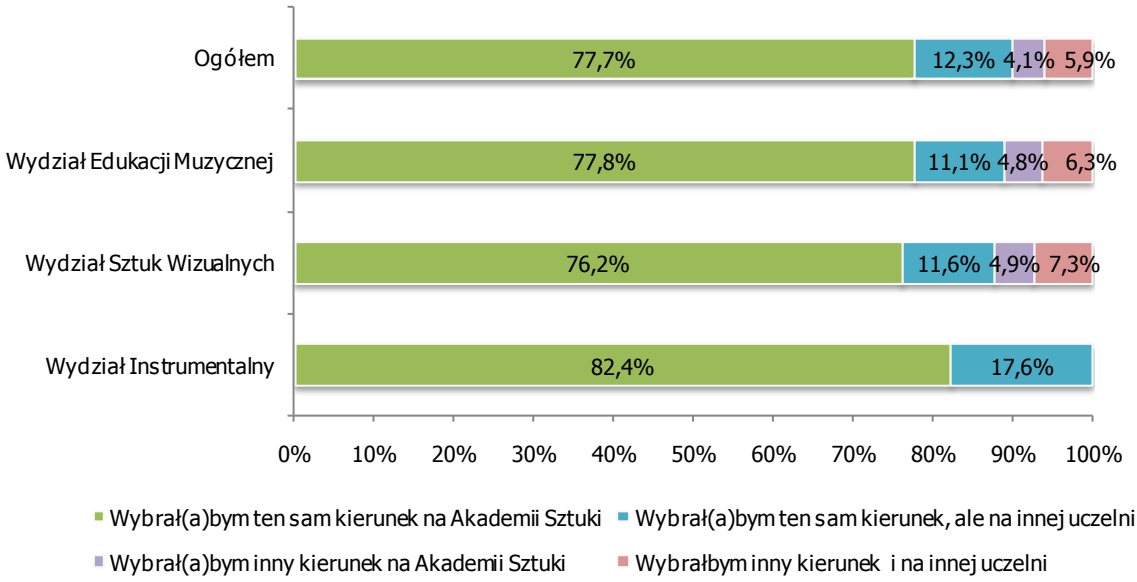
Na wstępie badania studenci Akademii Sztuki wskazali główne motywy, którymi kierowali się dokonując wyboru kierunku studiów spośród oferty uczelni. **Zdecydowana większość badanych powołała się na chęć pracy w wybranym zawodzie oraz fakt, że kierunek studiów podobał im się od dawna** (77,3%). Ponad 15,0% respondentów wskazało również na perspektywy zatrudnienia, które daje kierunek (18,2%), a także bliską odległość nauki na wybranym kierunku od miejsca zamieszkania (15,2%). Ankietowani, którzy wskazali odpowiedź „Inne", mieli na myśli m.in.: posiadaną pasję (9 wskazań), chęć rozwijania zainteresować (5 wskazań), nieudane postępowanie rekrutacyjne na innej uczelni (3 wskazania), wysoki poziom kadry profesorskiej oraz zainteresowanie malarstwem (po 2 wskazania). Szczegółowe dane ilustruje rysunek nr 7.

Rysunek 7. Motywy wyboru kierunku studiów wg studentów



Gdyby istniała ponowna możliwość wyboru kierunku kształcenia skorzystałoby z niej 22,3% badanych studentów. 12,3% respondentów wybrałoby ten sam kierunek na innej uczelni, 4,1% badanych wybrałoby inny kierunek na Akademii Sztuki, natomiast 5,9% ankietowanych zdecydowałoby się na inny kierunek i inną uczelnię. Omawiane dane znajdują się na rysunku nr 8.

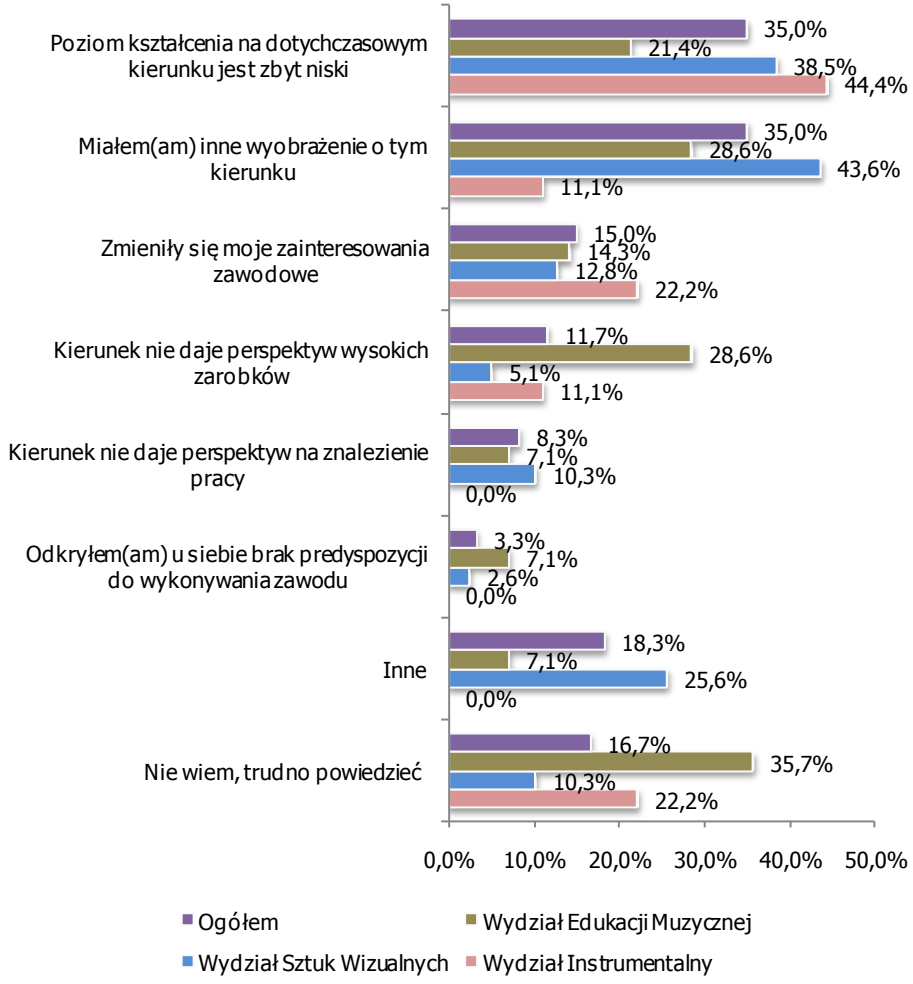
Rysunek 8. Gdyby istniała ponowna możliwość wyboru kierunku kształcenia...



Studenci, którzy zdecydowaliby się na wybór innego kierunku, wskazywali najczęściej: multimedia (6 wskazań), malarstwo, instrumentalistykę (w tym jazzową) i wokalistykę (po 3 wskazania), architekturę i urbanistykę (2 wskazania). Z kolei badani, którzy wybraliby inną uczelnię, wymieniali przede wszystkim: Akademię Sztuk Pięknych w Poznaniu (10 wskazań), Uniwersytet Artystyczny w Poznaniu, Akademię Muzyczną w Poznaniu (po 4 wskazania), Akademię Sztuk Pięknych we Wrocławiu (3 wskazania), Akademię Muzyczną w Bydgoszczy, Uniwersytet Muzyczny Fryderyka Chopina w Warszawie, Uniwersytet Szczeciński, Zachodniopomorski Uniwersytet Technologiczny w Szczecinie (po 2 wskazania).

Respondentów, którzy zdecydowaliby się na wybór innej ścieżki kształcenia poproszono o wskazanie przyczyn takiego stanowiska. **Po 35,0% studentów powołało się na niski poziom kształcenia na dotychczasowym kierunku oraz posiadanie innego wyobrażenia o studiowanym kierunku**. Ponad 10,0% badanych wskazało również na zmianę zainteresowań zawodowych (15,0%) i opinię, że kierunek nie daje perspektyw wysokich zarobków (11,7%). Studenci, którzy wybrali odpowiedź „Inne", wskazali m.in. na: złą organizację studiów (4 wskazania) oraz chęć studiowania w innym mieście (3 wskazania). Najczęściej wymieniane odpowiedzi zilustrowane zostały na rysunku nr 9.

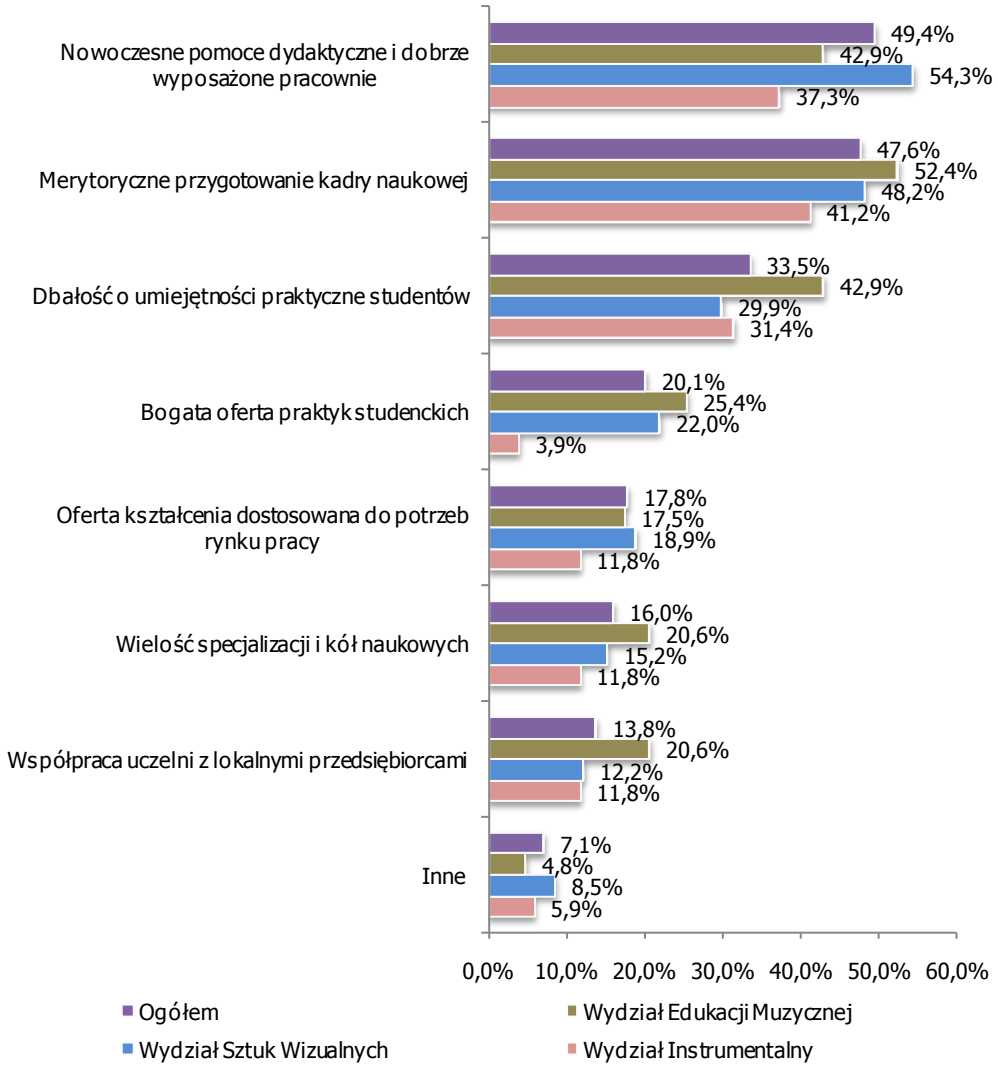
Rysunek 9. Przyczyny wyboru innej ścieżki kształcenia wg studentów



Opinie dotyczące kształcenia

Badani studenci poproszeni zostali następnie o wskazanie silnych stron kształcenia w Akademii Sztuki. **Najczęściej wymieniano nowoczesne pomoce dydaktyczne i dobrze wyposażone pracownie (49,4%) oraz merytoryczne przygotowanie kadry naukowej (47,6%).** Ponad 1/3 badanych wskazała również dbałość o umiejętności praktyczne studentów (33,5%), a około 20,1% wymieniło bogatą ofertę praktyk studenckich. Respondenci, którzy wybrali odpowiedź „Inne", wskazali m.in. na: brak silnych stron (7 wskazań), przystępność wykładowców, kreatywność i ciekawość studentów posiadających duży potencjał, a także merytorykę (po 2 wskazania). Omawiane dane przedstawia rysunek nr 10.

Rysunek 10. Silne strony kształcenia w Akademii Sztuki wg studentów



Silne strony kształcenia w Akademii Sztuki wskazali również absolwenci uczelni. Podobnie jak studenci, najczęściej wymieniali oni merytoryczne przygotowanie kadry naukowej oraz nowoczesne pomoce dydaktyczne i dobrze wyposażone pracownie (po 4 wskazania). Ponadto, trzy osoby wymieniły dbałość o umiejętności praktyczne studentów. Należy również zauważyć, że trzy osoby nie dostrzegają silnych stron kształcenia, a osoba, która wybrała odpowiedź „Inne", miała na myśli doskonałe przekazywanie wiedzy przez profesorów w zakresie praktyki. Powyższe dane ilustruje rysunek nr 11.

Rysunek 11. Silne strony kształcenia w Akademii Sztuki wg absolwentów

Studentów poproszono następnie o dokonanie oceny działalności Akademii Sztuki w jedenastu wybranych obszarach. Ocen dokonano w pięciostopniowej skali, gdzie 1 – oznaczało ocenę najgorszą, a 5 – najlepszą. **Akademia Sztuki najwyższe oceny osiągnęła w obszarach: kształcenia w zakresie praktycznym oraz poziomu wiedzy i kompetencji kadry naukowej** (w obu przypadkach średnia ocen wyniosła 3,8). Niewiele gorzej ocenione zostały: kształcenie w zakresie teoretycznym, a także wyposażenie pracowni i pomoce dydaktyczne (w obu przypadkach 3,7). Relatywnie najgorzej oceniona została pomoc w znalezieniu pracy (średnia 2,5). Szczegółowe dane zawiera tabela nr 13.

Tabela 13. Działalność Akademii Sztuki wg studentów

Obszar	Wydział Instrumentalny	Wydział Sztuk Wizualnych	Wydział Edukacji Muzycznej	Ogółem
Kształcenie w zakresie praktycznym	4,0	3,7	3,9	**3,8**
Poziom wiedzy i kompetencji kadry naukowej	3,8	3,9	3,8	**3,8**
Kształcenie w zakresie teoretycznym	3,5	3,7	3,9	**3,7**
Wyposażenie pracowni i pomoce dydaktyczne	3,6	3,8	3,6	**3,7**

Obszar	Wydział Instrumentalny	Wydział Sztuk Wizualnych	Wydział Edukacji Muzycznej	Ogółem
Poziom nauczania języków obcych	3,3	3,2	3,2	**3,2**
Organizacja praktyk studenckich	3,2	2,9	3,6	**3,1**
Możliwość wyboru przedmiotów	2,5	3,3	2,7	**3,1**
Organizacja spotkań z ekspertami z branży przemysłów kreatywnych	2,7	3,1	2,8	**3,0**
Zajęcia dodatkowe/koła naukowe	2,8	2,9	3,1	**2,9**
Współpraca z lokalnymi pracodawcami	2,7	2,9	2,8	**2,8**
Pomoc w znalezieniu pracy, np. Biuro Karier	2,1	2,7	2,4	**2,5**

W ramach badania ilościowego studenci wymienili również kierunki kształcenia, których najbardziej brakuje w ofercie Akademii Sztuki. 24 studentów wskazało na wokalistykę, 23 osoby na fotografię, 14 badanych wymieniło architekturę i urbanistykę, a 13 – kompozycję. Ponadto 12 wskazań przypadło na wzornictwo przemysłowe, a 10 na animację. Pozostałe kierunki wskazywało nie więcej niż 9 badanych. Należy również zauważyć, że 127 badanych (47,2%) w ofercie Akademii Sztuki nie dostrzega brakujących kierunków. Pełne zestawienie znajduje się w tabeli nr 14.

Tabela 14. Kierunki kształcenia, których brakuje w ofercie Akademii Sztuki wg studentów*

Brakujące kierunki	Liczba wskazań
Wokalistyka	24
Fotografia	23
Architektura i urbanistyka	14
Kompozycja	13
Wzornictwo przemysłowe	12
Animacja	10
Rzeźba	9
Dyrygentura (chóralna i symfoniczna)	5
Kameralistyka	4
Malarstwo	4
Projektowanie mody	4
Teoria muzyki	4
Wokalistyka klasyczna	4
Aktorstwo	4
Design	3
Instrumentalistyka jazzowa	3
Muzykoterapia	3
Ilustracja	3
Tkactwo	3
Wokalistyka jazzowa	3
Rysunek	3

Brakujące kierunki	Liczba wskazań
Taniec	3
„Kierunek teatralny”	2
Projektowanie biżuterii	2
Grafika	2
Grafika komputerowa	2
Muzyka dawna	2
Reżyseria dźwięku	2
Scenografia	2
Grafika trójwymiarowa	2
Charakteryzacja	2

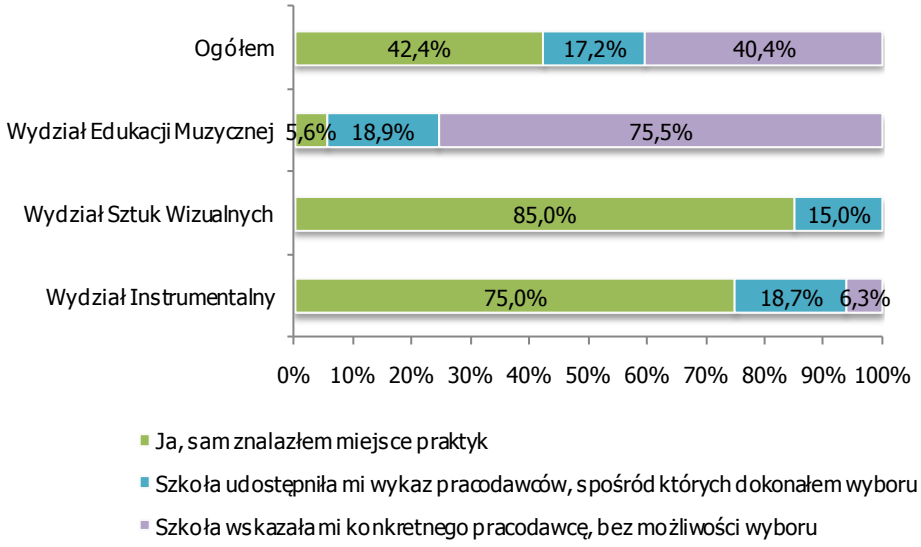
*127 respondentów wskazało, że w ofercie Akademii Sztuki niczego nie brakuje. 3 osoby wskazały na zbyt małą liczbę zajęć praktycznych, natomiast 2 studentów nie miało zdania w tej kwestii. Pojedyncze wskazania: ceramika, CGI, emisja głosu, film, harmonia, historia, historia sztuki, moda, lutnictwo, muzyka rozrywkowa, patos, projektowanie, architektura wnętrz (studia magisterskie), wokalistyka estradowa, wokalistyka rozrywkowa, wokalistyka – śpiew solowy, improwizacja, muzyka kościelna, rytmika, snycerstwo, wideofilmowanie, balet, choreografia, estetyka, muzyka jazzowa.

Doświadczenie zawodowe/artystyczne

Kolejny blok pytań poświęcony został doświadczeniu zawodowemu respondentów. **Podczas nauki na obecnym kierunku na praktyki zawodowe uczęszczało 36,8% studentów.** W tym gronie znalazło się 84,1% studentów Wydziału Edukacji Muzycznej, 62,7% badanych pobierających naukę na Wydziale Instrumentalnym, a także wyłącznie 12,2% studentów Wydziału Sztuk Wizualnych.

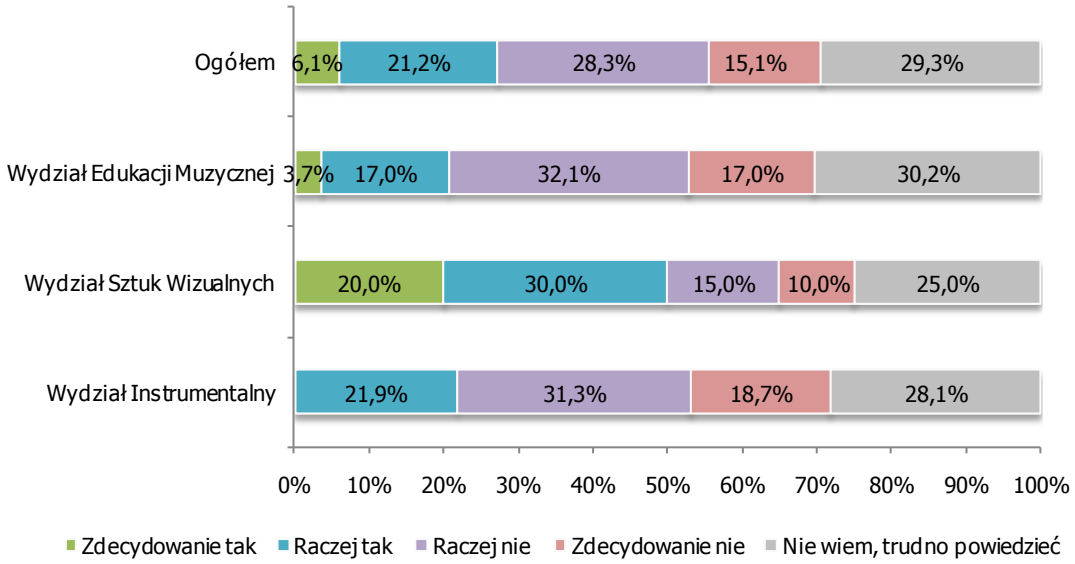
Badanych, którzy uczęszczali na praktyki zawodowe poproszono o wskazanie sposobu ich organizacji. **42,4% badanych samodzielnie znalazło miejsce praktyk**. Należy zauważyć, że w tym gronie znalazło się 85,0% studentów Wydziału Sztuk Wizualnych i 75,0% studentów Wydziału Instrumentalnego. Uczelnia wskazała konkretnego pracodawcę (bez możliwości wyboru) 40,4% respondentów, w tym 75,5% spośród studentów Wydziału Edukacji Muzycznej. Dodatkowo, Akademia Sztuki 17,2% studentów udostępniła wykaz pracodawców, spośród których zainteresowany mógł dokonać wyboru. Omawiane dane znajdują się na rysunku nr 12.

Rysunek 12. Sposoby organizacji praktyk badanych studentów



Studentów, którzy uczęszczali na praktyki zapytano również, czy po zakończeniu studiów na Akademii Sztuki będzie możliwość podjęcia zatrudnienia w miejscu, gdzie odbywały się praktyki. Na tak postawione pytanie twierdząco odpowiedziało 27,3% respondentów. Możliwość taką wykluczyło 43,4% ankietowanych. Należy zauważyć, że relatywnie najbardziej optymistycznie do możliwości podjęcia zatrudnienia w miejscu praktyk podchodzą studenci Wydziału Sztuk Wizualnych (50,0% z nich wskazuje na możliwość podjęcia pracy w miejscu, gdzie odbywały się praktyki). Omawiane dane przedstawia rysunek nr 13.

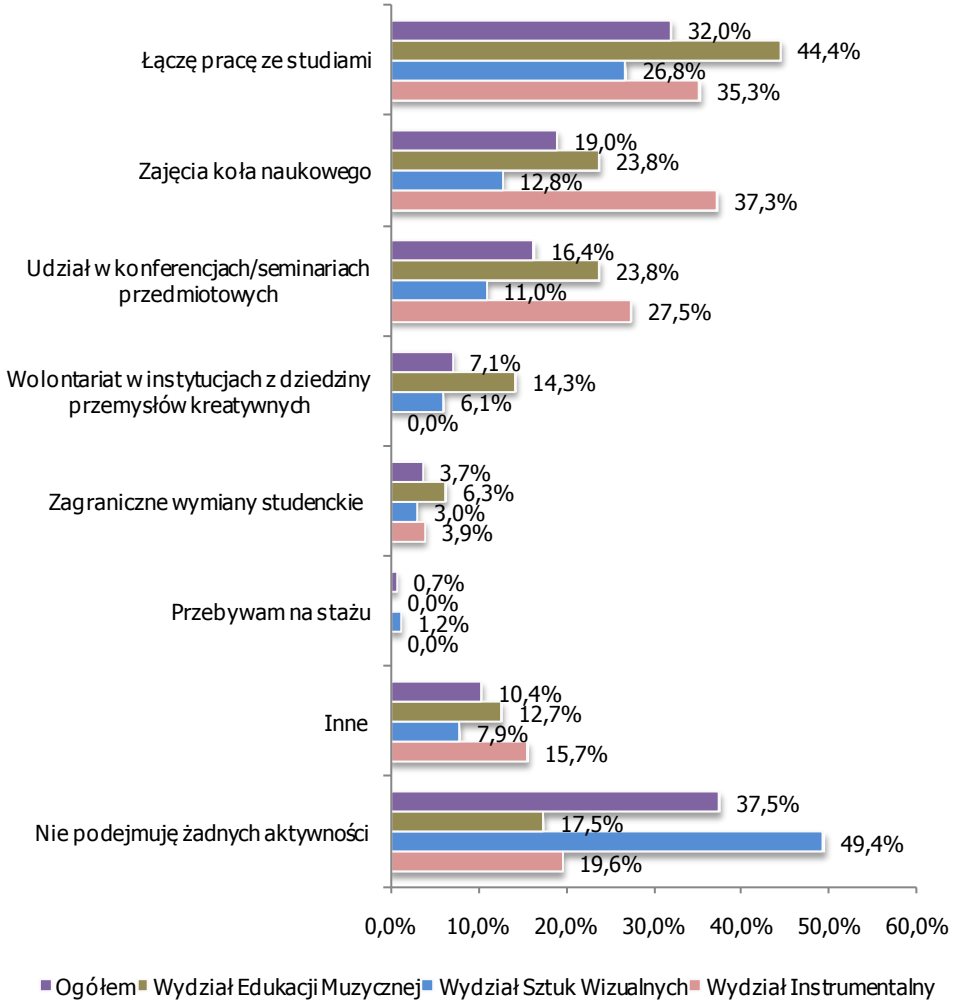
Rysunek 13. Możliwość podjęcia zatrudnienia w miejscu, gdzie odbywały się praktyki wg studentów



Studentów poproszono również o ocenę jakości wiedzy pozyskanej w trakcie praktyki studenckiej. Ocen dokonano w ramach pięciostopniowej skali, gdzie 1 – oznaczało ocenę najgorszą, a 5 – najlepszą. **Najlepsze oceny wiedzy wyniesionej z praktyk wystawili studenci Wydziału Instrumentalnego** (średnia ocen 3,8), a także Wydziału Edukacji Muzycznej (średnia 3,6). Z kolei studenci Wydziału Sztuk Wizualnych wystawili oceny, których średnia wyniosła 3,3. Należy również zauważyć, że średnia wszystkich ocen kształtowała się na poziomie 3,6.

Z punktu widzenia pozyskiwanego w trakcie nauki doświadczenia, bardzo istotne jest łączenie studiów z dodatkową aktywnością związaną ze studiowanym kierunkiem. **32,0% studentów łączy pracę z nauką. 19,0% uczestniczy w zajęciach koła naukowego, a 16,4% ankietowanych bierze udział w konferencjach/seminariach przedmiotowych.** Ponadto, 37,5% badanych nie podejmuje żadnej aktywności, w tym gronie znajduje się blisko połowa studentów Wydziału Sztuk Wizualnych (49,4%). Respondenci, którzy wskazali odpowiedź „Inne", mieli na myśli m.in.: studiowanie drugiego kierunku (4 wskazania), grę w zespole lub śpiewanie w zespole/chórze (po 3 wskazania), a także udział w warsztatach (2 wskazania). Szczegółowe dane znajdują się na rysunku nr 14.

Rysunek 14. Dodatkowe zajęcia studentów związane ze studiowanym kierunkiem



Badani studenci poproszeni zostali następnie o ocenę nabytego w trakcie studiów przygotowania zawodowego pod kątem dopasowania do oczekiwań pracodawców z branży przemysłów kreatywnych. Ocen dokonano w pięciostopniowej skali, gdzie 1 – oznaczało ocenę najgorszą, a 5 – najlepszą. **Najlepsze noty przyznano przygotowaniu w zakresie wiedzy praktycznej** (średnia ocen 3,7), nieco gorsze oceny otrzymały: poziom wiedzy teoretycznej (średnia 3,5) oraz znajomość branży przemysłów kreatywnych (średnia 3,1). Omawiane dane znajdują się w tabeli nr 15.

Tabela 15. Ocena przygotowania zawodowego pod kątem zgodności z oczekiwaniami pracodawców z sektora przemysłów kreatywnych wg studentów

Obszar	Wydział Instrumentalny	Wydział Sztuk Wizualnych	Wydział Edukacji Muzycznej	Ogółem
Poziom wiedzy praktycznej	3,9	3,5	3,8	**3,7**
Poziom wiedzy teoretycznej	3,3	3,5	3,5	**3,5**
Znajomość branży przemysłów kreatywnych	2,9	3,3	2,7	**3,1**

O ocenę poziomu przygotowania zawodowego nabytego w trakcie studiów na Akademii Sztuki poproszono również absolwentów tej uczelni. Przygotowaniu zawodowemu wystawili oni oceny, których średnia wyniosła 3,9. Zauważyć należy również, że relatywnie najlepsze oceny wystawili absolwenci Wydziału Instrumentalnego (4,5) oraz Wydziału Sztuk Wizualnych (3,9), a nieco gorsze byli studenci Wydziału Edukacji Muzycznej (3,6).

Absolwenci w następnej kolejności ocenie poddali poziom wiedzy teoretycznej i praktycznej pod kątem ich adekwatności do potrzeb rynku pracy. Noty przyznano ponownie w pięciostopniowej skali, gdzie 1 – oznaczało nieadekwatność kompetencji, a 5 – pełną adekwatność do potrzeb rynku pracy. Absolwenci nieco lepiej ocenili poziom wiedzy teoretycznej (średnia 3,4) niż praktycznej (średnia 3,2).

W dalszej części wywiadu absolwenci wymienili również nabyte w trakcie studiów kompetencje, które są najistotniejsze w trakcie poszukiwania pracy. 4 osoby wskazały umiejętności praktyczne, 2 umiejętność gry na instrumencie, a pojedynczy respondenci wymienili m.in.: pracę w grupie, możliwość skompletowania szerokiego portfolio, poznanie metodyki nauczania w szkole, umiejętności projektowania i przygotowywania do druku, wiedzę teoretyczną, umiejętność pracy z dziećmi i kreatywność.

O kompetencje ogółu absolwentów opuszczających uczelnie wyższe zapytano również uczestników badań jakościowych. Przedsiębiorcy podkreślili, że przygotowanie większości absolwentów nie jest

najlepsze. Zaledwie dwóch respondentów jest z niego bardzo zadowolonych. Pozostali zgłaszali kilka zastrzeżeń. **Po raz kolejny zwrócono uwagę na niedostateczne przygotowanie praktyczne**. Zauważono, że nawet wykładowcy akademiccy stykając się ze sferą biznesu są zaskoczeni tym w jak niewielkim stopniu wiedza, którą przekazują studentom pokrywa się z rzeczywistością biznesu. Przedstawiciele firm korzystających z nowoczesnych technologii wskazywali, że studenci/absolwenci nierzadko nie są gotowi do ich obsługi, ale podawali również, że często są to technologie relatywnie nowe i cały czas rozwijające się, co jest pewnym usprawiedliwieniem dla zostającego w tyle sektora akademickiego. Podkreślono następnie, że sukces w postaci zrekrutowania bardzo dobrego pracownika/absolwenta wiąże się z koniecznością sprawdzenia co najmniej kilku kandydatów.

„Może teoria jest wykładana zgodnie z tym, co się dzieje na rynku, ale nie ma nacisku na sferę praktyczną. Obserwujemy również ostatnio, że nawet doktoranci są naprawdę zszokowani tym zderzeniem ich akademickiego świata z naszą biznesową rzeczywistością. Oni czasami martwią się tym, że nie ma możliwości sprawdzenia, czy wiedza, którą wykładają jest aktualna w stosunku do warunków rynkowych. Absolwenci nie mają takiego porównania, ich wiedza jest w pewien sposób nieprzydatna. Oczywiście nie wszystkich. Szereg kursów realizowanych dzięki programom unijnym pozwala na wykorzystanie wiedzy w praktyce, natomiast jest to niewystarczające".

[województwo wielkopolskie]

Respondenci zaproponowali następnie szereg działań, które mogłyby podjąć uczelnie kształcące na kierunkach kreatywnych, aby zwiększyć szansę przyszłych absolwentów na zatrudnienie. Po raz kolejny potwierdziło się, że główny nacisk powinien zostać położony na kształcenie praktyczne. Zdaniem badanych konieczne byłoby m.in. wydłużenie czasu praktyk studenckich. Wartym odnotowania jest również **pomysł uruchomienia cyklicznych i sformalizowanych konsultacji środowisk akademickich ze sferą biznesu, których celem miałoby być dopasowanie programów studiów do zgłaszanych przez pracodawców potrzeb.** Ponadto, uczelnie powinny nie tylko przekazywać wiedzę, ale również inspirować studentów do samodzielnego jej poszukiwania i pomóc im działać twórczo w różnorakich konkursach i festiwalach, które duże znaczenie mogą mieć w przypadku kierunków muzycznych. **Pojawił się również postulat wprowadzenia interdyscyplinarnych warsztatów**, na których studenci mogliby łączyć wiedzę z różnych dziedzin (np. architektura + grafika, grafika + informatyka, wokalistyka + grafika). W trakcie wywiadów dostrzeżono konieczność stawiania na szkolenia w zakresie kompetencji miękkich, których efekty dostrzegalne są bardzo szybko.

„Powinno się przede wszystkim wydłużyć okres praktyk. Wydaje mi się też, że stosunek przedmiotów praktycznych do teoretycznych również jest nieadekwatny. Tutaj nawet kwestia przedmiotów specjalizacyjnych na studiach niczego zbytnio nie zmienia, sposób ich prowadzenia, to są nadal

teoretyczne wykłady. (…) UAM w zeszłym roku realizował cykl szkoleń z zakresu kompetencji miękkich o nazwie 'Soft Skills'. Osoby, które uczestniczyły w tych kursach, docierając do nas na praktyki o wiele lepiej sobie radziły. Nie z uwagi na fakt, że miały już pewne wprowadzenie do tematyki, jaką my się zajmujemy zawodowo, ale przez to, że pozyskały informacje o kompetencjach pracowniczych, które są przydatne dla osób chcących poruszać się w środowisku biznesowym".

[województwo wielkopolskie]

Uczestnicy badania jakościowego wymienili również dodatkowe szkolenia/zajęcia, które powinna wprowadzić Akademia Sztuki, aby jej studenci stali się na rynku pracy bardziej konkurencyjni. **Zwrócono uwagę na konieczność uruchomienia warsztatów w zakresie komunikacji werbalnej i niewerbalnej** podpartych „praktyką", w której ramach należałoby wykorzystać pozyskaną wiedzę w trakcie kontaktów z nieznanymi osobami. Warsztaty takie można połączyć z omawianymi już szkoleniami w zakresie kompetencji miękkich. Nie bez znaczenia – zdaniem badanych – są także warsztaty savoir – vivre w biznesie i szkolenia poruszające problemy marketingu i public relations. Respondenci nie zapomnieli również o szkoleniach typowo branżowych, np. obsługa kamer wideo, obróbka graficzna fotografii, obsługa programów graficznych, dobór tkanin i ich właściwości (projektowanie wnętrz).

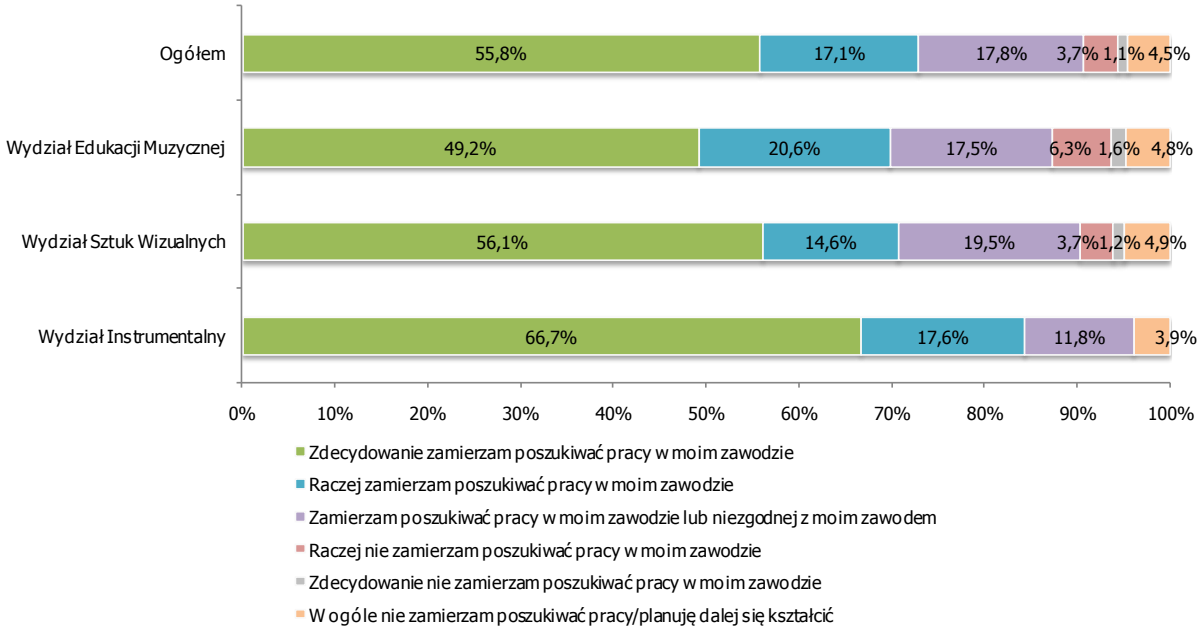
„Mi przykładowo brakowało zajęć z gotowymi materiałami, mówię na swoim przykładzie. U mnie dobiera się tkaniny, kolory itd. Brakowało mi tego, żeby odbyły się takie zajęcia w sali wyposażonej w różne tkaniny, z których można dobierać. W komputerze, czy na kartce można narysować wszystko, ale później okazuje się, że to niekoniecznie da się wykonać. Efekty daje osobisty wybór tkaniny i sprawdzenie na własne oczy, czy ona naprawdę pasuje do tego, co sobie zaplanowaliśmy".

[województwo pomorskie]

Plany na przyszłość i zmiany proponowane Akademii Sztuki

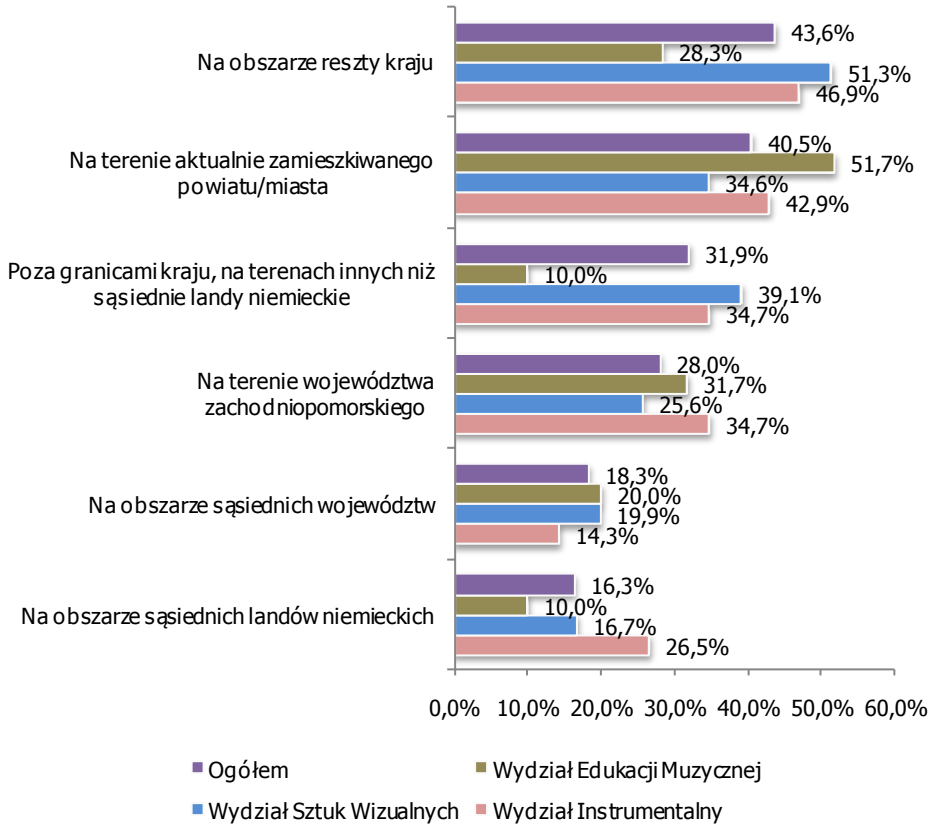
Ostatnia część wywiadu poświęcona została planom na przyszłość i propozycjom zmian w działalności Akademii Sztuki w Szczecinie. **Studentów zapytano, czy po zakończeniu studiów zamierzają poszukiwać pracy w zawodzie. Na tak postawione pytanie zdecydowana większość respondentów odpowiedziała twierdząco (72,9%).** Ponadto, 17,8% badanych zamierza poszukiwać zarówno pracy w wyuczonym zawodzie, jak również pracy niezgodnej z wykształceniem. Zatrudnienie w pozyskanym zawodzie wyklucza natomiast 4,8% respondentów. Kolejne 4,5% wskazało, że nie zamierza poszukiwać pracy/planuje nadal się kształcić. Szczegółowe informacje zawiera rysunek nr 15.

Rysunek 15. Plany studentów w zakresie pracy w zawodzie po ukończeniu studiów



Studentów, którzy zamierzają poszukiwać pracy w zawodzie poproszono o wskazanie, gdzie chcą jej poszukiwać. **43,6% respondentów planuje poszukiwać zatrudnienia na obszarze całego kraju, natomiast 40,5% na terenie aktualnie zamieszkiwanego powiatu/miasta**. Warto również zauważyć, że na terenie województwa zachodniopomorskiego poszukiwać zatrudnienia planuje 28,0% badanych, tymczasem zainteresowanych tym samym na obszarze sąsiednich landów niemieckich jest wyłącznie 16,3% ankietowanych studentów. Obszar sąsiednich landów niemieckich relatywnie najbardziej interesuje studentów Wydziału Instrumentalnego (26,5% spośród nich zamierza poszukiwać pracy na tym obszarze). Omawiane informacje zilustrowane zostały na rysunku nr 16.

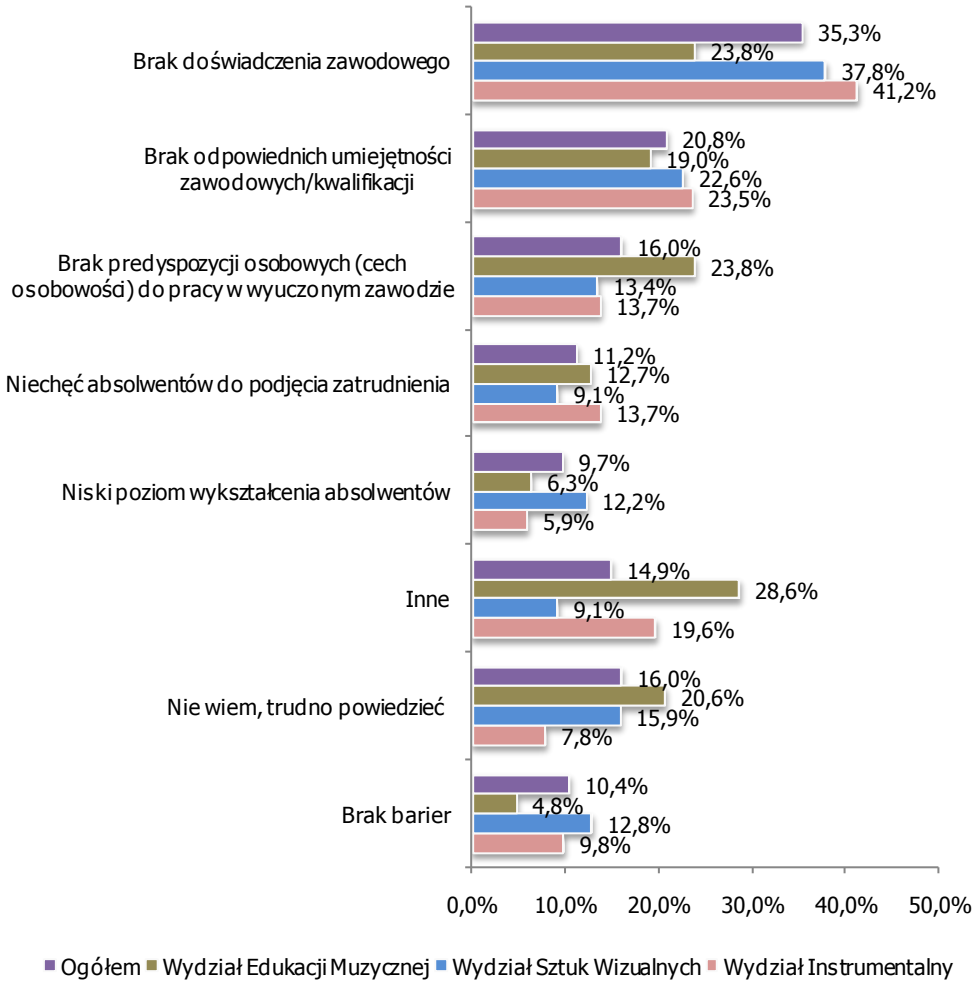
Rysunek 16. Obszary, gdzie studenci zamierzają poszukiwać zatrudnienia po ukończeniu nauki



Studenci dostatecznie oceniają szansę zdobycia pracy w wyuczonym zawodzie po zakończeniu nauki (średnia ocen 3,2 w pięciostopniowej skali). Najlepsze oceny wystawili studenci Wydziału Sztuk Wizualnych (średnia 3,3), a nieco gorsze kształcący się na Wydziale Edukacji Muzycznej (średnia 3,1) oraz studenci Wydziału Instrumentalnego (średnia 3,0).

Badani studenci wymienili następnie bariery, które przeszkadzają w zatrudnianiu absolwentów na lokalnym rynku pracy. **35,3% respondentów wskazało brak doświadczenia zawodowego, a 20,8% brak odpowiednich umiejętności zawodowych/kwalifikacji.** Ponad 15,0% ogółu respondentów wymieniło jeszcze brak predyspozycji osobowych do pracy w wyuczonym zawodzie (16,0%). Studenci, którzy wskazali odpowiedź „Inne", mieli na myśli m.in.: brak miejsc pracy (31 wskazań) i słabo rozwinięty regionalny rynek pracy (2 wskazania). Należy również odnotować, że 10,4% badanych nie dostrzega żadnych barier utrudniających absolwentom zatrudnienie na regionalnym rynku pracy. Omawiane dane znajdują się na rysunku nr 17.

Rysunek 17. Bariery utrudniające zatrudnienie absolwentów na lokalnym rynku pracy wg studentów

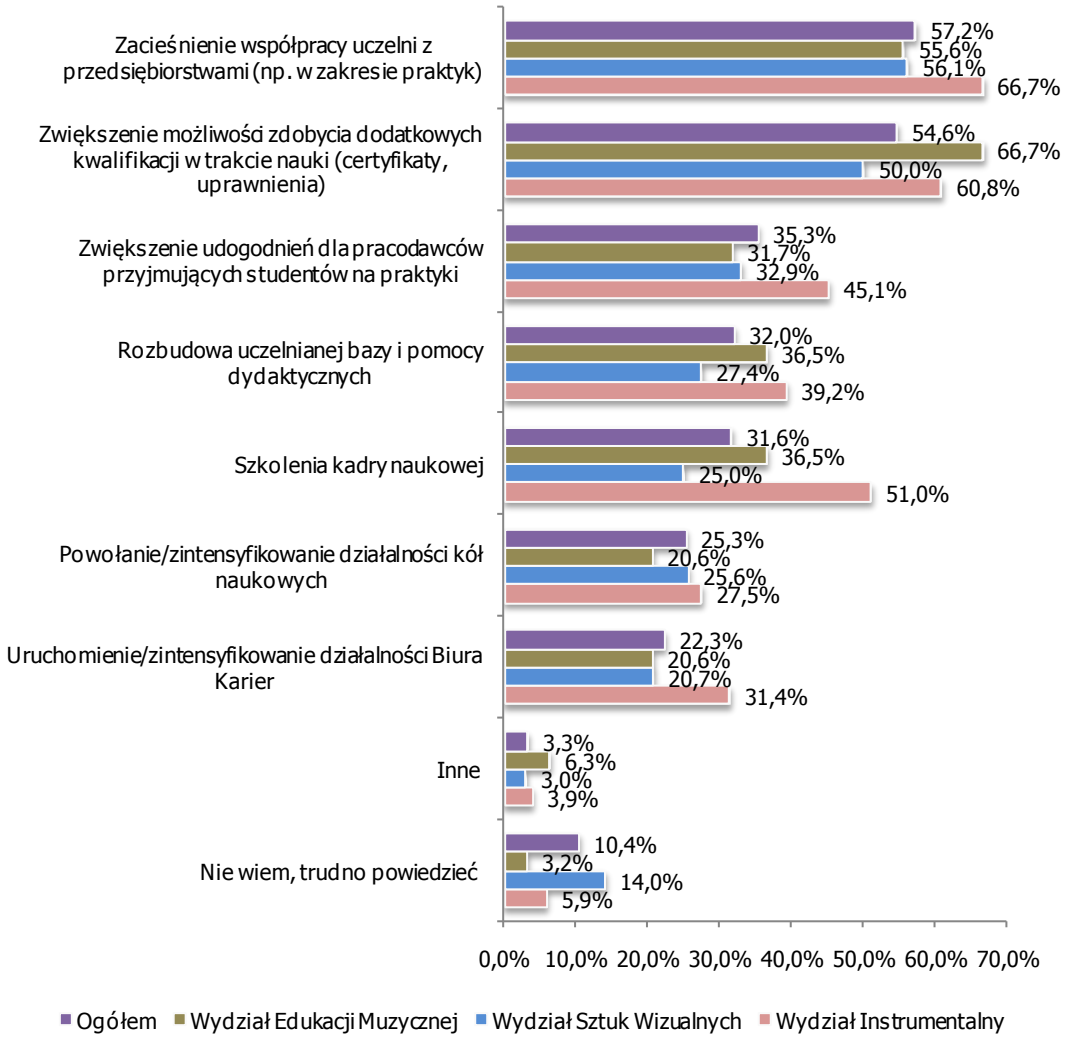


Problem omówionych powyżej barier poruszony został również podczas badań przeprowadzonych w gronie absolwentów. Najczęściej wymieniali oni – podobnie jak studenci – brak doświadczenia zawodowego (10 wskazań) oraz brak odpowiednich umiejętności zawodowych/kwalifikacji (7 wskazań). 5 absolwentów wymieniło ponadto niski poziom wykształcenia absolwentów. Respondenci, którzy wskazali odpowiedź „Inne", mieli na myśli m.in.: brak miejsc pracy (2 wskazania), niechęć pracodawców do zatrudniania młodych projektantów związaną z koniecznością długiego zapoznawania z wykonywanym zawodem, a także trudność uzyskania zatrudnienia w sferze edukacji muzycznej, gdzie absolwentom oferuje się bardzo niewielką liczbę godzin pracy (pojedyncze wskazania). Szczegółowe dane znajdują się na rysunku nr 18.

Rysunek 18. Bariery utrudniające zatrudnienie absolwentów na lokalnym rynku pracy wg absolwentów

Studenci zarekomendowali również uczelni kilka dodatkowych rozwiązań, które przyczynić powinny się do zwiększenia szans absolwentów na zatrudnienie na regionalnym rynku pracy. **57,2% badanych wskazało na zacieśnienie współpracy uczelni z przedsiębiorcami (np. w zakresie praktyk), a 54,6% na zwiększenie możliwości zdobycia dodatkowych kwalifikacji w trakcie nauki** (certyfikatów, uprawnień). Ponad 30,0% respondentów wymieniło również zwiększenie udogodnień dla pracodawców przyjmujących studentów na praktyki (35,3%), rozbudowę uczelnianej bazy i pomocy dydaktycznych (32,0%), a także szkolenia kadry naukowej (31,6%). Studenci, którzy wskazali odpowiedź „Inne", wymienili przede wszystkim zwiększenie ilości zajęć praktycznych (3 wskazania). Najczęściej wybierane odpowiedzi przedstawiono na rysunku nr 19.

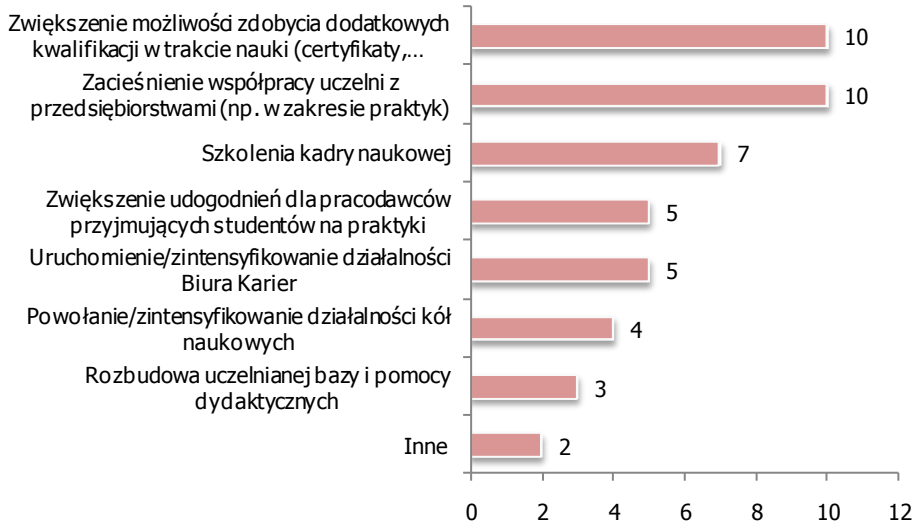
Rysunek 19. Działania, które powinny przyczynić się do zwiększenia szans absolwentów na zatrudnienie na regionalnym rynku pracy wg studentów



O ustosunkowanie się do tematu nakreślonych powyżej działań poproszono również absolwentów Akademii Sztuki. Wśród działań mających przyczynić się do zwiększenia szans przyszłych absolwentów uczelni na zatrudnienie na regionalnym rynku pracy wymienili oni w pierwszej kolejności: zwiększenie możliwości zdobycia dodatkowych kwalifikacji w trakcie nauki oraz zacieśnienie współpracy uczelni z przedsiębiorstwami (po 10 wskazań). Należy zatem zauważyć, że obecni i byli studenci Akademii Sztuki byli zgodni w aspekcie najbardziej potrzebnych działań. Ponadto, siedmiu absolwentów wymieniło szkolenia kadry naukowej, a po pięciu zwiększenie udogodnień dla pracodawców przyjmujących studentów na praktyki oraz uruchomienie/zintensyfikowanie działalności Biura Karier. Badani, którzy wskazali odpowiedź „Inne", uszczegółowili, że chodzi o: organizację kursów mistrzowskich, a także wywarcie nacisku na Ministerstwo Edukacji Narodowej w celu uczynienia

edukacji muzycznej przedmiotem obowiązkowym w trzech pierwszych klasach szkoły podstawowej. Szczegółowe dane ilustruje rysunek nr 20.

Rysunek 20. Działania, które powinny przyczynić się do zwiększenia szans absolwentów na zatrudnienie na regionalnym rynku pracy wg absolwentów



Na koniec poproszono studentów o wymienienie dodatkowych szkoleń/zajęć, które powinna wprowadzić Akademia Sztuki w Szczecinie, aby jej studenci stali się na rynku pracy bardziej konkurencyjni. 23 respondentów wskazało na specjalistyczne szkolenia (bez podania konkretnej tematyki), 17 na zwiększenie ilości zajęć praktycznych/praktyk studenckich, a po 14 ankietowanych wymieniło uruchomienie warsztatów i wprowadzenie zajęć z malarstwa. Pozostałe odpowiedzi wskazało nie więcej niż 7 respondentów. Pełne zestawienie znajduje się w tabeli nr 16.

Tabela 16. Dodatkowe szkolenia/zajęcia, które powinna wprowadzić Akademia Sztuki wg studentów*

Propozycje szkoleń/zajęć	Liczba wskazań
Specjalistyczne szkolenia (ogółem)	23
Zwiększenie ilości zajęć praktycznych/praktyk studenckich	17
Uruchomienie warsztatów	14
Zajęcia z malarstwa	14
Zajęcia z rzeźby	7
Zajęcia z marketingu	6
Zajęcia z renomowanymi wykładowcami	6
Zajęcia z rysunku	3
Zintensyfikowanie współpracy z pracodawcami	3
Promowanie prac i osiągnięć studentów w ramach imprez i we współpracy z instytucjami kulturalnymi	3
Umożliwienie zdobycia certyfikatów i uprawnień	3
Wpojenie studentom chęci do samodzielnego poszerzania kwalifikacji	2

*97 studentów nie dostrzega potrzeby wprowadzania dodatkowych zajęć/szkoleń (36,1%). 66 respondentów nie potrafiło ich wskazać. Pojedyncze wskazania: zajęcia ze snycerstwa, zajęcia z muzykoterapii, zajęcia z przedsiębiorczości, zajęcia z grafiki, zajęcia z przygotowania drukowanych projektów komercyjnych, uruchomienie kół artystycznych, zwiększenie ilości zajęć kierunkowych, uruchomienie programu doradztwa zawodowego dla studentów, poświęcenie większej uwagi kierunkom przydatnym na rynku pracy (projektowanie stron internetowych i ilustracji), zintensyfikowanie nauki języków obcych, tworzenie zespołów instrumentalnych, zaprzestanie dokonywania zmian programów i siatek zajęć w trakcie roku akademickiego, wydłużenie zajęć indywidualnych z dodatkowymi instrumentami do pięciu lat.

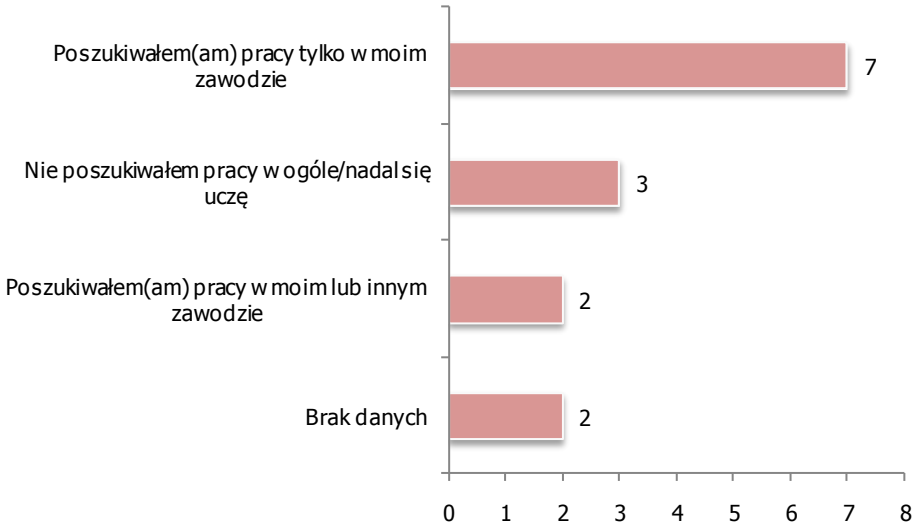
Identyczne pytanie skierowano do absolwentów Akademii Sztuki. Wymienili oni:

- ✓ Zajęcia wyrównawcze dla studentów pierwszego roku studiów licencjackich oraz magisterskich,
- ✓ Szkolenie w zakresie projektowania stron internetowych,
- ✓ Zajęcia grupowe poświęcone tworzeniu kampanii reklamowych,
- ✓ Dodatkowe zajęcia w zakresie przedmiotów teoretycznych (np. kształcenie słuchu, audycje muzyczne, muzykoterapia, kreatywność),
- ✓ Szkolenia w zakresie programów komputerowych (np. ArchiCAD, Cinema 4D Photoshop, AutoCAD, 3D Studio Max),
- ✓ Szkolenia uzupełniające cykl kształcenia (np. organizacja czasu pracy, techniki negocjacji),
- ✓ Podniesienie poziomu nauczania języków obcych,
- ✓ Podniesienie poziomu kadry nauczającej gry na instrumentach,
- ✓ Uzupełnienie kompetencji absolwentów – nauczycieli muzyki – w zakresie uprawnień do nauczania innych przedmiotów.
- ✓ Zwiększenie ilości praktyk w szkołach kosztem zmniejszenia liczby ćwiczeń na uczelni.

Losy zawodowe i zapotrzebowanie na absolwentów

Osobna część badania przeprowadzonego w gronie absolwentów miała na celu identyfikację losów zawodowych i zapotrzebowania na osoby kończące Akademię Sztuki. Na wstępie badanych zapytano, czy po ukończeniu studiów poszukiwali pracy w zawodzie. **Siedmiu badanych poszukiwało pracy tylko w zawodzie, do którego wykonywania nabyli uprawnienia.** Praca w innym zawodzie interesowała także dwóch absolwentów, trzech natomiast nie poszukiwało pracy z powodu kontynuowania nauki. Szczegółowe informacje zawiera rysunek nr 21.

Rysunek 21. Praca poszukiwana przez absolwentów po ukończeniu nauki



Absolwenci ocenili następnie problemy związane z uzyskaniem zatrudnienia w pięciostopniowej skali, gdzie 1 – oznaczało ocenę najgorszą, a 5 – najlepszą. Według byłych studentów Akademii Sztuki największym problemem jest ilość ofert pracy (średnia 2,4), a relatywnie najmniejszym wymagania stawiane kandydatom przez pracodawców (średnia 3,8). Szczegółowe oceny znajdują się w tabeli nr 17.

Tabela 17. Ocena problemów z uzyskaniem zatrudnienia wg absolwentów

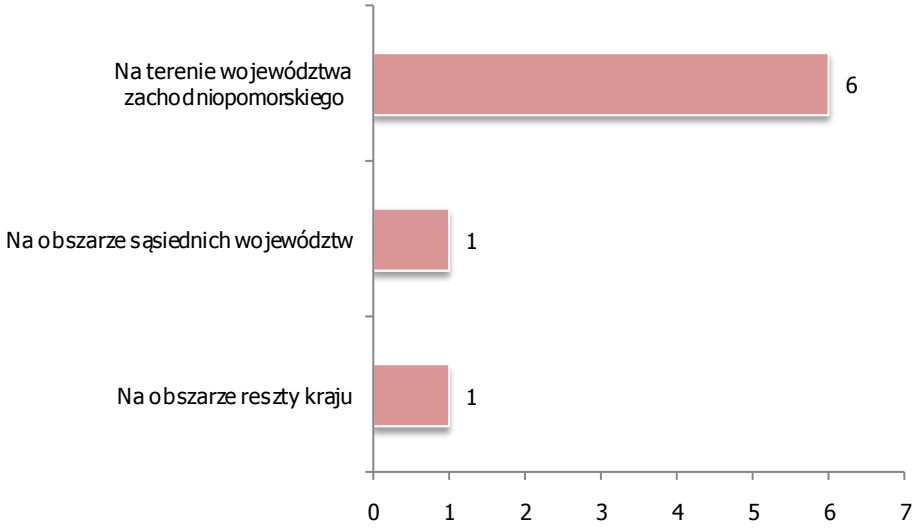
Problemy związane z uzyskaniem zatrudnienia	Średnia ocen
Wymagania stawiane kandydatom	3,8
Ilość osób na przypadających na jedną ofertę pracy	3,1
Ilość potencjalnych pracodawców	3,0
Ilość ofert pracy	2,4

Spośród badanych absolwentów w chwili obecnej w branży przemysłów kreatywnych pracuje pięciu (trzech w branży muzycznej oraz dwóch w branży związanej z projektowaniem). Trzech zatrudnionych jest w branżach innych, niż sektor przemysłów kreatywnych. Wymieniono tutaj:

szkolnictwo (2 wskazania) i muzykę kościelną (1 wskazanie). Aktualnie nie pracuje czterech respondentów, w dalszym ciągu pobierają oni naukę.

Spośród ośmiu respondentów, sześciu zatrudnionych jest na terenie województwa zachodniopomorskiego (w tym trzech w sektorze przemysłów kreatywnych i trzech w innej branży), a pojedyncze osoby na obszarze sąsiednich województw (w sektorze przemysłów kreatywnych) lub reszty kraju (w sektorze przemysłów kreatywnych). Powyższe dane ilustruje rysunek nr 22.

Rysunek 22. Miejsce pracy badanych absolwentów



Większość zatrudnionych absolwentów pracuje na stanowiskach pracowników umysłowych (sześć osób). Tylko dwie osoby zatrudnione są w charakterze pracowników fizycznych.

Zapotrzebowanie na absolwentów było również tematem badań jakościowych. **Większość badanych przedsiębiorstw zatrudnia absolwentów rozmaitych uczelni wyższych**, zaledwie jeden respondentów przyznał, że jego firmę interesują tylko osoby, które ukończyły wyższe szkoły techniczne. Popularne jest również przyjmowanie studentów na kilkumiesięczne praktyki. Żadna z badanych firm nie miała jeszcze okazji współpracować ze studentami lub absolwentami Akademii Sztuki w Szczecinie, jednakże jedno z przedsiębiorstw w województwie zachodniopomorskim (branża IT i reklamy) zadeklarowało dużą chęć nawiązania współpracy.

„Tak, zatrudniamy absolwentów uczelni wyższych. Powiem szczerze, że nie mieliśmy jeszcze absolwentów Akademii Sztuki. Osobiście już parę razy pisałam do Akademii Sztuki z propozycją staży, praktyk, czegokolwiek. Niestety nie otrzymałam odpowiedzi. (…) Z innymi uczelniami współpracuję i ludzie, którzy przychodzą do mnie na staż, trafiają potem do firm moich znajomych, albo ze mną współpracują w projektach. Jak człowiek się sprawdzi, to zostaje".

[województwo zachodniopomorskie]

Pracodawcy w większości bardzo rygorystycznie ocenili teoretyczne i praktyczne przygotowanie absolwentów, którzy zgłaszają się do pracy i uczestniczą w praktykach. Sytuacja wygląda nienajlepiej szczególnie w obszarze przygotowania praktycznego. Studenci w trakcie nauki w niewielkim stopniu zapoznawani są z technologiami wykorzystywanymi w firmach, nie znają realiów, a wiedzy teoretycznej nie są w stanie wykorzystać w praktyce. Zdaniem badanych w dużej mierze jest to konsekwencją systemu nauczania stosowanego na uczelniach wyższych, gdzie program studiów jest dopasowywany do możliwości kadry dydaktycznej, a nie do potrzeb rynkowych. Informatycy i graficy opuszczają mury uczelni bez znajomości skomplikowanych programów graficznych. O nienajlepszej kondycji niektórych uczelni artystycznych świadczyć może z kolei fakt, że pomimo znajdującej się w planie zajęć nauki tworzenia filmów, zamawiane są one przez uczelnie u firm zewnętrznych, w tym firmy respondenta. Pracodawcy wymienili następnie dziedziny, w których uzupełnienie kwalifikacji zatrudnianych obecnie pracowników byłoby najbardziej potrzebne. Wskazano na: elektronikę, telekomunikację, informatykę, grafikę komputerową, neurotechnologię oraz copywriting.

"Wydaje mi się, że w przypadku osób po studiach (…) następuje takie zderzenie teorii z praktyką. Wydaje mi się, że nadal wyższe uczelnie cierpią na to, że w ramach programu studiów studenci w bardzo niewielkim stopniu, albo w ogóle, nie są zapoznawani z realiami pracy w biurze, realiami rynku pracy, na którym mają się odnaleźć po studiach. To przynosi taki efekt, że tak naprawdę nie potrafią czasami wykorzystać tej wiedzy w praktyce. (…) Wydaje mi się, że o wiele większy nacisk na studiach powinien być kładziony na praktykowanie pozyskiwanej wiedzy. Zakres czasowy praktyk w ramach studiów jest bardzo niewielki. Kilka tygodni to jest liczba godzin, które pozwalają tylko wejść w firmę, bez możliwości pozyskania jakichś tajników wiedzy o danej branży".

[województwo wielkopolskie]

2/3 badanych w najbliższych 12 miesiącach zamierza poszukiwać pracowników. Poszukiwani będą pracownicy działu realizacji transmisji, programiści, graficy ze zdolnościami artystycznymi, operatorzy kamer oraz pracownicy wyższego szczebla w dziale marketingu i reklamy. Respondenci od potencjalnych kandydatów oczekują przede wszystkim: umiejętności obsługi nowoczesnych programów graficznych, doświadczenia w produkcji filmów wideo i umiejętności ich montażu, znajomości języka niemieckiego, chęci do pracy, gotowości do podnoszenia kwalifikacji w drodze szkoleń, szybkiego podejmowania decyzji oraz komunikatywności.

„Chciałabym zatrudnić kogoś, natomiast bardzo się boję podjąć taką decyzję patrząc na to z kim miałam do czynienia ostatnio. (…) Moje wymagania akurat są dosyć wysokie. To musi być osoba

z pasją, która będzie w stanie poświęcić większą ilość czasu na doszkalanie itp. Są ku temu możliwości, istnieją projekty unijne, więc jestem w stanie pracownikowi coś takiego zapewnić. Ale musi to być osoba otwarta na nowe możliwości i chętna do pracy. Przede wszystkim bardzo ważna jest znajomość programów graficznych w dobrym stopniu i swobodne poruszanie się w nich".

[województwo lubuskie]

Wnioski i rekomendacje

Tabela 18. Wnioski i rekomendacje

Lp.	Wnioski	Rekomendacje	Działania
1.	• W trakcie indywidualnych wywiadów grupowych pracodawcy niejednokrotnie zwracali uwagę na niedostateczne przygotowanie praktyczne absolwentów uczelni wyższych. • Badani studenci wyższe noty przyznali przygotowaniu praktycznemu niż teoretycznemu. • Absolwenci nieco gorzej ocenili z kolei pozyskane w trakcie nauki przygotowanie praktyczne niż teoretyczne pod kątem jego dopasowania do potrzeb rynku pracy. • 33,5% studentów za silną stronę kształcenia na Akademii Sztuki uznało dbałość o umiejętności praktyczne studentów, a 20,1% bogatą ofertę praktyk studenckich. • W trakcie wywiadów pogłębionych pojawiła się chęć nawiązania współpracy przez przedsiębiorcę z woj. zachodniopomorskiego w aspekcie	Utrzymanie polepszającego się poziomu kształcenia praktycznego poprzez rozbudowę bazy praktyk studenckich oraz uruchomienie warsztatów	• Uruchomienie dodatkowych zajęć i kursów, za pomocą których studenci mogliby już w trakcie nauki zdobyć dodatkowe kwalifikacje poparte certyfikatami i świadectwami. • Nawiązanie współpracy z jednostkami samorządowymi w celu stworzenia katalogu pracodawców przyjaznych studentom (przyjmujących praktykantów, oferujących wynagrodzenie za praktyki) w dziedzinie przemysłów kreatywnych. • Rozważenie uruchomienia szkoleń/dodatkowych zajęć w zakresie obsługi programów graficznych, prowadzenia kampanii reklamowych, obróbki zdjęć i montażu filmów. • Uruchomienie interdyscyplinarnych warsztatów w okresie letnim dla zainteresowanych studentów, warsztaty powinny polegać na kreatywnym wykorzystaniu pozyskanej wiedzy w dziedzinach innych niż nauczana w trakcie roku akademickiego. W warsztatach powinni uczestniczyć studenci

	organizacji praktyk i staży dla studentów. • Studenci i absolwenci jaką główną barierę utrudniającą podjęcie zatrudnienia uznali brak doświadczenia zawodowego.		różnych kierunków.
2.	• Zaledwie 13,8% studentów za silną stronę kształcenia na Akademii Sztuki uznaje współpracę uczelni z lokalnymi przedsiębiorcami. • Spośród obszarów działalności Akademii Sztuki studenci najgorzej ocenili pomoc w znalezieniu pracy (w tym działalność Biura Karier). • Pracodawcy zgłosili pomysł uruchomienia cyklicznych i sformalizowanych konsultacji środowisk akademickich ze sferą biznesu, których celem miałoby być dopasowanie programów studiów do zgłaszanych przez pracodawców potrzeb. • Pracodawcy zwrócili uwagę, że dobrym pomysłem byłoby wprowadzenie uzupełniających szkoleń z zakresu biznesowego savoir – vivre, public relations i nowoczesnego marketingu. • 57,2% studentów chciałoby zacieśnienia współpracy uczelni z lokalnymi przedsiębiorcami.	Zacieśnienie współpracy Akademii Sztuki z regionalną sferą biznesu z branży przemysłów kreatywnych	• Umożliwienie studentom zapoznania się z nowoczesnymi technologiami wykorzystywanymi w wybranych firmach sektora przemysłów kreatywnych. • Powołanie gremium zrzeszającego pracowników Akademii Sztuki, absolwentów, przedstawicieli jednostek samorządu terytorialnego oraz przedsiębiorców z sektora przemysłów kreatywnych w celu cyklicznego konsultowania programów studiów pod kątem potrzeb regionalnego rynku pracy. • Śledzenie monitoringu zawodów deficytowych i nadwyżkowych na regionalnym rynku oraz nowoczesnych badań zapotrzebowania sfery biznesu na pracowników. • Uruchomienie współpracy z Klastrem Przemysłów Kreatywnych i podobnymi zrzeszeniami

			w niemieckich regionach partnerskich, w celu wymiany doświadczeń i studentów. • Zintensyfikowanie działalności akademickiego Biura Karier.
3.	• Studenci najczęściej rekomendowali wprowadzenie zajęć malarstwa, rzeźby i marketingu. • Pracodawcy zauważyli, że zatrudnianym przez nich pracownikom brakuje wiedzy m.in. w zakresie: elektroniki, telekomunikacji, grafiki komputerowej copywritingu. • Studenci relatywnie słabiej ocenili działalność Akademii Sztuki w obszarze zajęć dodatkowych/kół naukowych niż w wielu innych aspektach. • W opinii studentów w ofercie Akademii Sztuki brakuje przede wszystkim takich kierunków, jak: wokalistyka, fotografia, architektura i urbanistyka, kompozycja, wzornictwo przemysłowe i animacja. • Pracodawcy z sektora przemysłów kreatywnych zgłosili zapotrzebowanie na: pracowników działu realizacji transmisji, programistów, grafików ze zdolnościami artystycznymi, operatorów kamer	Uzupełnienie oferty Akademii Sztuki o nowe kierunki studiów	• Rozważenie otwarcia nowego i niewielkiego liczebnie wydziału, którego zadaniem byłoby kształcenie potencjalnych fotografów i filmowców – operatorów sprzętu filmowego. • Uzupełnienie bloku zajęć większości kierunków o możliwość wyboru przedmiotu związanego z nowoczesnym marketingiem biznesowym. Zaproszenie do udziału w zajęciach praktyków tej dziedziny. • Podniesienie poziomu kształcenia grafików, zwiększenie liczby godzin przeznaczonych na naukę obsługi programów graficznych. Uruchomienie dodatkowego koła naukowego dla zainteresowanych studentów. • Rozważenie uruchomienia nauczania na kierunku

	oraz pracowników wyższego szczebla w dziale marketingu i reklamy.	architektury i urbanistyki.

Spis rysunków i tabel

Rysunek 1. Przedsiębiorstwa z sektora przemysłów kreatywnych w rozbiciu na województwa* 14
Rysunek 2. Liczba przedsiębiorstw w branżach przemysłów kreatywnych w wybranych województwach* 16
Rysunek 3. Podmioty z branż przemysłów kreatywnych w województwie zachodniopomorskim w latach 2009 - 2011 17
Rysunek 4. Branża przemysłów kreatywnych w poszczególnych subregionach województwa zachodniopomorskiego* 18
Rysunek 5. Liczba podmiotów gospodarczych działających w kategorii "Sztuka, rozrywka, wypoczynek" w Niemczech* 26
Rysunek 6. Liczba podmiotów działających w kategorii „Sztuka, rozrywka, wypoczynek" na przestrzeni lat w Brandenburgii i Meklemburgii – Pomorze Przednie* 27
Rysunek 7. Motywy wyboru kierunku studiów wg studentów 36
Rysunek 8. Gdyby istniała ponowna możliwość wyboru kierunku kształcenia... 37
Rysunek 9. Przyczyny wyboru innej ścieżki kształcenia wg studentów 38
Rysunek 10. Silne strony kształcenia w Akademii Sztuki wg studentów 39
Rysunek 11. Silne strony kształcenia w Akademii Sztuki wg absolwentów 40
Rysunek 12. Sposoby organizacji praktyk badanych studentów 43
Rysunek 13. Możliwość podjęcia zatrudnienia w miejscu, gdzie odbywały się praktyki wg studentów 44
Rysunek 14. Dodatkowe zajęcia studentów związane ze studiowanym kierunkiem 45
Rysunek 15. Plany studentów w zakresie pracy w zawodzie po ukończeniu studiów 49
Rysunek 16. Obszary, gdzie studenci zamierzają poszukiwać zatrudnienia po ukończeniu nauki 50
Rysunek 17. Bariery utrudniające zatrudnienie absolwentów na lokalnym rynku pracy wg studentów 51
Rysunek 18. Bariery utrudniające zatrudnienie absolwentów na lokalnym rynku pracy wg absolwentów 52
Rysunek 19. Działania, które powinny przyczynić się do zwiększenia szans absolwentów na zatrudnienie na regionalnym rynku pracy wg studentów 53
Rysunek 20. Działania, które powinny przyczynić się do zwiększenia szans absolwentów na zatrudnienie na regionalnym rynku pracy wg absolwentów 54
Rysunek 21. Praca poszukiwana przez absolwentów po ukończeniu nauki 56
Rysunek 22. Miejsce pracy badanych absolwentów 57

Tabela 1. Wydziały, na których kształcą się badani studenci Akademii Sztuki 6
Tabela 2. Badani studenci wg kryterium roku studiów 6
Tabela 3. Badani studenci wg kryterium płci 6
Tabela 4. Badani absolwenci wg kryteriów Wydziału i płci 7
Tabela 5. Kierunki ukończone przez badanych absolwentów 7
Tabela 6. Branża przemysłów kreatywnych w Polsce przyporządkowana PKD 2007 13
Tabela 7. Nowo zarejestrowane i wyrejestrowane z rejestru REGON podmioty z branż przemysłów kreatywnych w roku 2011* 19

Tabela 8. Nowo zarejestrowane i wyrejestrowane z rejestru REGON podmioty z branż przemysłów kreatywnych w latach 2009 – 2011* 20
Tabela 9. Podmioty nowo zarejestrowane i wyrejestrowane z rejestru REGON w poszczególnych subregionach województwa zachodniopomorskiego w roku 2011* 22
Tabela 10. Podmioty nowo zarejestrowane i wyrejestrowane z rejestru REGON w poszczególnych subregionach województwa zachodniopomorskie w latach 2009 – 2011* 23
Tabela 11. Podmioty w kategorii "Sztuka, rozrywka, wypoczynek" wg klas wielkości w Brandenburgii i Meklemburgii – Pomorze Przednie* 27
Tabela 12. Oferta edukacyjna Akademii Sztuki w Szczecinie 32
Tabela 13. Działalność Akademii Sztuki wg studentów 40
Tabela 14. Kierunki kształcenia, których brakuje w ofercie Akademii Sztuki wg studentów* 41
Tabela 15. Ocena przygotowania zawodowego pod kątem zgodności z oczekiwaniami pracodawców z sektora przemysłów kreatywnych wg studentów 46
Tabela 16. Dodatkowe szkolenia/zajęcia, które powinna wprowadzić Akademia Sztuki wg studentów* 54
Tabela 17. Ocena problemów z uzyskaniem zatrudnienia wg absolwentów 56
Tabela 18. Wnioski i rekomendacje 60

Załącznik nr 1 – Kwestionariusz badania PAPI – studenci Akademii Sztuki

Kod ankietera	Nr ankiety

KWESTIONARIUSZ WYWIADU BEZPOŚREDNIEGO:
Studenci Akademii Sztuki

I. CHARAKTERYSTYKA BADANYCH

1. Proszę wskazać wydział, gdzie pobiera Pan(i) naukę *(możliwość wskazania kilku odpowiedzi)*

- ☐ 1. Wydział Instrumentalny
- ☐ 2. Wydział Sztuk Wizualnych
- ☐ 3. Wydział Edukacji Muzycznej

2. Proszę wskazać rok studiów *(możliwość wskazania kilku odpowiedzi)*

- ☐ 1. I rok studiów licencjackich
- ☐ 2. II rok studiów licencjackich
- ☐ 3. III rok studiów licencjackich
- ☐ 4. I rok studiów magisterskich
- ☐ 5. II rok studiów magisterskich

3. Proszę wskazać swoją płeć *(proszę wskazać jedną odpowiedź)*

- ☐ 1. Kobieta
- ☐ 2. Mężczyzna

II. MOTYWACJA PODJĘCIA STUDIÓW

4. Proszę wskazać główne motywy wyboru kierunku studiów spośród oferty Akademii Sztuki *(możliwość wskazania kilku odpowiedzi)*

- ☐ 1. Od dawna podobał mi się ten kierunek/chciałem(am) pracować w tym zawodzie
- ☐ 2. Zachęciła mnie rodzina/znajomi
- ☐ 3. Wybór kierunku doradził mi doradca zawodowy/pedagog
- ☐ 4. Nauka na tym kierunku odbywa się blisko mojego miejsca zamieszkania
- ☐ 5. Kierunek daje perspektywy zatrudnienia po ukończeniu nauki
- ☐ 6. Kierunek daje perspektywy wysokich zarobków w przyszłości
- ☐ 7. Kierunek daje dobre podstawy do dalszego pobierania nauki
- ☐ 8. Zaufałem reklamie uczelni/kierunku
- ☐ 9. Inne, jakie?.....

5. Gdyby istniała możliwość ponownego wyboru kierunku kształcenia ... *(proszę wybrać jedną odpowiedź):*

- ☐ 1. Wybrał(a)bym ten sam kierunek na Akademii Sztuki ***(przejdź do pytania 7)***
- ☐ 2. Wybrał(a)bym ten sam kierunek, ale na innej uczelni, jakiej?.....
- ☐ 3. Wybrał(a)bym inny kierunek na Akademii Sztuki, jaki?.....
- ☐ 4. Wybrałbym inny kierunek i na innej uczelni, jaki kierunek?.....
  jaka uczelnia?.....

6. Proszę wskazać przyczyny z powodu których wybrał(a)by Pan(i) inną ścieżkę kształcenia? *(Możliwość wskazania kilku odpowiedzi):*

- ☐ 1. Poziom kształcenia na dotychczasowym kierunku jest zbyt niski
- ☐ 2. Poziom kształcenia na dotychczasowym kierunku jest zbyt wysoki
- ☐ 3. Kierunek nie daje perspektyw na znalezienie pracy
- ☐ 6. Miałem(am) inne wyobrażenie o tym kierunku
- ☐ 7. Odkryłem(am) u siebie brak predyspozycji do wykonywania zawodu
- ☐ 8. Inne, jakie?.....

☐ 4. Kierunek nie daje perspektyw wysokich zarobków
☐ 5. Zmieniły się moje zainteresowania zawodowe
☐ 9. Nie wiem, trudno powiedzieć ***ANK.: Nie czytać tej odp. respondentowi***

III. OPINIE DOTYCZĄCE KSZTAŁCENIA

7. Proszę wskazać silne strony kształcenia w Akademii Sztuki *(możliwość wskazania kilku odpowiedzi)*

☐ 1. Bogata oferta praktyk studenckich
☐ 2. Nowoczesne pomoce dydaktyczne i dobrze wyposażone pracownie
☐ 3. Merytoryczne przygotowanie kadry naukowej
☐ 4. Oferta kształcenia dostosowana do potrzeb rynku pracy
☐ 5. Współpraca uczelni z lokalnymi przedsiębiorcami
☐ 6. Wielość specjalizacji i kół naukowych
☐ 7. Dbałość o umiejętności praktyczne studentów
☐ 8. Inne, jakie?.....

8. Proszę dokonać oceny Akademii Sztuki we wszystkich wymienionych poniżej obszarach w skali 1-5, gdzie 1 – oznacza ocenę bardzo złą, a 5 – ocenę bardzo dobrą (*Proszę wstawić symbol „X" we właściwe pole)*

Treść	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
1.Pomoc w znalezieniu pracy, np. Biuro Karier					
2. Współpraca z lokalnymi pracodawcami					
3. Organizacja spotkań z ekspertami z branży przemysłów kreatywnych					
4. Organizacja praktyk studenckich					
5. Kształcenie w zakresie teoretycznym					
6. Kształcenie w zakresie praktycznym					
7. Możliwość wyboru przedmiotów					
8. Poziom nauczania języków obcych					
9. Poziom wiedzy i kompetencji kadry naukowej					
10. Zajęcia dodatkowe/koła naukowe					
11. Wyposażenie pracowni i pomoce dydaktyczne					

9. Proszę wskazać jakich kierunków kształcenia najbardziej brakuje w ofercie Akademii Sztuki *(możliwość wskazania kilku odpowiedzi)*

1.
2.
3.

IV. POZYSKIWANIE DOŚWIADCZENIA ZAWODOWEGO/ARTYSTYCZNEGO

10. Czy podczas nauki na obecnym kierunku uczęszczał(a) Pan(i) na praktyki studenckie? *(proszę wybrać jedną odpowiedź)*

☐ 1. Tak
☐ 2. Nie ***(przejdź do pytania 14)***

11. Kto organizował praktyki studenckie? *(Proszę wybrać jedną odpowiedź)*

☐ 1. Ja, sam znalazłem miejsce praktyk
☐ 2. Szkoła udostępniła mi wykaz pracodawców, spośród których dokonałem wyboru
☐ 3. Szkoła wskazała mi konkretnego pracodawcę, bez możliwości wyboru

12. Jak Pan(i) uważa, czy po zakończeniu studiów w Akademii Sztuki będzie możliwość podjęcia zatrudnienia w miejscu, gdzie odbywały się praktyki? *(Proszę wybrać jedną odpowiedź)*

- ☐ 1. Zdecydowanie tak
- ☐ 2. Raczej tak
- ☐ 5. Raczej nie
- ☐ 6. Zdecydowanie nie
- ☐ 7. Nie wiem, trudno powiedzieć ***ANK.: Nie czytać tej odp. respondentowi***

13. Proszę ocenić jakość wiedzy pozyskanej w czasie praktyki studenckiej w skali 1-5, gdzie 1 – oznacza jakość niedostateczną, a 5 – jakość bardzo dobrą *(Proszę zaznaczyć symbol „X" we właściwym polu)*

1	2	3	4	5

14. Jakie inne aktywności związane ze studiowanym kierunkiem podejmuje Pan(i)? (możliwość wskazania kilku odpowiedzi)

- ☐ 1. Zajęcia koła naukowego
- ☐ 2. Wolontariat w instytucjach z dziedziny przemysłów kreatywnych
- ☐ 3. Zagraniczne wymiany studenckie
- ☐ 4. Udział w konferencjach/seminariach przedmiotowych
- ☐ 5. Przebywam na stażu
- ☐ 6. Łączę pracę ze studiami
- ☐ 7. Inne, jakie?.....
- ☐ 8. Nie podejmuję żadnych aktywności

V. OCENA KOMPETENCJI NABYWANYCH W TRAKCIE STUDIÓW

15. Proszę ocenić, w jakim stopniu pozyskiwane w trakcie studiów przygotowanie zawodowe pokrywa się z oczekiwaniami pracodawców z branży przemysłów kreatywnych? Oceny proszę dokonać w pięciostopniowej skali, gdzie 1 - oznacza, że przygotowanie pokrywa się w bardzo niewielkim stopniu, a 5 – w bardzo dużym stopniu *(Proszę wskazać jedną odpowiedź)*

Poziom wiedzy teoretycznej	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
Poziom wiedzy praktycznej	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
Znajomość branży przemysłów kreatywnych	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**

VI. PLANY NA PRZYSZŁOŚĆ

16. Czy zamierza Pan(i) poszukiwać pracy w zawodzie po zakończeniu studiów? *(Proszę wybrać jedną odpowiedź):*

- ☐ 1. Zdecydowanie zamierzam poszukiwać pracy w moim zawodzie
- ☐ 2. Raczej zamierzam poszukiwać pracy w moim zawodzie
- ☐ 3. Zamierzam poszukiwać pracy w moim zawodzie lub niezgodnej z moim zawodem
- ☐ 4. Raczej nie zamierzam poszukiwać pracy w moim zawodzie
- ☐ 5. Zdecydowanie nie zamierzam poszukiwać pracy w moim zawodzie
- ☐ 6. W ogóle nie zamierzam poszukiwać pracy/planuję dalej się kształcić ***(proszę przejść do pytania nr 18)***

17. Gdzie zamierza Pan(i) poszukiwać pracy po zakończeniu nauki? *(Możliwość wskazania kilku odpowiedzi):*

- ☐ 1. Na terenie aktualnie zamieszkiwanego powiatu/miasta
- ☐ 2. Na terenie województwa zachodniopomorskiego
- ☐ 3. Na obszarze sąsiednich województw
- ☐ 4. Na obszarze reszty kraju
- ☐ 5. Na obszarze sąsiednich landów niemieckich
- ☐ 6. Poza granicami kraju, na terenach innych niż sąsiednie landy niemieckie

18. Jak ocenia Pan(i) szanse zdobycia pracy w wyuczonym zawodzie po zakończeniu nauki? W ocenie proszę posłużyć się skalą 1-5, gdzie 1 – oznacza bardzo małe szanse, a 5 – bardzo duże szanse. *(Proszę wskazać jedną odpowiedź)*

1	2	3	4	5

19. Jakie Pana(i) zdaniem są główne bariery w zatrudnieniu absolwentów Akademii Sztuki na regionalnym rynku pracy? *(Możliwość wskazania kilku odpowiedzi):*

- ☐ 1. Niski poziom wykształcenia absolwentów
- ☐ 2. Brak odpowiednich umiejętności zawodowych/kwalifikacji
- ☐ 3. Brak predyspozycji osobowych (cech osobowości) do pracy w wyuczonym zawodzie
- ☐ 4. Brak doświadczenia zawodowego
- ☐ 6. Niechęć absolwentów do podjęcia zatrudnienia
- ☐ 7. Inne, jakie?.....
- ☐ 8. Brak barier
- ☐ 9. Nie wiem, trudno powiedzieć ***ANK.: Nie czytać tej odp. respondentowi***

20. Jakie Pana(i) zdaniem działania powinna podjąć Akademia Sztuki, aby zwiększyć szansę przyszłych absolwentów na zatrudnienie na regionalnym rynku pracy? *(Możliwość wskazania kilku odpowiedzi):*

- ☐ 1. Zacieśnienie współpracy uczelni z przedsiębiorstwami (np. w zakresie praktyk)
- ☐ 2. Zwiększenie udogodnień dla pracodawców przyjmujących studentów na praktyki
- ☐ 3. Rozbudowa uczelnianej bazy i pomocy dydaktycznych
- ☐ 4. Szkolenia kadry naukowej
- ☐ 5. Powołanie/zintensyfikowanie działalności kół naukowych
- ☐ 6. Zwiększenie możliwości zdobycia dodatkowych kwalifikacji w trakcie nauki (certyfikaty, uprawnienia)
- ☐ 7. Uruchomienie/zintensyfikowanie działalności Biura Karier
- ☐ 8. Inne, jakie?.....
- ☐ 9. Nie wiem, trudno powiedzieć ***ANK.: Nie czytać tej odp. respondentowi***

21. Proszę wskazać, jakie dodatkowe szkolenia/zajęcia dodatkowe powinna wprowadzić Akademia Sztuki, aby jej studenci stali się na rynku pracy bardziej konkurencyjni?

.....

.....

.....

.....

Załącznik nr 2 – Kwestionariusz badania CAWI – absolwenci Akademii Sztuki

Kod ankietera	Nr ankiety

KWESTIONARIUSZ WYWIADU BEZPOŚREDNIEGO:

ABSOLWENCI

I. CHARAKTERYSTYKA BADANYCH

1. Proszę wskazać wydział, gdzie pobierał(a) Pan(i) naukę *(możliwość wskazania kilku odpowiedzi)*

- ☐ 1. Wydział Instrumentalny
- ☐ 2. Wydział Sztuk Wizualnych
- ☐ 3. Wydział Edukacji Muzycznej

2. Proszę wskazać swoją płeć *(proszę wskazać jedną odpowiedź)*

- ☐ 1. Kobieta
- ☐ 2. Mężczyzna

3. Ukończony kierunek:

Kierunek:.....

II. OCENA KOMPETENCJI NABYTYCH W TRAKCIE STUDIÓW

4. Jak Pan(i) ogólnie ocenia swój poziom przygotowania zawodowego nabytego w trakcie studiów na Akademii Sztuki? Oceny proszę dokonać w skali 1-5, gdzie 1 – oznacza ocenę niedostateczną, a 5 – bardzo dobrą *(jedna odpowiedź)*

1	2	3	4	5

5. Proszę wskazać silne strony kształcenia w Akademii Sztuki *(możliwość wskazania kilku odpowiedzi)*

- ☐ 1. Bogata oferta praktyk studenckich
- ☐ 2. Nowoczesne pomoce dydaktyczne i dobrze wyposażone pracownie
- ☐ 3. Merytoryczne przygotowanie kadry naukowej
- ☐ 4. Oferta kształcenia dostosowana do potrzeb rynku pracy
- ☐ 5. Współpraca uczelni z lokalnymi przedsiębiorcami
- ☐ 6. Wielość specjalizacji i kół naukowych
- ☐ 7. Dbałość o umiejętności praktyczne studentów
- ☐ 8. Inne, jakie?.....

6. Czy pozyskane podczas studiów kompetencje są adekwatne do potrzeb rynku pracy? Ocen proszę dokonać w skali 1-5, gdzie 1 – oznacza, że kompetencje są nieadekwatne do potrzeb, a 5 – są w pełni adekwatne do potrzeb rynku pracy

Poziom wiedzy teoretycznej	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
Poziom wiedzy praktycznej	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**

7. Proszę wskazać, które z kompetencji nabytych w trakcie studiów są najistotniejsze w trakcie poszukiwania pracy *(możliwość wskazania kilku odpowiedzi)*

.....

III. LOSY ZAWODOWE I ZAPOTRZEBOWANIE NA ABSOLWENTÓW

8. Czy poszukiwał(a) Pan(i) pracy w zawodzie po ukończeniu studiów *(jedna odpowiedź)*

- ☐ 1. Poszukiwałem(am) pracy tylko w moim zawodzie
- ☐ 2. Poszukiwałem(am) pracy w moim lub innym zawodzie
- ☐ 3. Poszukiwałem(am) pracy tylko w innym zawodzie niż wyuczony
- ☐ 4. Nie poszukiwałem pracy w ogóle/nadal się uczę ***(proszę przejść do pytania nr 10)***

9. Proszę dokonać oceny problemów z uzyskaniem zatrudnienia. Proszę dokonać ocen wymienionych niżej obszarów w skali 1-5, gdzie 1 – oznacza ocenę najgorszą, a 5 – najlepszą.

Ilość ofert pracy	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
Ilość potencjalnych pracodawców	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
Ilość osób na przypadających na jedną ofertę pracy	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
Wymagania stawiane kandydatom	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**

10. W jakiej branży Pan(i) aktualnie pracuje? *(jedna odpowiedź)*

- ☐ 1. W branży przemysłów kreatywnych, proszę wskazać w czym specjalizuje się przedsiębiorstwo[4]:
  - ☐ 1.1 reklama
  - ☐ 1.2 architektura
  - ☐ 1.3 sztuka i antyki
  - ☐ 1.4 gry komputerowe
  - ☐ 1.5 rękodzieło
  - ☐ 1.6 projektowanie
  - ☐ 1.7 projektowanie mody
  - ☐ 1.8 film i wideo
  - ☐ 1.9 muzyka
  - ☐ 1.10 sztuka teatralna
  - ☐ 1.11 publikacje
  - ☐ 1.12 oprogramowanie
  - ☐ 1.13 telewizja i radio
- ☐ 2. W innej branży, jakiej?.....
- ☐ 3. Aktualnie nie pracuję i kształcę się nadal ***(proszę przejść do pytania 13)***
- ☐ 4. Aktualnie nie pracuję i nie pobieram nauki ***(proszę przejść do pytania 13)***

11. Gdzie Pan(i) pracuje? *(jedna odpowiedź)*

- ☐ 1. Na terenie województwa zachodniopomorskiego
- ☐ 2. Na obszarze sąsiednich województw
- ☐ 3. Na obszarze reszty kraju
- ☐ 4. Na obszarze sąsiednich landów niemieckich
- ☐ 5. Poza granicami kraju, na terenie innym niż sąsiednie landy niemieckie

12. Na jakim stanowisku Pan(i) pracuje? *(jedna odpowiedź)*

- ☐ 1. Pracownik fizyczny
- ☐ 2. Pracownik umysłowy
- ☐ 3. Stanowisko kierownicze

[4] Gałęzie przemysłu wybrano w oparciu o: DCMS (2009), Investing in creative industries – a guide for local authorities, UK Government, Department of Culture, Media and Sport (DCMS), London, s. 4.

☐ 4. Prowadzę własną działalność

13. Jakie Pana(i) zdaniem są główne bariery w zatrudnieniu absolwentów Akademii Sztuki na regionalnym rynku pracy? *(Możliwość wskazania kilku odpowiedzi):*

- ☐ 1. Niski poziom wykształcenia absolwentów
- ☐ 2. Brak odpowiednich umiejętności zawodowych/kwalifikacji
- ☐ 3. Brak predyspozycji osobowych (cech osobowości) do pracy w wyuczonym zawodzie
- ☐ 4. Brak doświadczenia zawodowego
- ☐ 6. Niechęć absolwentów do podjęcia zatrudnienia
- ☐ 7. Inne, jakie?.....
- ☐ 8. Brak barier
- ☐ 9. Nie wiem, trudno powiedzieć ***ANK.: Nie czytać tej odp. respondentowi***

14. Jakie Pana(i) zdaniem działania powinna podjąć Akademia Sztuki, aby zwiększyć szansę przyszłych absolwentów na zatrudnienie na regionalnym rynku pracy? *(Możliwość wskazania kilku odpowiedzi):*

- ☐ 1. Zacieśnienie współpracy uczelni z przedsiębiorstwami (np. w zakresie praktyk)
- ☐ 2. Zwiększenie udogodnień dla pracodawców przyjmujących studentów na praktyki
- ☐ 3. Rozbudowa uczelnianej bazy i pomocy dydaktycznych
- ☐ 4. Szkolenia kadry naukowej
- ☐ 5. Powołanie/zintensyfikowanie działalności kół naukowych
- ☐ 6. Zwiększenie możliwości zdobycia dodatkowych kwalifikacji w trakcie nauki (certyfikaty, uprawnienia)
- ☐ 7. Uruchomienie/zintensyfikowanie działalności Biura Karier
- ☐ 8. Inne, jakie?.....
- ☐ 9. Nie wiem, trudno powiedzieć ***ANK.: Nie czytać tej odp. respondentowi***

15. Proszę wskazać, jakie dodatkowe szkolenia/zajęcia dodatkowe powinna wprowadzić Akademia Sztuki, aby jej studenci stali się na rynku pracy bardziej konkurencyjni?

.....

.....

.....

Załącznik nr 3 – Scenariusz badania IDI – pracodawcy z sektora przemysłów kreatywnych

Scenariusz badania IDI – pracodawcy z sektora przemysłów kreatywnych

czas trwania: ok. 45 minut

I. Wprowadzenie

Szanowna(y) Pani(e),

Nazywam się […] Jestem pracownikiem firmy BioStat. Na zlecenie Urzędu Marszałkowskiego Województwa Zachodniopomorskiego w Szczecinie realizujemy: „Badanie pilotażowe rozpoczynające proces długoletniego monitorowania zachodniopomorskiego rynku przemysłów kreatywnych". Uzyskane informacje pomogą w oszacowaniu potencjału rynku przemysłów kreatywnych w województwie zachodniopomorskim i jego bezpośredniej okolicy oraz pozwolą zidentyfikować zapotrzebowanie podmiotów gospodarczych na kwalifikacje absolwentów Akademii Sztuki w Szczecinie.

Serdecznie dziękujemy za udziału w badaniu.

Urząd Marszałkowski Województwa Zachodniopomorskiego

[Dla MODERATORA:** przed przystąpieniem do badania moderator zapoznaje osoby uczestniczące w badaniu z założeniami oraz celami badania zgodnie z briefem**]

II. Wywiad

Ogólna charakterystyka

1. Proszę powiedzieć kilka słów o tym jak długo funkcjonuje na rynku przedsiębiorstwo, które Pan(i) reprezentuje? W jakiej branży działa*? W czym się specjalizuje?
2. Jaką funkcję pełni Pan(i) w reprezentowanym przedsiębiorstwie? Co należy do Pana(i) codziennych obowiązków?
3. Ilu pracowników zatrudnia Pana(i) przedsiębiorstwo?

Potencjał rynku przemysłów kreatywnych

4. Proszę ocenić w jakim stadium rozwoju znajduje się obecnie rynek przemysłów kreatywnych w Polsce? Czy branża ma przed sobą perspektywy rozwoju, czy wręcz przeciwnie? Jak ocenił(a)by Pan(i) pozycję branży w Pana(i) województwie w porównaniu do sąsiednich województw oraz landów niemieckich?
5. Proszę omówić czynniki, które hamują rozwój sektora przemysłów kreatywnych oraz czynniki, które temu rozwojowi sprzyjają.

6. Co wydaje się Panu(i) aktualnie głównym problemem przed którym stoi branża przemysłów kreatywnych?
7. Czy uważa Pan(i), że branża przemysłów kreatywnych może stać się „kołem zamachowym" gospodarki w Pana(i) województwie. Od czego byłoby to uzależnione?

Zapotrzebowanie na absolwentów

8. Czy Pana(i) przedsiębiorstwo zatrudnia absolwentów wyższych uczelni? Jeśli tak, to czy wśród zatrudnionych lub zatrudnianych w przeszłości byli absolwenci Akademii Sztuki w Szczecinie? Jeśli nie, to czy absolwenci tej uczelni kiedykolwiek starali się o pracę w Pana(i) przedsiębiorstwie?
9. Jak ocenia Pan(i) przygotowanie teoretyczne i praktyczne aktualnie zatrudnianej kadry pracowników? Proszę spróbować wymienić kwestie, w których uzupełnienie kwalifikacji pracowników byłoby pożądane?
10. Czy planuje Pan(i) zatrudnić nowych pracowników w najbliższych 12 miesiącach? Jeśli tak, jakie wymagania stawiane są kandydatom?

Ocena kompetencji absolwentów

11. Jak ocenił(a)by Pan(i) obecne przygotowania absolwentów wyższych uczelni w kierunkach, które Państwa szczególnie interesują w kontekście pozyskania potencjalnych pracowników?
12. Proszę spróbować powiedzieć, jakie działania mogłaby podjąć Akademia Sztuki**, aby zwiększyć szansę przyszłych absolwentów na zatrudnienie.
13. Proszę również spróbować określić dodatkowe szkolenia/zajęcia, które powinna wprowadzić Akademia Sztuki, aby jej absolwenci stali się na rynku pracy bardziej konkurencyjni.

III. Podsumowanie

14. Czy zechce Pan(i) jeszcze coś dodać w temacie naszego spotkania?

*dla moderatora: najważniejsze branże przemysłów kreatywnych:

- ✓ reklama
- ✓ architektura
- ✓ sztuka i antyki
- ✓ gry komputerowe
- ✓ rękodzieło
- ✓ projektowanie
- ✓ projektowanie mody
- ✓ film i wideo

- ✓ muzyka
- ✓ sztuka teatralna
- ✓ publikacje
- ✓ oprogramowanie
- ✓ telewizja i radio

**dla moderatora: Akademia Sztuki kształci aktualnie na trzech wydziałach:

Wydział Sztuk Wizualnych, kierunki:

- ✓ architektura (specjalność: architektura wnętrz),
- ✓ grafika (specjalności: grafika warsztatowa i projektowa; multimedia),
  malarstwo.

Wydział Instrumentalny, kierunek:

- ✓ Instrumentalistyka (akordeon, altówka, fagot, flet, fortepian, gitara, harfa, klarnet, kontrabas, obój, perkusja, puzon, saksofon, skrzypce, trąbka, tuba, waltornia, wiolonczela).

Wydział Edukacji Muzycznej, kierunki:

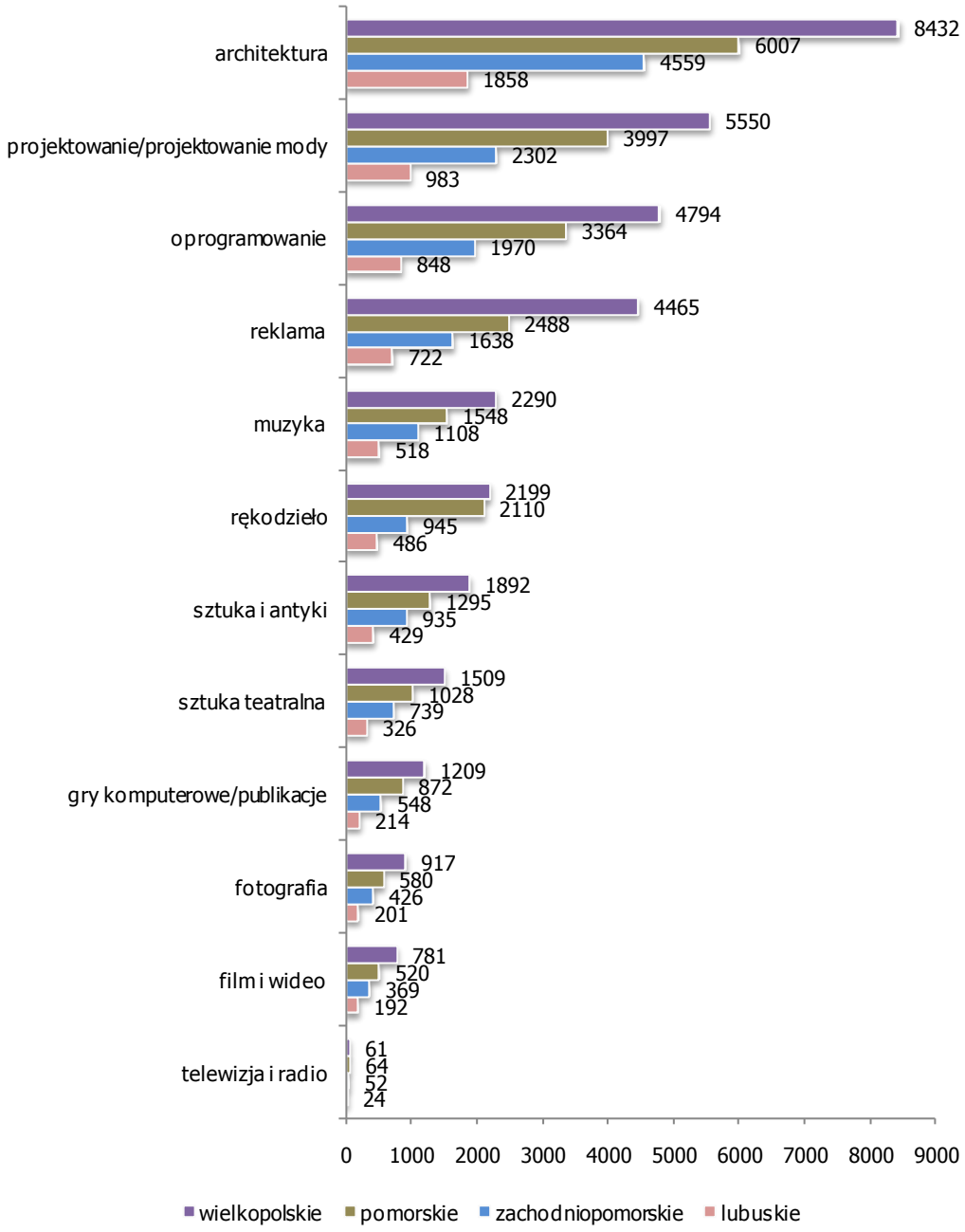
- ✓ Edukacja artystyczna w zakresie sztuki muzycznej
- ✓ Wokalistyka

Załącznik nr 4 – Aneks

Pierwsza część aneksu dołączonego do raportu zawiera szczegółowe dane dotyczące liczby podmiotów gospodarczych zaliczonych we właściwej części raportu do kategorii „projektowanie/projektowanie mody" (zob. tabela nr 6). We właściwej części raportu do wyżej wymienionej kategorii włączono podmioty działające m.in. w obszarach wzornictwa, projektowania przemysłowego, fotografii, ale także projektowania stron internetowych i oprogramowania (sekcja J, dział 62). W toku badań wykorzystany został najbardziej szczegółowy podział działalności wg PKD 2007 dostępny w Banku Danych Lokalnych GUS, aczkolwiek w tym pojedynczym wypadku jest on nieco nieprecyzyjny. Wynika to z faktu, że Główny Urząd Statystyczny „działalność w zakresie specjalistycznego projektowania" (74.10.Z) włącza do jednego działu (74) z szeroką kategorią jaką jest „pozostała działalność profesjonalna, naukowa i techniczna, gdzie indziej niesklasyfikowana" (74.90.Z). Stąd zapoznając się z raportem można odnieść wrażenie pewnej nadreprezentacji podmiotów zaliczanych do branży projektowania/projektowania mody. Wykonawca w celu możliwie dokładnego przedstawienia liczebności podmiotów w omawianej branży, skonstruował dodatkowe zestawienia. Zebrano w nich informacje nt. liczby podmiotów gospodarczych wpisanych do rejestru REGON w działach: 74.10.Z (działalność w zakresie specjalistycznego projektowania) i 74.20.Z (działalność fotograficzna). Wyodrębnione w ten sposób podmioty z działu 74.10.Z zsumowane zostały z przedsiębiorstwami działającymi w dziale 62, dostarczając w ten sposób szczegółowej informacji o liczbie podmiotów zaliczanych do branży projektowania/projektowania mody. Z kolei podmioty z działu 74.20.Z utworzyły w zestawieniu nową branżę: fotograficzną. Niestety, Główny Urząd Statystyczny gromadzi dane dotyczące działów sekcji PKD jedynie na poziomie województw, nie jest zatem możliwe przedstawienie ich na poziomie subregionów województwa zachodniopomorskiego. Stąd, we właściwej części raportu zrezygnowano z przedstawienia omawianych zestawień, dołączając je do aneksu.

Na poniższym rysunku przedstawiono liczebność podmiotów gospodarczych w branżach przemysłów kreatywnych wg stanu na koniec 2011 r. w wybranych województwach. Porównując dane do rysunku nr 2, zauważyć należy wyodrębnienie branży fotograficznej oraz okrojenie branży projektowania/projektowania mody, z której oprócz fotografii wyłączono również działalność związaną z tłumaczeniami oraz pozostałą działalność profesjonalną, naukową i techniczną, gdzie indziej niesklasyfikowaną.

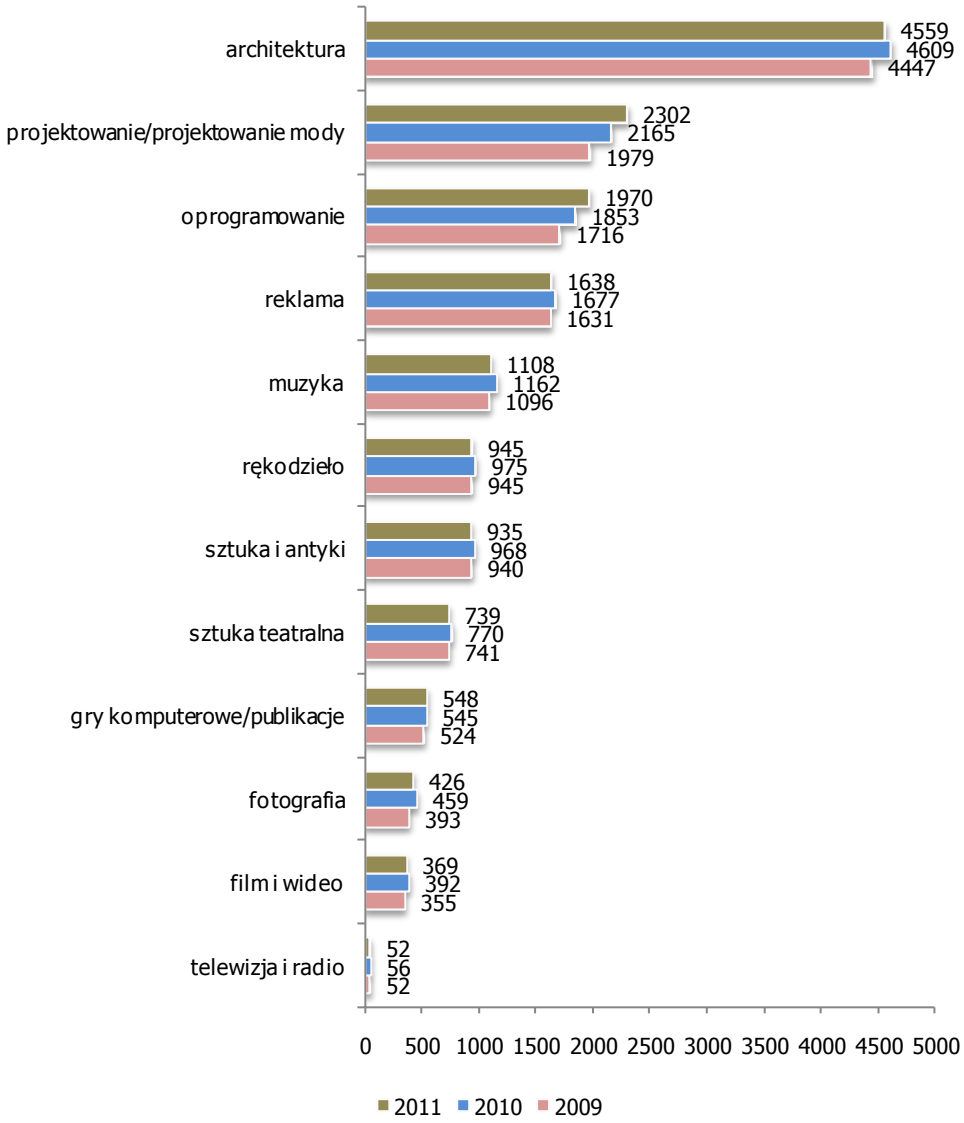
Rysunek 23. Liczba przedsiębiorstw w branżach kreatywnych w wybranych województwach (branża projektowanie/projektowanie mody, na podstawie działów 62, 74.10)*



*Stan na koniec 2011 r.
Źródło: Bank Danych Lokalnych GUS
Opracowanie własne

Zgodnie z powyższymi założeniami przedstawiono również liczebność podmiotów z sektora przemysłów kreatywnych w województwie zachodniopomorskim na przestrzeni lat 2009 – 2011. Przedstawione na poniższym rysunku dane porównać należy z rysunkiem nr 3 we właściwej części raportu.

Rysunek 24. Podmioty z branż przemysłów kreatywnych w województwie zachodniopomorskim w latach 2009 - 2011



Źródło: Bank Danych Lokalnych GUS
Opracowanie własne

Na życzenie Zamawiającego raport końcowy uzupełniony został ponadto o porównanie liczebności podmiotów gospodarczych z sektora przemysłów kreatywnych z branżą turystyczną oraz innymi wybranymi przez Wykonawcę. Dane obejmują obszar terytorialny województwa zachodniopomorskiego. Znajdujące się w poniższym zestawieniu podmioty przyporządkowane zostały sekcjom i działom PKD 2007, wg następującego schematu:

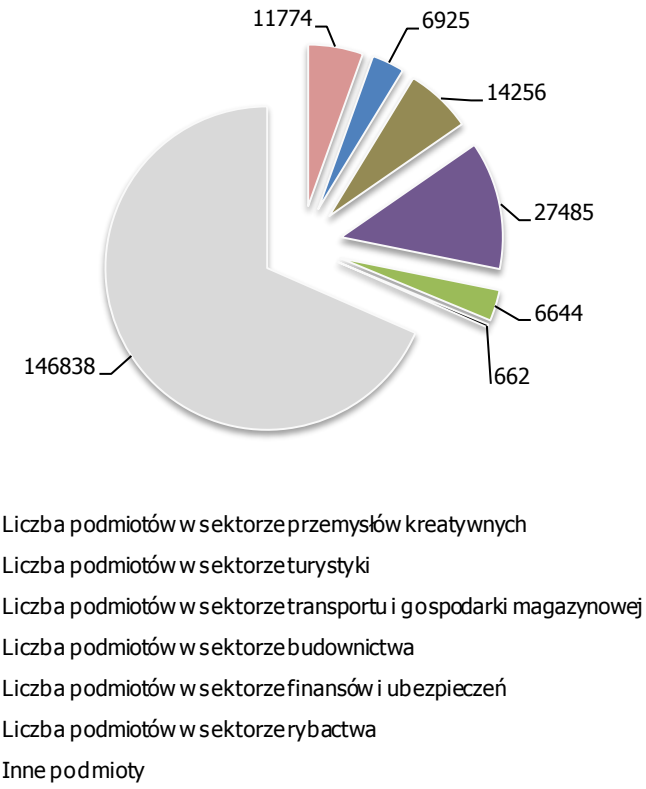
Tabela 19. Dodatkowe sektory gospodarki przyporządkowane PKD 2007

Lp.	Branże	Sekcja	Dział	Sektor
1.	**Organizatorzy turystyki, pośrednicy i agenci**	**Sekcja N** - Działalność w zakresie usług administrowania i działalność wspierająca	**Dział 79** - działalność organizatorów turystyki, pośredników i agentów turystycznych oraz pozostała działalność usługowa w zakresie rezerwacji i działalności z nią związane	**Turystyka**
2.	**Obiekty zbiorowego zakwaterowania**	**Sekcja I** - Działalność związana z zakwaterowaniem i usługami gastronomicznymi	**Dział 55** - zakwaterowanie	
3.	**Transport lądowy i rurociągowy**	**Sekcja H –** Transport i gospodarka magazynowa	**Dział 49 -** transport lądowy oraz transport rurociągowy	**Transport i gospodarka magazynowa**
4.	**Transport wodny**		**Dział 50 -** transport wodny	
5.	**Transport lotniczy**		**Dział 51 -** transport lotniczy	
6.	**Magazynowanie i działalność wspierająca transport**		**Dział 52 -** magazynowanie i działalność usługowa wspomagająca transport	
7.	**Poczta i kurierzy**		**Dział 53 -** działalność pocztowa i kurierska	
8.	**Wznoszenie budynków**	**Sekcja F -** Budownictwo	**Dział 41 -** roboty budowlane związane ze wznoszeniem budynków	**Budownictwo**
9.	**Budowa obiektów inżynierii lądowej i wodnej**		**Dział 42 -** roboty związane z budową obiektów inżynierii lądowej i wodnej	
10.	**Specjalistyczne roboty budowlane**		**Dział 43 -** roboty budowlane specjalistyczne	
11.	**Finansowa działalność usługowa**	**Sekcja K -** Działalność finansowa i ubezpieczeniowa	**Dział 64 -** finansowa działalność usługowa, z wyłączeniem ubezpieczeń i funduszów emerytalnych	**Finanse i ubezpieczenia**
12.	**Ubezpieczenia, reasekuracja i fundusze emerytalne**		**Dział 65 -** ubezpieczenia, reasekuracja oraz fundusze emerytalne, z wyłączeniem obowiązkowego ubezpieczenia społecznego	
13.	**Wspomaganie usług finansowych, ubezpieczeniowych i funduszy**		**Dział 66 -** działalność wspomagająca usługi finansowe oraz ubezpieczenia i fundusze emerytalne	

Lp.	Branże	Sekcja	Dział	Sektor
	emerytalnych			
14.	**Rybactwo**	**Sekcja A -** Rolnictwo, leśnictwo, łowiectwo i rybactwo	**Dział 03 -** rybactwo	**Rybactwo**

Na podstawie powyższych założeń porównano liczebność podmiotów gospodarczych z sektora przemysłów kreatywnych i innych działów gospodarki dla województwa zachodniopomorskiego. Należy zauważyć, że w przypadku sektora przemysłów kreatywnych uniknięto podwójnego liczenia podmiotów działających jednocześnie w kilku branżach (zob. tabela nr 6): dział 62 (projektowanie/projektowanie mody + oprogramowanie), dział 59 (film/wideo + muzyka), dział 90 (sztuka teatralna + muzyka + sztuka i antyki) – stąd liczba podmiotów nie jest równa liczebności przedstawionej na rysunku nr 3. W ten sposób ogólną liczbę podmiotów działających w sektorze przemysłów kreatywnych na terenie województwa zachodniopomorskiego ustalono na 11 743 (stan na koniec 2011 r.) – 5,5% ogółu podmiotów. Z kolei liczebność podmiotów funkcjonujących w sektorze turystyki wynosi 6 925 podmiotów – 3,2% ogółu podmiotów. Ponadto, podmioty z sektora budownictwa stanowią 12,8% wszystkich przedsiębiorstw, podmioty z sektora transportu i gospodarki magazynowej – 6,6%, podmioty z sektora finansów i ubezpieczeń – 3,1%, podmioty z sektora rybactwa – 0,3%. Omawiane dane ilustruje poniższy rysunek.

Rysunek 25. Liczebność podmiotów gospodarczych w sektorze przemysłów kreatywnych i sektorze turystycznym oraz innych w województwie zachodniopomorskim*



*Stan na koniec 2011 r.
Źródło: Bank Danych Lokalnych GUS
Opracowanie własne