

Концепція заходу «Індустріальний тиждень»

1. Контекст заходу

Загальний контекст проекту має 3 складові – загально-комунікаційний, продуктивний (продукти КМУ та ОДА), та сучасно-індустріальний. Всі 3 елементи пов'язані між собою.

Комунікаційний контекст формує імідж та рівень довіри. Сьогодні стан цих речей визначають 3 наступні фактори

- Загальний низький рівень довіри промисловців до влади – як центрального, так і національного рівня
- Низький рівень довіри між різними групами промисловців – наприклад, між замовниками та постачальниками чи розробниками
- Низьким рівнем комунікацій між групами різних стейкхолдерів промислового розвитку

Ігнорування цих факторів й відпускання підготовки заходу на самоплин означатиме, що всі ці негативні речі можуть виплисти під час регіонального заходу, й що ми бачили минулого року у Львові.

Що може змінити цей стан (нейтралізувати ці фактори):

1. Ретельна підготовка, **вибір та демонстрація успішних прикладів**
2. Попередня інформ кампанія, що фокусується на **позитивних моментах**, а також (в значно меншій мірі) на 1-й потенційній загрозі – «а далі може бути й ще гірше»
3. Чіткий напрям дискурсу з униканням тотально-негативних конотацій (модерація під час заходу).

Продуктивний контекст формується тим, які продукти ЦОВВ та РОВВ доступні для промисловців, як вони використовуються та сприймаються. Попередньо, ми можемо говорити про 4 категорії продуктів (ЕКІЦ)

1. Експортні послуги (вкл з новими від ЕРО)
2. Цифрова політика (Індустрія 4.0 - проекти та послуги АППАУ та руху 4.0)
3. Кластерна політика (включно з проектами Smart-спеціалізації)
4. Інтеграція в глобальні ланцюжки (??? – під яку політику попадають нові заводи, що збудовані як філії глобальних брендів)

Стан цих речей в регіонах неоднозначний – потрібне опитування. Попередні припущення

- Є мікс – з більшим фокусом на п.1 (Експорт), й що підтримується РОВВ, й найменше – по п.4.
- Ясних, структурованих політик на рег. рівні – немає ніде
- Відношення промисловців до всіх 4-х пп – радше скептичне (тобто, як до продуктів чи послуг від владних органів, хоча самостійно вони організуються деінде).

Що може змінити цей стан:

1. Облік, вибір та просування (й саме владними структурами!) **кращих представників** – зразків по кожному з 4-х пп. Ідеально, коли по критеріям вибору ми вже бачимо плідну співпрацю бізнесу з ОВВ – як центральними, так і регіональними.
2. Конкурентне становище – **конкурс на «кращий в номінації Х»** (й де одним з критеріїв буде інтеграції в продукт Х). Нагородження переможців.
3. Власна аналітична робота ОВВ – допрацювання комунікаційних та інших аспектів у вказаних продуктах. Виділення сильних сторін та **історій успіху**.

Сучасно-індустріальний контекст стосується самих промисловців різних категорій – як вони бачать самих себе та своє середовище. Картина дуже різнобарвна, але назагал (думка АППАУ) ситуація така,, що з одного боку промисловці пишаються своїм вкладом в економіку країни та регіону, з іншого – вони бачать що це не визнається ні в медійному дискурсі, ні владними структурами. Вони – «пасинки» цієї країни. Також замовники визнають, що по факторам «модерновості» (та ж цифра) вони значно програють в конкурентоздатності розвинутим країнам, а також іншим секторам всередині – як ІКТ, банки, ритейл. Але звинувачують в цьому становищі виключно владу.

Що може змінити цей стан:

1. Побудова **образу «ідеального (4.0) промислового підприємства»**. Це має бути збірний образ з кращих досягнень по напрямам – Успішний експортер, що вивід на високий рівень своє виробництво (автоматизація, цифра), налагодив зв'язки за партнерами по світу (інтеграція), дбає за регіональну екосистему та підтримує місцевих партнерів (кластери). Типові приклади – Інтерпайп, Біофарма....
2. Ретельний **вибір та промоція кращих, хто відповідає цьому образу**. Їх стимулювання до демонстрації своїх здобутків.
3. Заходи та посили, що сприяють дружбі «відсталих» промисловців з «просунутими» ІТ-шниками та технократами.

Резюме:

1. Аналіз заходів що підтримують, посилюють переваги, чи нейтралізують загрози (в синьому вище) – однозначно вказую на необхідність **ретельного аналізу кращих представників за 4-ма напрямками, та формування їх історій успіху**.
2. Їх прямий зв'язок з «продуктами» ОБВ означатиме (майже) автоматичне визнання самих продуктів.
3. Їх критика та побажання щодо покращення продуктів ОБВ і є тим бажаним результатом, який потрібен для покращення продуктів.

2. Концепція проекту

2.1 Головна ідея проекту. Конкретні цілі.

Ідея полягає в тому, щоб створити сильну мотивацію (рух?) на рівні регіонів щодо власного розвитку промислових підприємств на сучасному рівні. Тобто, з фокусом на тих зонах конкурентних переваг, які необхідні для конкуренції на міжнародній арені

- Спроможності щодо експорту та інтеграції в глобальні ланцюжки
- Розвитку кластерів, регіональній та галузевій кооперації
- Цифровізації виробництв

Реалізацією цієї ідеї може бути проект «ЕСТАФЕТА», назва якої відображає інтеграційні процеси по 3-м складовим

1. Передача естафети **від попереднього уряду до наступного**: всі кращі здобутки, що уособлюються з темами ЕКІЦ (Експорт, Кластеризація, Інтеграція, Цифровізація). При цьому йде підтримка Маніфесту Industry4Ukraine як засадничого, спільного бачення ролі та значення промисловості від всіх категорій.
2. Передача естафети **між регіонами** України: обмін кращими практиками, побудова лендскейпу «кращі підприємства (ЕКІЦ)» по вказаним сегментам
3. Передача естафети **між стейкхолдерами промисловості на рівні регіону**: єднання навколо єдиного бачення розвитку, встановлення кооперації, прискорення кластерного розвитку

Подібний підхід може мати сильний інтеграційний характер об'єднання, що вже сприятиме консолідації позицій промисловців, а отже повністю співпадає з цілями Industry4Ukraine.

Конкретні цілі проекту (SMART):

- 1) Довести кількість регіонів та об'єднань, що підтримують Маніфест Industry4Ukraine до показників хх та уу.
- 2) Провести облік та встановити кращі підприємства по 4-м напрямам, які відповідають критеріям умов конкурсу. По результатам аналізу, побудувати регіональний та національний лендскейпи кращих підприємств за вибраними сегментами.
- 3) Ініціювати запуск регіональних програм розвитку в промисловості з фокусом на промислових хайтек. Ця ціль вимірюється через 6 місяців шляхом опитування.

2.2 Деталізація - головні етапи

Для реалізації цих цілей, необхідно пройти наступні етапи

1. Визначити відповідальних в регіонах за завдання обліку та підтримки проекту.
2. Запустити опитування - конкурс кращих компаній по ЕКІЦ (попередньо вирішити питання з журі, та критеріями відбору). Питання мають включати уточнення щодо знайомства та використання продуктів ЕКІЦ.
3. Провести Індустріальний тиждень – як демонстрацію кращих компаній
4. Провести збір отриманої інформації, аналітику та підготувати фінальну конференцію
5. Провести фінальну конференцію, з презентацією кращих компаній.

Впродовж та по закінченню – постійно комунікувати (медіа-кампанія?) про результати та пропозиції до нових складів ВРУ, ЦОВВ та РОВВ.

3. Відповідність очікуванням

На прикладі АППАУ (можливо й УСПП) –

	Область інтересів	Стан на серпень 2019	Очікуваний результат від проекту
1	Вплив на рег. чільників в області пром. хайтек	Політик пром. хайтек ніде має. Відповідальні – незрозумілі.	Запуск рег. політик в 2-3 регіонах (впродовж наступних 6 місяців)
	<i>Стан на січень 2020</i>	<i>В звітах ДУІТ фігурує фраза, що «стратегії розробляються». Де, як, за якими «лекалами», в яких напрямках – інформації та аналітики немає. Ми не отримали бази відповідальних по регіонам, Реєстрації в запропонованих на сайті ДУІТ формах не було через пізнє встановлення програм.</i>	
2	Кластеризація	1) Жодної реакції від регіонів на пропозицію кластерів ІАМ. Мовчання Сум та Запоріжжя, де підписані Меморандуми 2) немає обліку реально діючих пром. кластерів	1) Виявлення круга зацікавлених осіб мінімум в 5-7 регіонах 2) повна карта промислових кластерів
	<i>Стан на січень 2020</i>	<i>1) ми отримали підтримку Запорізької ОДА й почали розгортання кластеру ІАМ в Запоріжжі. Але це не є наслідком ДУІТ – АППАУ діяла самостійно й по своїм каналам. 2) є невеличке просування з Херсонською ОДА та в Миколаєві – тут так само ми діяли без ДУІТ. 3) щодо інших регіонів, ми ні на йоту не покращили свій вплив чи просування, ДУІТ не надав нам ніяких нових можливостей (за виключенням 1-го вебінару)</i>	
3	Експорт	Важко зрозуміти експортний потенціал регіонів	Ясний перелік провідних експортерів в пром хайтек
	<i>Стан на січень 2020</i>	<i>Не отримали. Ситуація й надалі незрозуміла. Аналітики щодо експортного потенціалу та викликів немає.</i>	
4	Цифровізація	1) Спроби залучити Центри 4.0 чи інших стейкхолдерів до створення регіональних лендскейпів 4.0 – провальні 2) Дуже важко залучати замовників до наших інноваторів 4.0	1) Запуск робіт по уточненню 4 лендскейпів (Харків, Запоріжжя, Одеса, Дніпро) 2) Значне розширення прихильників 4.0 на рег. рівні серед пром. підприємств
	<i>Стан на січень 2020</i>	<i>Точних даних про вплив та результати немає. Відомо тільки що наші представники були залучені в Дніпрі, Херсоні та Харкові. Але як це вплине на регіональні програми – незрозуміло.</i>	
5	Єднання промисловців	Зараз дуже різні табори	Єднання по виявленим кластерам. Створення нових. Створення рег. осередків Industry4Ukraine
	<i>Стан на січень 2020</i>	<i>Немає прогресу. Немає статистики чи аналітики навколо кластерів чи інших об'єднань промисловців.</i>	

АППАУ мала також **специфічні очікування** –

А) доступ до контактів учасників регіональних сесій від промисловців. Для цього ми й взяли за підтримку сайту ДУІТ, й створили 18 форм для кожної регіональної сесії. Результат – нульовий.

В) активну інтеграцію наших членів в регіональних заходів. Але для цього програми та відповідальні мали б бути відомі хоча б з 2-3 тижні наперед. Цього не сталося.

С) ми розраховували на рег. заходи й навіть готувались до них. Зокрема, одному з наших членів була обіцяна інтеграція в 2 регіональні заходи й доступ до керівників департаментів ОДА. Ми не змогли цього зробити, оскільки все було надто пізно й хаотично.

Д) вже маючи результати звітів по регіонам, ми очікували конструктивну дискусію з виявлених розривів на фінальній конференції 4 грудня. Цього не сталося.

Як резюме, на січень 2018.

Що ми вклали як партнер та співорганізатор Industry4Ukraine :

1. підготовку даної концепції заходу (на жаль, реальний програма дуже відрізнялась)
2. ТЗ на сайт, його створення - <https://industryweek.in.ua/> та ведення впродовж 5 місяців (виділення окремого, дорогого ресурсу)
3. Промоцію через канали АППАУ – захід був у всіх графіках подій АППАУ впродовж, а також просувався через онлайн мережі
4. Залучення вже спланованої наради з Херсонською ОДА в графік ДУІТ. Після цього був випущений звіт, який послужив шаблоном для інших ОДА,
5. Напередодні фінальної конференції були частково проаналізовані інші звіти ОДА й виведені в окремій публікації. Ми акцентували увагу на тому, що теми новітньої промисловості (див табл вище) мало, якщо взагалі звучать у звітах відповідальних осіб. Ми надали свої пропозиції про зміни до аженди конференції. Ці пропозиції не були враховані на фінальній конференції ДУІТ.

Що ми отримали у відповідь на свої очікування:

1. Як позитив ??? – як припущення, - можливо, підготовлені звіти, рекомендації та аналітика будуть комусь корисні. Час покаже.
2. Як негатив
 - a. Конфлікт та погіршення відносин з одним з наших членів, якому було обіцяно тісну інтеграцію в регіональні заходи в формі спікера.
 - b. Велике розчарування в фінальній конференції ДУІТ (просто втрата пів-дня часу)
 - c. Негативний відгук від іншого члена АППАУ, зі Львова про місцеву конференцію