

Rekomendacje rozwiązań w obszarze edukacji dla sektora przemysłu mody – uaktualnienie o zmiany bieżące w obszarze sektora i legislacyjne

Autor:

mgr inż. Elżbieta Czernik

Spis treści

Wstęp.....	4
1.Wprowadzenie	5
2.Obecna sytuacja sektora mody.....	5
3.Wpływ pandemii na kondycję branży	7
4. Perspektywy dla branży w Polsce i na świecie.....	7
5. Założenia metodologiczne	10
6. Zestawienie rekomendacji w obszarze edukacji	12
6.1 Potrzeby sektora w zakresie kompetencji pracowników	12
6.2 Kształcenie formalne jako interesująca forma zdobycia zawodu	14
6.3 Edukacja pozaformalna jako interesująca forma zdobycia lub podniesienia kwalifikacji	17
6.4 Sektor przemysłu mody jako atrakcyjne miejsce pracy.	18
6.5 Współpraca z uczelniami	19
6.6 Zawody przyszłości w sektorze mody	20
6.7 Język obcy w sektorze mody.....	23
Podsumowanie	24

Wstęp

Opracowanie przedstawia stanowisko w zakresie uaktualnienia rekomendacji w obszarze edukacji dla sektora przemysłu mody. Wszystkie dotychczasowe rekomendacje, jak i obecna wersja powstały w ramach projektu „*Rada Sektorowa ds. Kompetencji Sektora Przemysłu Mody i Innowacyjnych Tekstyliów*” finansowanego z Programu Operacyjnego Wiedza Edukacja Rozwój Oś priorytetowa II. Efektywne polityki publiczne dla rynku pracy, gospodarki i edukacji, Działanie 2.12 Zwiększenie wiedzy o potrzebach kwalifikacyjno-zawodowych.

Obecnie w zasobach Rady znajdują się „Rekomendacje zmian/rozwiązań w obszarze edukacji dla sektora” oraz „Rekomendacje zmian/rozwiązań w obszarze edukacji dla sektora przemysłu mody do 2027 roku”, które zawierają propozycje działań w obszarze edukacji, zdiagnozowane potrzeby sektora przemysłu mody i opinie ekspertów, rekomendacje te zostały opracowane na zlecenie Rady w roku 2018 oraz 2019 (aktualizacja).

W roku 2021 dokonano kolejnej aktualizacji rekomendacji na zlecenie Rady. Na podstawie analizy desk research wskazano obszary, które wymagają kontynuacji lub modyfikacji już opracowanych i wdrażanych rekomendacji dla przemysłu mody.

1. Wprowadzenie

Polski przemysł mody zaspakaja potrzeby klienta, który nabywa wytworzone produkty stając się ich jednocześnie użytkownikiem. Przemysł ten związany jest z innymi sektorami np. reklamą, handlem, IT, medycyną, rolnictwem, budownictwem, jak również wybranymi obszarami sektora turystycznego, z których konsumenci korzystają w życiu codziennym. Należy podkreślić, że moda wywiera znaczący wpływ na każdą sferę życia zarówno publicznego, jaki i prywatnego, że moda zaczyna się wówczas, gdy przyjemność z upiększania dominuje nad koniecznością osłaniania ciała nad potrzebami wymuszonymi klimatem lub poczuciem przyzwoitości.

Przemysł ten charakteryzuje się ograniczonym okresem trwałości wytworzonego produktu, automatyzacją procesu produkcji oraz potrzebą ciągłego podnoszenia kwalifikacji kadr co ma wpływ na zmieniający się rynek mody, który jest jednym z najbardziej sprywatyzowanych i interdyscyplinarnych sektorów w Polsce.

Przemysł mody coraz mocniej angażuje się w ekologię - recykling, działania z zakresu ochrony środowiska i zasobów wody. Coraz więcej firm inwestuje w ekologiczne technologie produkcji, przechowywania i transportu, zmniejszając negatywny wpływ na ekosystem. Obecni klienci odzieżowych marek oczekują rozsądnych cen i domagają określonych zasad sprzedażowych. Społeczeństwo rezygnuje z drogich marek co jednocześnie otwiera możliwości dla tych, które są tańsze, oferując jednocześnie kolekcje na wyższym poziomie estetyki i jakości niż sieciowa oferta. Takie oczekiwania klienta oraz cenę są dotychczas w stanie zaoferować coraz częściej polskie firmy - marki lokalne.

Obecnie sektor mody szczególnie odczuwa niszczące skutki przetaczającej się przez świat pandemii koronawirusa. Negatywne konsekwencje tej sytuacji dla branży da znać o sobie dopiero w bliższej lub dalszej przyszłości. Problemy, z jakimi zmagają się rynek mody obecnie wynika to ze specyfiki branży. Sytuacja ta uderzając w sektor mody jednocześnie uderza w galerie handlowe, reklamę i marketing, logistykę oraz transport. Bolesne jej skutki dotyczą zarówno produkcji, jak i sprzedaży wyrobów w tym sektorze.

2. Obecna sytuacja sektora mody

Sektor mody na przestrzeni ostatnich lat ciągle boryka się z ubytkiem miejsc pracy oraz brakiem dobrze wykwalifikowanej kadry. Ta sytuacja powoduje, że spada liczba pracujących od 2014 r. o 30%, a ponadto ich sytuacja w dłuższej perspektywie jest niepewna, podobnie jak i firm zatrudniających kadry o niskich lub nie do końca określonych kompetencjach. Ostatnie badania przeprowadzone przez Radę Sektorową ds. Kompetencji Sektora Przemysłu Mody i Innowacyjnych Tekstyliów wskazuje, że 55% respondentów wskazało na niedostosowanie systemu kształcenia do potrzeb pracodawców. Za przyczynę tej sytuacji oraz trudności edukacyjne ankietowani uznają przestarzałą infrastrukturę w szkołach (43%), brak dostępu uczniów do nowych technologii (41%) oraz niskie poczucie własnej wartości

uczniów, którzy ukończyli szkoły zawodowe (45%), a część z nich (35%) zidentyfikowało niedostateczne umiejętności obsługi urządzeń i niechęć do dalszego rozwoju. W badaniu wskazano również niewystarczające kompetencje nauczycieli uczących w szkołach branżowych i brak praktycznego podejścia.¹ Obecnie w 56 szkołach przemysłu mody w kraju uczy się około 3.500 uczniów z tym, że wg wstępnych danych nabór do szkół przemysłu mody od czasu zmian nazwy kierunku kształcenia (technik przemysłu mody) w 2015 roku wzrósł ponad 7-krotnie i w dalszym ciągu obserwuje się wzrost zainteresowania młodzieży tym zawodem. W ostatnim czasie w kraju odnotowano „modę na sycie”, które przejawia się dużym zainteresowaniem kwalifikacyjnymi kursami zawodowymi w branży odzieżowej. Edukacja pełni funkcje usługową wobec rynku pracy. Dlatego organizacje branżowe przedsiębiorców pracują nad tym, jak kształcić kompetencje i umiejętności uczniów, studentów, aby były zgodne i dostosowywane do zmieniających się oczekiwań przedsiębiorców branżowych. Polski sektor mody i innowacyjnych tekstyliów jest zdominowany przez małe firmy, zatrudniające do 49 pracowników, które stanowią ponad 80% ogólnej liczby firm w sektorze.²

Z uwagi na to, że są to firmy małe, które są bardzo podatne na zmiany popytu to również ma wpływa na większą fluktuację kadr. Wysokie oczekiwania płacowe młodych osób, których umiejętności i kompetencje zawodowe nie zaspakajają oczekiwań pracodawców powodują, iż maleje zainteresowanie pracodawców inwestycjami w ich kapitał, jako przyszłych pracowników. W bieżącym roku szkolnym został wprowadzony nowy kierunek kształcenia na poziomie technika w branży - technik stylisty, która być może wpłynie na poprawę spełnienia oczekiwań potencjalnych pracodawców. Należy również zwrócić uwagę, że małe firmy poszukują pracowników zdolnych do wykonywania kilku lub kilkunastu zadań zawodowych na różnych stanowiskach pracy. W związku z powyższymi oczekiwaniami pracodawców są niejednokrotnie szersze niż zakładają to podstawy programowe dla danego zawodu. Stąd też jawi się potrzeba prowadzenia ciągłych konsultacji ze środowiskiem pracy w celu aktualizowania programów nauczania w zawodach branżowych. W branży odzieżowej są poszukiwani często pracownicy, którzy potrafią wykonać prace proste, wymagających tylko przyuczenia, ale również i takich, którzy potrafią twórczo podejść do wykonywania zadań (projektant, konstruktor), krojczych itd. Wspólne działania rynku pracy i edukacji zapewne pozwolą na zrównoważenie wzajemnych potrzeb w zakresie kompetencji i umiejętności, których nabyli absolwenci szkół i uczelni branżowych.

¹ Rekomendacje zmian/rozwiązań w obszarze edukacji dla sektora przemysłu mody do 2027 roku

² Rocznik Statystyczny Przemysłu 2019 r. GUS 2020

3. Wpływ pandemii na kondycję branży

Spadek rozwoju branży w ostatnim czasie spowodowany sytuacją pandemiczną wynika przede wszystkim z opóźnienia lub braku dostawy tkanin, surowców i dodatków co wpływa na brak możliwości realizacji zamówień oraz nowych kolekcji. To z kolei wpływa na brak możliwości generowania przychodu ze sprzedaży. Natomiast przedsiębiorca ponosi stałe koszty związane z prowadzeniem swojej działalności oraz straty z tytułu braku możliwości ściągania należności i sprzedaży wyprodukowanych zapasów odzieży, dodatków. Należy zwrócić uwagę na fakt, że każdy przedsiębiorca prowadząc działalność gospodarczą planuje również dalszy rozwój swojego biznesu w kolejnych okresach rozliczeniowych. Prawdziwym problemem spółek z branży odzieżowej jest fakt, że placówki handlowe oraz usługowe zostały zamknięte. Niezależnie od tego bardzo wiele firm bez realnego wsparcia ze strony państwa jest lub będzie musiało zawiesić lub zamknąć swoją działalność. Z tej perspektywy widać, jak istotnym wyzwaniem dla sektora mody jest utrzymanie zatrudnienia. Zwolniony w wyniku kryzysu pracownik nie będzie konsumentem, gdy pandemia minie. Z uwagi na zmienione nawyki konsumenckie, załamanie łańcuchów dostaw. Branża znalazła się na krawędzi bankructwa. Z raportu „The State of Fashion” McKinsey & Company wynika, że zysk ekonomiczny firm z branży modowej spadł w 2020 roku aż o 90 % (w ujęciu rocznym), podczas, gdy rok wcześniej wzrósł o 4 %. Według bardziej optymistycznego scenariusza sprzedaż sektora spadnie od 0 do 5 % w porównaniu do 2019 roku. Opiera się on na założeniu, że w wielu obszarach uda się powstrzymać rozprzestrzenianie koronawirusa oraz doświadczymy szybkiego odbicia gospodarczego. W tym scenariuszu branża być może wróci do poziomu aktywności z 2019 roku do trzeciego kwartału 2022. Drugi ze scenariuszy zakłada spadek sprzedaży w porównaniu do 2019 roku w przedziale od 10 do 15 %. W przypadku jego realizacji powrót branży do kondycji sprzed pandemii przewiduje się dopiero w ostatnim kwartale 2023 roku.³

Firmy i przedsiębiorstwa branżowe zostały w czasie pandemii zmuszone do przestawienia się na sprzedaż w kanałach cyfrowych, gdyż funkcjonowanie w galeriach handlowych było czasowo niemożliwe. Należy zwrócić uwagę, że w sektorze modowym nie ma skutecznej strategii działania w sytuacji pandemicznej.

4. Perspektywy dla branży w Polsce i na świecie

Przemysł mody w czasie pandemii znalazł się w trudnej sytuacji. Miesiąc społecznej izolacji i spadek generowanych przychodów sprawiają, że zaczęła tracić swoją płynność. Branża w celu

³ Więcej czytaj w serwisie forsal.pl, <https://forsal.pl/biznes/artykuly/8071315.wplyw-pandemii-na-branze-modowa-jak-firmy-odziezowe-walcza-z-pandemia.html>

odbudowania swojej kondycji będzie potrzebowała na pewno dodatkowych środków ze strony rządowego wsparcia.

Polski sektor mody to przede wszystkim rodzime firmy. Stanowią one 73 proc. rynku. Firmy z tej branży są silnie powiązane z innymi sektorami gospodarki, tworząc ekosystem producentów, projektantów, specjalistów różnych profesji oraz firm różnej wielkości.

Pandemia doprowadziła siłą rzeczy do zmian nawyków zakupowych wśród klientów, co może okazać się długotrwałym zjawiskiem. Rozwiązaniem może być rozwój lokalnych firm, które mogą przyciągać lokalnych klientów. Firmy powinny skierować swoje działania na wzmocnienie zaangażowania klientów w relacje z markami lokalnymi oraz wzmocnić społeczne sieci konsumentów. W ostatnim czasie wzrosła rola mediów społecznościowych i zindywidualizowanych form komunikacji konsumentów, więc firmy będą musiały przekształcić dotychczasowe kanały, za pośrednictwem których będą docierały do kupujących.

Obecna sytuacja wzmocniła świadomość konsumentów w zakresie praw pracowniczych i wpływu branży odzieżowej na planetę, więc firmy muszą położyć duży nacisk na poprawę wizerunku w tych obszarach. Według firmy Brandwatch na podstawie badania przeprowadzonego przez nią na 8 tys. respondentów wynika, że tylko 5 % konsumentów uważa zrównoważony rozwój za kluczowy czynnik przy wyborze marki.⁴ Znacznie większe ma dla nich ciągle jakość (35 % wskazań) a przystępność ceny (23 % wskazań). Należy oczekiwać, że problemy branży modowej szybko znajdą odzwierciedlenie na rynku pracy i mogą dotknąć ponad 300tys.pracowników. Na tę wartość składa się między innymi liczba zatrudnionych pracowników przy sprzedaży, których jak podaje Związek Polskich Pracodawców Handlu i Usług było około 150 tys. w 2019 roku. Pracownicy branży modowej zatrudnieni przy sprzedaży to w dużej mierze osoby młode, nieposiadające wcześniejszego doświadczenia zawodowego, w tym studenci. Te grupy pracowników w różnym stopniu będą narażone na utratę pracy w wyniku ograniczenia aktywności branży. Liczba osób zatrudnionych w obszarze produkcji odzieży, według Głównego Urzędu Statystycznego, sięga 75 tys. Dodatkowo należy uwzględnić około 52 tys. osób zatrudnionych przy produkcji wyrobów tekstylnych oraz prawie 23 tys. pracujących przy produkcji skór i wyrobów skórzanych.

Nie należy oczekiwać, że kłopoty branży odzieżowej dotkną wszystkich pracowników. Naprzeciw tej sytuacji na rynku mody powstaje wiele innowacji w przestrzeni internetowej. Największe firmy przenoszą ciężar swojej działalności do sieci. Zaczyna się w związku z tym innowacyjny wyścig o to, kto zdominuje ten sektor. W ostatnim czasie pojawiło się na rynku kilka ciekawych trendów. To chociażby streaming, który robi zawrotną karierę w Chinach. Chodzi o materiały wideo, na których firmy prezentują kolory, fasony

⁴ Więcej czytaj w serwisie forsal.pl, <https://forsal.pl/biznes/artykuly/8071315.wplyw-pandemii-na-branze-modowa-jak-firmy-odziezowe-walczą-z-pandemia.html>

ubrań czy proces pakowania produktów. O ile streaming to już dość stare jak na sieciowe standardy zjawisko, o tyle w e-commerce zaczyna dopiero być wykorzystywany. Według chińskich mediów sprzedaż ze wsparciem transmisji wideo w Taobao, czyli jednym z głównych serwisów grupy Alibaba, wyniosła w 2018 roku ponad 15 mld dol., co oznacza wzrost o 400 proc. w ujęciu rok do roku. Streamingi realizuje już kilka tysięcy sprzedawców Taobao, a z jego wsparcia korzysta dziennie już 600 tys. produktów tej firmy. Ta forma to namiastka zakupów w sklepach stacjonarnych, która daje klientom możliwość, bezpośredniego kontaktu ze sprzedawcą czy dokładnego przyjrzenia się odzieży „na żywo”.⁵ Kolejnym innowacyjnym pomysłem jest wprowadzenie obsługi klienta w postaci wideo-czatu oraz społeczne zakupy. Chodzi o doświadczenie internetowego nabywania produktów połączonego z kontaktowaniem się, udzielaniem porad czy rekomendacji w ramach sieci znajomych lub konsumentów. Taki rodzaj zakupów jest definiowany jako proces zakupu z wykorzystaniem recenzji i rekomendacji pochodzących z mediów społecznościowych.

Duży wpływ na widoczność marek odzieżowych w sieci mają virale internetowe. Z analizy wspomnianego Brandwatcha wynika, że na sile nabiera ostatnio trend wykorzystywania przez marki zjawiska retro oraz nostalgii konsumentów. Kolejnym z wiodących w ostatnim czasie trendów jest wykorzystywanie gwiazd K-popu, zarówno przez luksusowe, jak też streetwearowe i sportowe marki. Ogromną popularność w sieci zyskują wirtualni influencerzy i cyfrowa odzież.

W 2020 roku okazało się, że model biznesowy oparty na intensywnym generowaniu popytu, częstym prezentowaniu nowych kolekcji i oferowaniu konsumentom ogromnej liczby produktów przestaje przynosić spektakularne stopy zwrotu. Dlatego firmy muszą zmienić sposób myślenia o rentowności oraz muszą znaleźć sposób na wzrost sprzedaży produktów w pełnej cenie, ograniczenie zapasów oraz przyjąć model działania oparty o rzeczywisty popyt. Muszą szybko reagować na zmieniające się potrzeby klientów, zarówno w kwestii premier nowych produktów, jak i też uzupełniania magazynów.

Prognozuje się, że w 2021 roku znacznie wzrośnie liczba fuzji i przejęć, ponieważ firmy będą manewrowały i starały się ugrać na rynkowym chaosie coś dla siebie poprzez szukanie okazji, zwiększając udziały w danym podsektorze czy wykorzystując słabości konkurencji. Przewiduje się, że pandemia uderzy szczególnie w marki ze średniej półki. Wynika to ze zmian w podejściu kupujących. Prawdopodobnie bardzo duża ich część zwróci się w kierunku najtańszych produktów. Społeczna elita nadal będzie kupowała produkty luksusowych marek. Podobnie jak w sferze społecznej, gospodarczy kryzys wskazuje, że najmocniej dotknie modową „klasę średnią”.

Pandemia wymusiła na firmach fundamentalną zmianę sposobu, w jaki organizują pracę. Rośnie znaczenie pracy zdalnej i lokalnej siły roboczej. Wiele firm rozważa przeniesienie

⁵ Więcej czytaj w serwisie forsal.pl, <https://forsal.pl/biznes/artykuly/8071315,wplyw-pandemii-na-branze-modowa-jak-firmy-odzieżowe-walcza-z-pandemia.html>

produkcji z odległych krajów bliżej głównej siedziby. Duże znaczenie będzie miało przekwalifikowywanie pracowników i budowanie relacji firmy z zatrudnionymi. Rośnie też społeczna presja na poprawę warunków pracy, rola reżimów sanitarnych i stosunku do zatrudnionych. Pandemia zmusiła branżę modową do refleksji i podejmowania trudnych decyzji.

5. Założenia metodologiczne

Rekomendacje w obszarze edukacji, które odzwierciedlają potrzeby sektora przemysłu mody i opinie ekspertów zgodnie ze stanem na 2020-2021 rok stały się podstawą do uaktualnienia rekomendacji, w ramach działań Rady Sektorowej ds. Kompetencji Sektora Przemysłu Mody i Innowacyjnych Tekstyliów, „Rekomendacje zmian/rozwiązań w obszarze edukacji dla sektora” oraz dokument o charakterze strategicznym pn. „Rekomendacje zmian/rozwiązań w obszarze edukacji dla sektora przemysłu mody do 2027 roku”. Analiza stała się podstawą do dokonania weryfikacji i aktualizacji przedstawionych w wyżej wymienionych dokumentach rekomendacji. Przeanalizowano:

- czy rekomendowane w nich działania podjęto, wdrożono lub zaproponowano inne rozwiązania,
- czy uwzględniono aktualne i zmieniające się trendy w sektorze przemysłu mody,
- czy rekomendacje wymagają modyfikacji lub uzupełnienia,
- zmiany legislacyjne oraz aktualizację proponowanych rekomendacji

Na podstawie dokonanej analizy, a następnie pozyskanych informacji rekomenduję utrzymanie obowiązujące rekomendację poszerzyć o sformułowane nowe rekomendacje.

Aktualizacja rekomendacji opierała się na :

- wywiadach z ekspertami branżowymi
- analizie desk research.

W tym celu przeprowadzono wywiady z ekspertami branżowymi, pracodawcami z branży, podmiotami zajmującymi się kształceniem formalnym/ szkoły i uczelnie/ i pozaformalnym oraz przedstawicielami Rady Sektorowej ds. Kompetencji Sektora Przemysłu Mody i Innowacyjnych Tekstyliów. Analiza desk research dotyczyła materiałów, raportów /publikacji opracowanych na zlecenie Rady dotyczących sytuacji w sektorze oraz raportów podsumowujących pilotażowe wdrożenie Sektorowej Ramy Kwalifikacji dla Przemysłu Mody regulacji prawnych mających wpływ na obszary działań wskazanych w rekomendacjach dla sektora przemysłu mody.

W szczególności analizie poddano następujące regulacje prawne:

1. Ustawa z dnia 14 grudnia 2016 r. Prawo oświatowe z późniejszymi zmianami, w szczególności zmiany wynikające z Ustawy z dnia 16 października 2019 r. o zmianie ustawy - Prawo oświatowe oraz niektórych innych ustaw (t.j. Dz. U. z 2020 poz. 910)
2. Ustawa z dnia 14 grudnia 2016 r. Przepisy wprowadzające ustawę Prawo oświatowe (Dz.U. z 2017 r. poz. 60, z późn. zm.)
3. Rozporządzenie Ministra Edukacji Narodowej z dnia 16 maja 2019 r. w sprawie podstaw programowych kształcenia w zawodach szkolnictwa branżowego oraz dodatkowych umiejętności zawodowych w zakresie wybranych zawodów szkolnictwa branżowego (Dz.U poz. 991, z późn. zm.)
4. Rozporządzenie Ministra Edukacji i Nauki z dnia 28 maja 2021 r. zmieniające rozporządzenie w sprawie podstaw programowych kształcenia w zawodach szkolnictwa branżowego oraz dodatkowych umiejętności zawodowych w zakresie wybranych zawodów szkolnictwa branżowego
5. Ustawa z dnia 22 grudnia 2015 r. o Zintegrowanym Systemie Kwalifikacji (Dz. U. z 2020 r. poz. 226)
6. Obwieszczenia Ministra Przedsiębiorczości i Technologii w sprawie włączenia kwalifikacji rynkowych do Zintegrowanego Systemu Kwalifikacji
7. Rozporządzenie Ministra Edukacji Narodowej z dnia 15 lutego 2019 r. w sprawie ogólnych celów i zadań kształcenia w zawodach szkolnictwa branżowego oraz klasyfikacji zawodów szkolnictwa branżowego
8. Rozporządzenie Ministra Edukacji Narodowej z dnia 30 sierpnia 2019 r. w sprawie warunków, jakie musi spełnić osoba ubiegająca się o uzyskanie dyplomu zawodowego albo dyplomu potwierdzającego kwalifikacje zawodowe
9. Rozporządzenie Ministra Edukacji Narodowej z dnia 31 lipca 2019 r. zmieniające rozporządzenie w sprawie klasyfikacji zawodów szkolnictwa zawodowego
10. Rozporządzenie Ministra Edukacji Narodowej z dnia 23 sierpnia 2019 r. w sprawie dofinansowania doskonalenia zawodowego nauczycieli, szczegółowych celów szkolenia branżowego oraz trybu i warunków kierowania nauczycieli na szkolenia branżowe
11. Rozporządzenie Ministra Edukacji Narodowej z dnia 19 marca 2019 r. w sprawie kształcenia ustawicznego w formach pozaszkolnych (Dz.U. poz. 652)
12. Rozporządzenie Ministra Edukacji Narodowej z dnia 28 sierpnia 2019 r. w sprawie szczegółowych warunków i sposobu przeprowadzania egzaminu zawodowego oraz egzaminu potwierdzającego kwalifikacje w zawodzie (Dz. U. poz. 1707)
13. Rozporządzenie Ministra Edukacji Narodowej z dnia 27 sierpnia 2019 r. w sprawie świadectw, dyplomów państwowych i innych druków szkolnych (Dz. U. poz. 1700, z późn. zm.)
14. Rozporządzenie Ministra Edukacji Narodowej z dnia 22 lutego 2019 r. w sprawie praktycznej nauki zawodu (Dz. U. poz.391)
15. Rozporządzenie Ministra Edukacji Narodowej z dnia 30 sierpnia 2019 r. w sprawie warunków, jakie musi spełnić osoba ubiegająca się o uzyskanie dyplomu zawodowego albo dyplomu potwierdzającego kwalifikacje zawodowe (Dz. U. poz. 1731, z późn. zm.)

16. Rozporządzenie Ministra Pracy i Polityki Społecznej z dnia 11 kwietnia 2014 r. w sprawie przygotowania zawodowego dorosłych (**Dz. U. poz. 497**)
17. Obwieszczenie Ministra Edukacji i Nauki z dnia 27 stycznia 2021 r. w sprawie prognozy zapotrzebowania na pracowników w zawodach szkolnictwa branżowego na krajowym i wojewódzkim rynku pracy (**M.P. 2021 poz. 122**)

6. Zestawienie rekomendacji w obszarze edukacji

Niniejszy rozdział zawiera rekomendacje rozwiązań w obszarze edukacji dla sektora przemysłu mody uaktualnione o zmiany bieżące w obszarze sektora i legislacyjne. Adresatami przedstawionych rekomendacji są organy administracji rządowej i samorządowej oraz organizacje branżowe, w tym Sektorowa Rada ds. Kompetencji Sektora Przemysłu Mody i Innowacyjnych Tekstyliów. Sformułowano również zalecenia i propozycje dla przedsiębiorców z sektora przemysłu mody, szkół branżowych / technika, branżowe szkoły I stopnia, branżowe szkoły II stopnia/ i podmiotów oferujących szkolenia w systemie pozaformalnym w tym organizujących kształcenie ustawiczne w formach pozaszkolnych: kwalifikacyjne kursy zawodowe- kcz, kursy umiejętności zawodowych- kuz, kursy kompetencji ogólnych . Główne obszary, których dotyczą rekomendacje to:

- potrzeby sektora w zakresie kompetencji pracowników,
- kształcenie formalne jako interesująca forma zdobycia zawodu,
- edukacja pozaformalna jako interesująca forma zdobycia lub podniesienia kwalifikacji,
- sektor przemysłu mody jako atrakcyjne miejsca pracy.

W dalszej części opracowania przedstawiono uaktualnione rekomendacje z ww. obszarów.

6.1 Potrzeby sektora w zakresie kompetencji pracowników

O wartości pracownika dla potencjalnego pracodawcy decydują posiadane przez niego umiejętności zawodowe oraz kompetencje szczególnie społeczne . Najbardziej pożądane przez pracodawców kompetencje to min. uczciwość, orientacja na klienta, sumienność, współpraca czy zaangażowanie, które stanowią istotny czynnik decydujący o przyjęciu kandydata do pracy. W sektorze przemysłu mody, kompetencje społeczne są wymieniane przez pracodawców często

na równi z kompetencjami zawodowymi. Są w większości wskazywane również jako kluczowe do wykonywania poszczególnych zadań zawodowych i pełnienia różnych funkcji zarówno w mniejszych jak i większych przedsiębiorstwach. Kompetencje społeczne zidentyfikowane jako poszukiwane przez pracodawców w sektorze dotyczą następujących obszarów:

- kreatywność/Innowacyjność,
- odpowiedzialność,
- praca w zespole,
- komunikacja z otoczeniem.

Z uwagi na cechę kompetencji społecznych jaką jest transferowalność, tj. możliwość wykorzystania w różnych środowiskach pracy, tym ważniejsze jest ich uwzględnienie w programach kształcenia. Uczniowie, a następnie absolwenci wyposażeni w takie kompetencje jak innowacyjność/kreatywność, dbałość o jakość, komunikacją i pracą w zespole zdecydowanie zwiększa ich szanse na rynku pracy. Z drugiej strony, daje pracodawcom możliwość budowania zespołu, który będzie w stanie elastycznie reagować na pojawiające się wyzwania.⁶

Oczekiwane kompetencje absolwentów do potrzeb sektora mody należy kształtować poprzez:

- Rozwój szkolnictwa branżowego, z wykorzystaniem nowoczesnego zaplecza dydaktycznego i programów kształcenia, odpowiadających realnemu rynkowi pracy.
- Tworzenie oferty kształcenia, w oparciu o współpracę z pracodawcami w lokalnym uwzględniając specyfikę konkretnych miejsc pracy.
- Promowanie wśród młodzieży działań, nastawionych na budowanie wizerunku kształcenia w zawodach związanych z sektorem, jako atrakcyjnej i ciekawej ścieżki edukacyjnej.
- Prowadzenie działań mających na celu urealnianie liczby miejsc w placówkach kształcenia ogólnokształcącego i branżowego na poziomie samorządów.
- Promowanie dobrych praktyk w zakresie w/w działań, w celu upowszechniania sprawdzonych rozwiązań w skali regionów jak i całego kraju.
- Wskazywanie możliwości uzyskania przez uczniów dodatkowych umiejętności w zawodach, zwiększających szanse na zatrudnienie.

Szkoły uzyskują możliwość przeznaczenia godzin stanowiących różnicę między sumą godzin obowiązkowych zajęć edukacyjnych z zakresu kształcenia zawodowego, określonych w ramowych planach nauczania, a minimalną liczbą godzin kształcenia zawodowego dla kwalifikacji wyodrębnionych w zawodzie na realizację umiejętności wykraczających poza podstawę programową. Godziny te mogą być przeznaczone na:

- nabywanie przez uczniów nowych dodatkowych umiejętności zawodowych związanych z nauczaniem zawodem, zwiększających szanse na zatrudnienie, rozumianych jako dodatkowe umiejętności,

⁶ www.biznes.newseria.pl

- dyrektor szkoły może ująć w programie nauczania zawodu dopuszczonym do użytku w danej szkole realizacji godzin, w zależności od potrzeb i możliwości uczniów lub potrzeb pracodawców współpracujących ze szkołą.

6.2 Kształcenie formalne jako interesująca forma zdobycia zawodu

Zgodnie z ustawą z dnia 14 grudnia 2016 r. Prawo oświatowe (Dz. U. z 2017 r. poz. 59) kształcenie zawodowe realizowane jest w szkołach ponadpodstawowych: branżowej szkole I stopnia, branżowej szkole II stopnia oraz w technikum. Absolwenci technikum oraz szkoły branżowej II stopnia mogą, po zdaniu matury, kontynuować naukę na studiach wyższych.

W ramach pozaszkolnego systemu kształcenia, osoby chcące zdobyć lub uzupełnić wiedzę w wybranym obszarze mogą wybierać spośród następujących form kształcenia: kwalifikacyjny kurs zawodowy, kurs umiejętności zawodowych, kurs kompetencji ogólnych, turnus dokształcania teoretycznego młodocianych pracowników, kurs inny niż wyżej wymienione, umożliwiającą uzyskiwanie i uzupełnianie wiedzy, umiejętności i kwalifikacji zawodowych.⁷

Kwalifikacje, których nabycie możliwe jest w systemie oświaty, są częścią Zintegrowanego Systemu Kwalifikacji, który wprowadzony został w 2016 r., na mocy ustawy z dnia 22 grudnia 2015 r. o Zintegrowanym Systemie Kwalifikacji. Oznacza to, że wszystkie kwalifikacje wyodrębnione w zawodach opisane są językiem efektów uczenia się, posiadają zdefiniowane możliwości walidacji efektów uczenia się, przypisany poziom PRK oraz podlegają zapewnianiu jakości.

Ponadto należy wskazać możliwości uzyskania przez uczniów dodatkowych umiejętności w zawodach, zwiększających szanse na zatrudnienie. Szkoły uzyskują możliwość przeznaczenia godzin stanowiących różnicę między sumą godzin obowiązkowych zajęć edukacyjnych z zakresu kształcenia zawodowego, określonych w ramowych planach nauczania, a minimalną liczbą godzin kształcenia zawodowego dla kwalifikacji wyodrębnionych w zawodzie na realizację umiejętności wykraczających poza podstawę programową. Godziny te mogą być przeznaczone na:

- nabywanie przez uczniów nowych dodatkowych umiejętności zawodowych związanych z nauczaniem zawodem, zwiększających szanse na zatrudnienie, rozumianych jako dodatkowe umiejętności,
- dyrektor szkoły może ująć w programie nauczania zawodu dopuszczonym do użytku w danej szkole realizacji godzin, w zależności od potrzeb i możliwości uczniów lub potrzeb pracodawców współpracujących ze szkołą.

⁷ Rozporządzenie Ministra Edukacji Narodowej z dnia 19 marca 2019 r. w sprawie kształcenia ustawicznego w formach pozaszkolnych (Dz.U. poz. 652)

Skuteczność kształcenia zawodowego powinna być mierzona liczbą absolwentów, którzy uzyskują kwalifikacje zawodowe. Warunkiem otrzymania stosownego dokumentu potwierdzającego kwalifikacje zawodowe jest nie tylko dobre przygotowanie uczniów, ale także przystąpienie do egzaminu, który dotychczas nie był obligatoryjny. Obowiązek przystąpienia do egzaminu potwierdzającego kwalifikacje jest warunkiem ukończenia szkoły oraz zapewne przyczyni się do wzmocnienia działań podejmowanych przez szkołę, nakierowanych na zapewnienie wysokiej jakości kształcenia.

Możliwość włączania pracodawców w system egzaminów zawodowych, w szczególności przy opracowywaniu zadań egzaminacyjnych, jako autorów i recenzentów tych zadań, a także poprzez organizację i przeprowadzanie egzaminu zawodowego, w końcu powierzenie pracodawcom roli egzaminatorów wpłynie na weryfikację swoich oczekiwań w oparciu o możliwości szkoły.

Ponadto programy praktyk i staży mogą obejmować dodatkowe umiejętności zawodowe z którymi uczący się mają szansę na spotkanie właśnie u danego pracodawcy, u którego będą odbywać praktyki. Istotne jest również, aby nie powtarzać treści ogólnie znanych, tylko pokazać, inspirować w tych działaniach uczniów do ewentualnej możliwości rozwoju.

Należy zapewnić nauczycielom szerszy dostęp do szkoleń, szczególnie z zakresu umiejętności praktycznych i wykorzystywania nowych technologii, najlepiej realizowanych bezpośrednio u wiodących na rynku przedsiębiorców z branży modowej.

DOBRA PRAKTYKA

1. Dyrektor szkoły przed uruchomieniem kształcenia w danym zawodzie, oprócz uzyskania opinii wojewódzkiej rady rynku pracy wydanej po zapoznaniu się z prognozą zapotrzebowania na pracowników w zawodach szkolnictwa branżowego na krajowym i wojewódzkim rynku pracy, jest zobowiązany do nawiązania współpracy z pracodawcą właściwym dla zawodu lub branży

2. Zgodnie z reformą systemu oświaty – zmianami ukierunkowanymi na odbudowę prestiżu kształcenia zawodowego w Polsce – od 2019 roku publikowana jest prognoza zapotrzebowania na pracowników w zawodach szkolnictwa branżowego na krajowym i wojewódzkim rynku pracy. Ma ona na celu wspomaganie kształcenia w zawodach szkolnictwa branżowego, a tym samym przyczynianie się do spadku bezrobocia wśród absolwentów szkół prowadzących kształcenie w zawodach. Stanowi syntetyczne ujęcie różnych źródeł opisujących tendencje na rynku pracy w kontekście strategii rozwoju państwa i regionów w poszczególnych zawodach.

Obejmuje zawody w tym zawody branży przemysłu mody (krawiec, kaletnik, obuwnik, technik przemysłu mody, technik włókiennik, operator maszyn w przemyśle włókienniczym, technik włókienniczych wyrobów dekoracyjnych, technik stylisty, technik włókiennik, technik obuwnik,), dla których prognozowane jest istotne i umiarkowane zapotrzebowanie na pracowników na poszczególnych wojewódzkich rynkach pracy.

Obwieszczenie Ministra Edukacji i Nauki z dnia 27 stycznia 2021 r. w sprawie prognozy zapotrzebowania na pracowników w zawodach szkolnictwa branżowego na krajowym i wojewódzkim rynku pracy (M.P. 2021 poz. 122)

3. W celu zwiększenia dostępu do pełnienia funkcji egzaminatora szerszemu gronu ekspertów, rozszerzony został katalog osób, które mogą zostać egzaminatorami w zakresie egzaminu zawodowego o przedstawiciele samorządu gospodarczego, innej organizacji gospodarczej, sektorowej rady do spraw kompetencji.

4. W roku szkolnym 2021/2022 został wprowadzony nowy zawód technik stylisty, który jest zawodem w branży przemysłu mody (MOD). Zostały w nim wyodrębnione dwie kwalifikacje. Jedną z nich jest kwalifikacja MOD.03. Projektowanie i wytwarzanie wyrobów odzieżowych, która została wyodrębniona zarówno w zawodzie krawiec, jak i w zawodzie technik przemysłu mody. Kształcenie w zawodzie technik stylisty może być prowadzone w 5-letnim technikum oraz w 2-letniej branżowej szkole II stopnia.

Rozporządzenie Ministra Edukacji i Nauki z dnia 28 maja 2021 r. zmieniające rozporządzenie w sprawie podstaw programowych kształcenia w zawodach szkolnictwa branżowego oraz dodatkowych umiejętności zawodowych w zakresie wybranych zawodów szkolnictwa branżowego

5. Dla zdających, którzy zdali egzaminy zawodowe ze wszystkich kwalifikacji wyodrębnionych w danym zawodzie, dyrektor okręgowej komisji egzaminacyjnej ustali końcowy wynik egzaminów zawodowych. Zgodnie z powyższym, na certyfikacie kwalifikacji zawodowej umieszczany będzie jeden wynik łączny z części pisemnej i części praktycznej. Wprowadzono wagę na poszczególne części egzaminu, co powoduje zwiększenie znaczenia części praktycznej. Natomiast na dyplomie zawodowym, zamiast wyników dla każdej kwalifikacji umieszczana będzie średnia z wszystkich kwalifikacji w danym zawodzie.

Wprowadzenie łącznych wyników z egzaminów zawodowych na dokumentach ułatwi pracodawcom rozumienie dokumentów potwierdzających kwalifikacje i umiejętności nowo zatrudnianych pracowników oraz usprawni proces przyjęć na studia, ponieważ od 2022 r. wyniki z egzaminu zawodowego będą mogły być brane pod uwagę przy rekrutacji.

6.3 Edukacja pozaformalna jako interesująca forma zdobycia lub podniesienia kwalifikacji

Współczesne nowoczesne technologie informacyjne stanowią nieodłączny element w procesie kształcenia i dostępu do wiedzy. Rozwijać swoje kompetencje i zdobywać nową wiedzę powinny nie tylko osoby ,które zaczynają być obecne w branży, ale także te związane z branżą od wielu lat. Konieczne jest zatem stworzenia platformy, która by stała się płaszczyzną wymiany informacji w zakresie potrzeb zarówno dla edukacji jak i pracodawców. Zwiększenie wiedzy o potrzebach kwalifikacyjno-zawodowych. Ideą networkingu⁸ jest stworzenie sieci trwałych kontaktów biznesowych wymagających długotrwałych relacji opartych na obustronnych korzyściach, co sprzyja efektywnej wymianie informacji oraz poprawia atmosferę w biznesie. Networking polega na szukaniu i przede wszystkim utrzymywaniu kontaktów z ludźmi – głównie przedsiębiorcami lub ludźmi z podobnej branży. Działanie platformy wpisuje się także w ideę nauki przez całe życie. Skierowana jest przede wszystkim do tych osób, które nie uczestniczą już w ustawicznym kształceniu zawodowym, a mają potrzebę samodoskonalenia się i poznawania nowych zagadnień niezbędnych do efektywnej działalności w branży. Doskonalenie umiejętności po zakończeniu wcześniejszej edukacji w istotny sposób ułatwia przetrwanie w erze zawirowań gospodarczych i przełomów technologicznych. U podstaw działania platformy leży chęć integracji środowisk z przemysłu mody. Celem działania platformy jest stworzenie kanału opierającego się na otwartym dostępie do informacji i umożliwiającego jak najliczniejszej grupie podmiotów wzajemne kontakty poprzez wymianę doświadczeń, opinii, wątpliwości i wniosków płynących z własnych działań. Platforma może ułatwić rozwój zawodowy pracowników, a także rozwój całego przedsiębiorstwa poprzez łatwiejszy dostęp do klientów i kontrahentów, dostęp do specjalistycznej wiedzy o branży. Jej celem są także aktywne działania komunikacyjne.

Rekomenduje się:

Stworzenie platformy networkingowej łączącej podmioty z przemysłu mody, ze szczególnym uwzględnieniem :

- pracowników i kierowników firm z przemysłu mody (odzieżowe, obuwnicze, kaletnicze i inne),
- instytucje edukacyjne (szkoły branżowe, uczelnie),
- kontrahentów i klientów,
- uczniów i studentów kierunków bezpośrednio związanych z przemysłem mody będących potencjalnymi pracownikami sektora (m.in. włókiennik, obuwnik, kaletnik, konfeksjoner odzieży),

⁸ Czytaj więcej: <https://faktoria.pl/porada/skuteczny-networking-w-budowaniu-relacji-biznesowych>

- uczniów i studentów kierunków pokrewnych (np. wzornictwo przemysłowe, fotografia, reklama i marketing, stylistyka itp.).

W ostatnim czasie naprzeciw trudnej sytuacji w sektorze mody powstaje wiele innowacji w przestrzeni internetowej. Wiele firm przenosi ciężar swojej działalności do sieci.

To chociażby streaming, to materiały wideo, na których firmy prezentują kolory, fasony ubrań czy proces pakowania produktów. Streamingi realizuje już kilka tysięcy sprzedawców Taobao. To forma zakupów w sklepach stacjonarnych, która daje klientom możliwość bezpośredniego kontaktu ze sprzedawcą czy dokładnego przyjrzenia się odzieży „na żywo”.

Kolejnym innowacyjnym pomysłem jest wprowadzenie obsługi klienta w postaci wideo-czatu oraz społeczne zakupy. To internetowe nabywanie produktów połączone z kontaktowaniem się, udzielaniem porad czy rekomendacji w ramach sieci znajomych lub konsumentów. Społeczne zakupy są definiowane także jako proces zakupu z wykorzystaniem recenzji i rekomendacji pochodzących z mediów społecznościowych.

Duży wpływ na widoczność marek odzieżowych w sieci mają virale internetowe. To trend wykorzystywania przez marki zjawiska retro oraz nostalgii konsumentów. Kolejnym z wiodących w ostatnim czasie trendów jest wykorzystywanie gwiazd K-popu, zarówno przez luksusowe, jak też streetwearowe i sportowe marki. Ogromną popularność w sieci zyskują wirtualni influencerzy i cyfrowa odzież.

Rekomenduje się tworzenie i wprowadzanie w proces kształcenia proponowanych innowacji, które już funkcjonują w mediach społecznościowych, aktualizować opisy stanowisk pracy, które mogą stanowić podstawę do doprecyzowania i formułowania profili kompetencji zawodowych absolwentów oraz pracowników.

Tym samym w opisie stanowisk pracy zmienia się dane zadanie zawodowe. (Np. dochodzi nowe zadanie, zmienia się wykaz efektów lub ze względu na dezaktualizację lub niestosowanie zostaje dane zadanie zawodowe usunięte z opisu).

Opracowane opisy stanowisk pracy powinny stanowić ważną informację w zakresie opracowywania w przyszłości kwalifikacji rynkowych rekomendowanych przez branżę, które będą włączane do ZRK pod kątem np. wyposażenia niezbędnego do realizacji procesu szkolenia jak również w zakresie miejsc i wyposażenia niezbędnego do ich walidacji.

6.4 Sektor przemysłu mody jako atrakcyjne miejsce pracy.

Branża przemysłu mody aby sprostać wyzwaniom, jakie stawia rynek, potrzebuje wykwalifikowanych kadr. Niezbędne, a zarazem konieczne jest zachęcenie osób do podejmowania pracy w sektorze. Odnosi się to zarówno do osób młodych, stających przed wyborem dalszej ścieżki edukacyjno-zawodowej, jak i pracowników posiadających

doświadczenie na rynku pracy i chcących przekwalifikować się. Wszystkie działania rekomendowane w tym obszarze dotyczą budowania pozytywnego wizerunku branży, zachęcania do odkrywania swoich zainteresowań i talentów oraz szeroko pojętego promowania kształcenia branżowego na wszystkich poziomach edukacji.

Dużym wyzwaniem w najbliższych latach będzie transformacja gospodarki i związane z nią nowe potrzeby rynku pracy, na które szkoły będą musiały odpowiedzieć. Jedną z tych odpowiedzi zapewne będą kwalifikacje rynkowe, które staną się dodatkową szasną dla uczniów i absolwentów szkół branżowych. Kwalifikacje rynkowe powstają i funkcjonują na wolnym rynku kwalifikacji, które tworzone są na potrzeby środowisk na podstawie zgromadzonych przez nie doświadczeń. Kwalifikacje rynkowe to kwalifikacje wypracowane przez różne środowiska (organizacje społeczne, zrzeszenia, korporacje lub inne podmioty) na podstawie zgromadzonych przez nie doświadczeń. Wyraz rynkowe oznacza w tym przypadku, że kwalifikacje te powstały i funkcjonują na „wolnym rynku” kwalifikacji. Pracodawcy opisując kwalifikacje i włączając je do ZSK wskazują tym samym zapotrzebowanie na pracowników posiadających określone zestawy kompetencji. W ten sposób kwalifikacje branżowe funkcjonujące w ZSK są informacją zarówno dla osób zainteresowanych pracą w sektorze, jak i instytucji szkoleniowych.

6.5 Współpraca z uczelniami

Szkolnictwu zawodowemu stawia się wymagania przygotowania absolwentów zgodnie z potrzebami rynku. Jednym z rozwiązań, które przynosi wymierne efekty w nauczaniu jest wykorzystanie dobrych europejskich praktyk we współpracy szkół z uczelniami. Taka aktywności edukacyjna zmierza do podnoszenia kwalifikacji i kompetencji dostosowanych do indywidualnych potrzeb ucznia, jednocześnie wzbogaca wiedzę, pozwala na zaplanowanie dalszej ścieżki edukacyjnej uczniów i spełnianie marzeń i aspiracji w przyszłości.

Absolwent powinien posiadać wiedzę i umiejętności dające mu pewność swoich kwalifikacji. Aby zapewnić wysoką jakość kształcenia, niezbędne jest przekazywanie merytorycznej wiedzy oraz możliwości rozwoju zawodowego w przyszłości. Współpraca szkół ponadpodstawowych z uczelniami wyższymi w wielu przypadkach pomaga młodemu człowiekowi nie tylko poznać strukturę uczelni, ale także warunki nauki i możliwości przygotowania zawodowego do pracy w zawodzie co bardzo często jest elementem decyzji o kontynuacji nauki na studiach wyższych

Efektami współpracy szkół z uczelniami to nabycie niejednokrotnie nowych umiejętności i wiadomości, przygotowanie praktyczne kadr do zawodu lub kontynuacji nauki na studiach, wyrównanie szans edukacyjnych młodzieży zamieszkującej małe miejscowości.

6.6 Zawody przyszłości w sektorze mody

Powstawanie nowych profesji i popyt na określonych specjalistów determinuje przede wszystkim czynnik społeczny. To właśnie za sprawą potrzeb współczesnych konsumentów rynek zawodów ulega dynamicznym przekształceniom. Nie inaczej jest w branży mody zmienia się zarówno charakter, jak i postrzeganie jej, dlatego niezbędni są wyspecjalizowani fachowcy zajmujący się jej szczegółowymi zagadnieniami. Na które zawody warto zwrócić uwagę?

Trendwatcher

Prognozowanie trendów, stałe monitorowanie rynku fashion, poszukiwanie inspiracji – brzmi ciekawie? Te zadania stanowią sporą część codziennych obowiązków trendwatchera. Osoby aspirujące do zawodu specjalisty zajmującego się śledzeniem modowych tendencji powinna wyróżniać nie tylko świetna intuicja, ale również zdolność wychwytywania nowinek i umiejętność doskonałej selekcji informacji. W świecie mody istotną rolę odgrywają tworzone przez nich trendbooki, z których korzystać mogą chociażby projektanci. Opracowane przez trendwatcherów albumy zawierają m.in. zestawienia kolorystyczne, rodzaje i cechy materiałów oraz kroje. Oprócz typowo modowych inspiracji w książkach znaleźć można również wskazówki socjologiczne, na podstawie których możliwe jest opracowanie precyzyjnej strategii dotarcia do klienta i zainteresowania go produktem. Niezwykle ważna w tym zawodzie jest też analiza środowiska – na zachowanie i gust konsumentów wpływają różne tendencje i wydarzenia, dlatego trendwatcher musi patrzeć na trendy wieloaspektowo.

Visual merchandiser

Visual merchandiser zajmuje się kluczowymi dla współczesnej mody sprawami: urządzeniem sklepów oraz ich witryn, eksponowaniem produktów czy aranżacją, która będzie przyciągać klientów. Bez tych kwestii niemożliwe jest funkcjonowanie nowoczesnego rynku mody. Dlatego VM to dziś jedna z najbardziej dynamicznie rozwijających się branż, w której można zrobić międzynarodową karierę. Visual merchandiser jest osobą kreatywną, często wchodzi w rolę artysty oraz posiada też wiedzę na temat podstaw psychologii klienta, sprzedaży oraz założeń VM-u, które stanowią podstawę tego zawodu”. Wielowątkowość tego zawodu wymaga rozwoju w różnych dziedzinach, a także wielu zainteresowań z zakresu mody, sztuki, filmu, aktualnych wydarzeń, rozwoju największych marek na świecie. Każdy visual merchandiser powinien mieć także mocne zaplecze w postaci umiejętności graficznych. W pracy w branży modowej dodatkowym atutem będzie także świetne wyczucie mody i stylu, a także posiadanie wiedzy z zakresu stylizacji – znajomość krojów, fasonów, podstaw dress code’u czy teorii barw. VM to połączenie artysty i rzemieślnika. Polski rynek VM robi duże postępy – stąd ogromne zapotrzebowanie na dobrze wykształconych specjalistów w tej dziedzinie. „Większe marki, posiadające mocno rozbudowaną sieć przywiązują coraz większą

wagę do wyglądu swoich sklepów, zarówno od strony projektowej, jak i samej ekspozycji kolekcji. Doceniają także rolę wyspecjalizowanych, profesjonalnych visual merchandiserów.

Specjalista IT

Wbrew pozorom, specjaliści IT odgrywają w sektorze modowym niezwykle ważną rolę. Dzieje się tak ze względu na jej intensywny rozwój, ekspansję na zagraniczne rynki, a także działania z zakresu e-commerce. Do ich obowiązków należą najczęściej: administrowanie lokalną siecią komputerową polegające na jej stałej aktualizacji, opieka nad sprzętem i oprogramowaniem antywirusowym oraz zarządzanie uprawnieniami użytkowników. Istotne jest także ciągłe wsparcie informatyczne osób zatrudnionych w firmie. Ze względu na specyfikę tego rodzaju przedsiębiorstw, oprócz umiejętności takich jak znajomość branżowych zagadnień (sieci VPN, systemy operacyjne) wymagane są rozwinięte kompetencje miękkie i znajomość języków obcych. Osoby zainteresowane pracą w charakterze specjalistów ds. IT mogą próbować swoich sił w dużych przedsiębiorstwach odzieżowych i rozpocząć pracę w firmach związanych bezpośrednio z branżą modową.

Projektant mody

Jeśli twoją pasją jest moda, masz wyobraźnię i potrafisz rysować, możesz zostać projektantką mody.

Choć dzięki szkole odzieżowej zdobędziesz wiedzę z zakresu tworzenia szkiców ubrań, doboru tkanin, kolorystyki i produkcji. Jako projektant mody możesz zatrudnić się w firmie odzieżowej lub prowadzić własną działalność gospodarczą. Projektant, która zdecyduje się na samodzielną pracę, powinien orientować się w zasadach marketingu, reklamy i PR, bo w takim przypadku jest nie tylko twórcą, ale również menedżerem swojej marki.

Stylista

Jeżeli kochasz modę i chciałbyś doradzać innym, jak się ubierać, zostań stylistą. Ukończenie szkoły odzieżowej i kursów stylizacji będą bardzo pomocne. Trzeba znać się na najnowszych trendach, śledzić nowinki modowe, umieć dobierać kolory i wzory. Na rynku wyróżnia się stylistów osobistych, których praca polega na analizowaniu zawartości szafy klienta, poznaniu jego preferencji, ustaleniu szczegółowego planu działania, a następnie wspólnie z klientem komponować zestawy na różne okazje. Drugim typem stylistów są osoby pracujące w redakcjach czasopism, studiach fotograficznych i na planach filmowych.

Stylista online

Zmiany we współczesnym społeczeństwie i dynamiczny tryb życia wymuszają przeobrażenia w branży fashion, która staje się bardziej elastyczna i dopasowana do potrzeb konsumentów. Jednym z „tradycyjnych” zawodów, które przeszły sporą przemianę, jest stylistka. W ostatnim czasie coraz popularniejsze stają się usługi tych specjalistów w internecie. Osoby zajmujące się kreowaniem wizerunku pomagają klientom za pośrednictwem programów i aplikacji

umożliwiających przeprowadzenie rozmowy z funkcją wideo. Dzięki temu korzystający z pomocy ekspertów mogą sięgać po ich porady nie wychodząc z domu, oszczędzając tym samym czas i godząc konsultacje z codziennymi obowiązkami.

Modowy prawnik

Świat mody potrzebuje wielu specjalistów, którzy, tylko na pierwszy rzut oka, nie są z nim w żaden sposób związani. W branży fashion niezwykle istotne są aspekty prawne, dlatego zajmujący się tą dziedziną fachowcy odgrywają kluczową rolę. Co należy do wiodących zadań prawnika mody? Specjalizujący się w tej dziedzinie adwokaci zajmują się m.in. kwestiami związanymi z plagiatami czy prawem autorskim. Co więcej, ich pomoc jest nieoceniona podczas konstruowania umów w agencjach modeli i modelek oraz różnego rodzaju porozumień. Celem współpracy branży fashion z prawnikami jest więc przede wszystkim ochrona praw (modelek i modeli, klientów i projektantów), a także zapobieganie sporom i czuwanie nad prawidłowością dokumentacji. Są oni również potrzebni podczas rejestrowania znaku towarowego czy firmowego.

Specjalista ds. kolorów

Jedną z najbardziej interesujących profesji w branży fashion jest również specjalista ds. kolorów. Osoba zawodowo zajmująca się tematyką barw w modzie jest przede wszystkim odpowiedzialna za komponowanie i dobieranie kolorów pasujących do poszczególnych ubrań czy nawet całych kolekcji. Specjalistów czeka niełatwe zadanie – muszą oni bowiem dokładnie odwzorować ton, który klient miał na myśli i stworzyć kolor idealny. Specjalista ds. kolorów musi także czuwać nad finalną paletą kolorów kolekcji i ją zaakceptować, a następnie przekazać informację o akceptacji m.in. działom laboratoryjnym, zajmującym się mieszaniem i komponowaniem barw, a następnie barwieniem konkretnych tkanin. Osoby trudniące się dobieraniem barw z powodzeniem znajdują zatrudnienie w dużych przedsiębiorstwach i domach modowych czy studiach branży fashion.

Kostiumograf

Praca kostiumografa wymaga ogromnej kreatywności. Osoba wykonująca ten zawód dobiera stroje aktorów występujących w filmach czy sztukach teatralnych. Przy produkcjach historycznych niezbędna jest także znajomość realiów epoki, którą odzwierciedla się na scenie lub planie filmowym. Duże znaczenie mają także umiejętności plastyczne.

Sprzedawca

Ważną rolę w branży modowej odgrywają działy sprzedaży. Aby osiągać sukcesy handlowe, warto nie tylko doskonale orientować się świecie mody, ale również znać techniki sprzedażowe i posiadać określone cechy charakteru, np. nastawienie na cel, elastyczność oraz otwartość na potrzeby klienta.

Marketingowiec

Aby ubiegać się o pracę w dziale marketingu, warto ukończyć studia kierunkowe. Specjalista ds. marketingu opracowuje i realizuje strategię promocyjną – tak, aby produkty firmy zdobywały zainteresowanie klientów. Dzięki doświadczeniu i dobrym wynikom taka osoba może awansować np. na stanowisko kierownika działu.

PR-owiec

Specjalista ds. kreowania wizerunku firmy i kontaktu z mediami czuwa nad tym, by marka była korzystnie przedstawiana w prasie, telewizji i Internecie. Aby z powodzeniem zajmować się działaniami public relations, dobrze jest ukończyć studia na takich kierunkach jak np. komunikacja wizerunkowa lub dziennikarstwo i komunikacja społeczna.

Redaktor

Wiedza na temat branży modowej, lekkie pióro, doskonała polszczyzna oraz dziennikarska intuicja wystarczą, by zostać redaktorem i pisać artykuły dla pism modowych lub stron internetowych.

Fotograf

Osoba, która posiada zmysł artystyczny oraz umiejętności techniczne, może zająć się fotografią modową. W tym zawodzie niezbędne są także umiejętności interpersonalne oraz doświadczenie.

Projektant obuwia i akcesoriów

Projektant obuwia i akcesoriów to kluczowy zawód w biznesie luksusowej marki. Aby odnieść sukces jako profesjonalista w tej dziedzinie, niezbędne jest posiadanie wysokiego poziomu umiejętności technicznych i twórczych, a także gruntownej znajomości systemu mody oraz silnego wyczucia biznesu i innowacji. Projektant obuwia i akcesoriów wykorzystuje w pracy zawodowej swoje zdobyte umiejętności, wiedzę od badań trendów po grafikę, teorię kolorów po planowanie kolekcji, branding i wzornictwo, potrzebną do pracy w działach obuwia i akcesoriów firm modowych i luksusowych na całym świecie.

6.7 Język obcy w sektorze mody

Język specjalistyczny (fachowy) to szczególna postać języka ogólnonarodowego, przystosowana do możliwie precyzyjnego opisu określonej gałęzi wiedzy lub techniki. Musi on być istotnym elementem kształcenia zawodowego, ponieważ wymaga tego mobilność pracowników w krajach Unii Europejskiej oraz obecność obcojęzycznych firm na rynku polskimi i konieczność komunikowania się w języku angielskim, a także w innych językach w sytuacjach zawodowych .

Posługiwanie się językiem angielskim, niemieckim czy francuskim jest wymogiem, który można znaleźć w wielu ofertach pracy. Z danych serwisu Pracuj.pl wynika, że w ofertach

pracy coraz częściej pojawia się wymóg znajomości języka obcego. Posługując się biegle językami obcymi, możemy starać się o pracę w krajach, w których mediana zarobków jest wyższa niż w Polsce. Różnice dotyczące poziomu wynagrodzeń w poszczególnych państwach Europy są znaczne. Wynagrodzenie wyraźnie wzrasta w przypadku wysokiej sprawności językowej. Z danych Pracuj.pl wynika, że pracownicy biegle posługujący się językiem obcym mogą uzyskiwać nawet o 36% wyższe zarobki niż osoby ze słabą znajomością języka. Ponadto znajomość języków obcych zapewnia także atrakcyjniejsze możliwości rozwoju zawodowego i osobistego. Wiele kursów czy wykładów prowadzona jest wyłącznie w języku angielskim. Ta prawidłowość odnosi się także do literatury branżowej. Posługiwanie się angielszczyzną lub innym językiem obcym zapewnia dostęp do wiedzy, dzięki której możemy stawać się coraz lepszymi specjalistami w swojej dziedzinie.

Podsumowanie

W opracowaniu przedstawiono i opisano rekomendacje dla sektora przemysłu mody z podziałem na potrzeby sektora mody. Ponadto zweryfikowano aktualności sformułowanych uprzednio rekomendacji w zakresie min. kompetencji pracowników, kształcenia formalnego i edukacji poza formalnej jako interesującej formy zdobycia zawodu. Wskazane rekomendacje świadczą o tym, że sektor przemysłu mody daje obecnym i przyszłym pracownikom możliwości przekwalifikowania lub podnoszenia kompetencji zawodowych na różnym etapie swojego rozwoju zawodowego.