

OPRACOWANIE REKOMENDOWANYCH NOWYCH KWALIFIKACJI RYNKOWYCH ZGODNYCH Z OCZEKIWANIEM PRACODAWCÓW WOBEC KONIECZNOŚCI STOSOWANIA CYRKULAR ECONOMY I E-COMMERCE

SEKTOROWA RADA DS. KOMPETECJI

MODA I INNOWACYJNE TEKSTYLIA

WPROWADZENIE

Na podstawie analizy wypowiedzi pracodawców i pracowników branży mody i innowacyjnych tekstyliów, analizy zawartości pism branżowych drukowanych i internetowych, a także własnych doświadczeń wynikających z wieloletniej obserwacji funkcjonowania branży, Rada zbadała zapotrzebowanie branży na konkretne kwalifikacje związane z prowadzeniem procesu produkcji. Wyniki badań pokazały obszary deficytów w zakresie kwalifikacji osób zaangażowanych w procesy produkcji mody jak i tekstyliów. Dotyczą one zarówno wiedzy branżowej, umiejętności oraz kompetencji społecznych. Kolejnym bardzo istotnym aspektem jest fakt w którym kierunku branża podąża i jakie musi spełnić warunki aby mogła dalej istnieć i rozwijać się. Pierwszym bardzo istotnym aspektem jest Stworzenie bardziej ekologicznego i konkurencyjnego sektora tekstylnego Strategia UE na rzecz zrównoważonych tekstyliów o obiegu zamkniętym dotyczy produkcji i konsumpcji tekstyliów. Wdraża ona zobowiązania Europejskiego Zielonego Ładu, planu działania dotyczącego gospodarki o obiegu zamkniętym i europejskiej strategii przemysłowej. Tekstyli są tkaniną codziennego życia - w ubraniach i meblach, sprzęcie medycznym i ochronnym, budynkach i pojazdach oraz obuwiu. Potrzebne są jednak pilne działania, ponieważ ich wpływ na środowisko stale rośnie. Konsumpcja tekstyliów w UE ma średnio czwarty największy wpływ na środowisko i zmiany klimatu, po żywności, mieszkalnictwie i mobilności. Jest to również trzeci obszar konsumpcji pod względem zużycia wody i gruntów oraz piąty pod względem zużycia surowców pierwotnych i emisji gazów cieplarnianych. Strategia obejmuje cały cykl życia produktów tekstylnych i proponuje skoordynowane działania mające na celu zmianę sposobu produkcji i konsumpcji tekstyliów. Według komisji europejskiej jest 5 milionów ton odzieży wyrzucanej każdego roku w UE - około 12 kg na osobę a tylko 1% materiałów z odzieży jest poddawanych recyklingowi w celu wytworzenia nowej odzieży. Strategia ma na celu stworzenie bardziej ekologicznego i konkurencyjnego sektora, który będzie bardziej odporny na globalne wstrząsy. Wizja Komisji na 2030 r. dotycząca wyrobów włókienniczych zakłada, że wszystkie wyroby włókiennicze wprowadzane na rynek UE będą trwałe, nadające się do naprawy i recyklingu, w dużej mierze wykonane z włókien pochodzących z recyklingu, wolne od substancji niebezpiecznych,

¹ Środki, którymi PARP dysponuje na wdrażanie rekomendacji, niejednokrotnie są niewystarczające, żeby zaspokoić zapotrzebowanie na kompetencje w sektorze. Dlatego też, rekomendacja ma być **drogowskazem** dla innych instytucji przy podejmowaniu planów związanych z finansowaniem edukacji. W związku z powyższym, rekomendacja nie powinna ograniczać się tylko do perspektywy finansowej, którą dysponuje PARP, ale obejmować całe, identyfikowane przez sektor zapotrzebowanie.

produkowane z poszanowaniem praw socjalnych i środowiska naturalnego "szybka moda wychodzi z mody", a konsumenci dłużej korzystają z wysokiej jakości niedrogich tekstyliów opłacalne usługi ponownego użycia i naprawy są szeroko dostępne. Sektor tekstylny jest konkurencyjny, odporny i innowacyjny, a producenci biorą odpowiedzialność za swoje produkty w całym łańcuchu wartości, z wystarczającymi możliwościami recyklingu i minimalnym spalaniem i składowaniem odpadów. Strategia określa zestaw działań wybiegających w przyszłość. Komisja - Ustanowi wymagania projektowe dla tekstyliów, aby były one trwalsze, łatwiejsze do naprawy i recyklingu, a także wymagania dotyczące minimalnej zawartości materiałów pochodzących z recyklingu. wprowadzi bardziej przejrzyste informacje i cyfrowy paszport produktu odwrócenie tendencji do nadprodukcji i nadmiernej konsumpcji oraz zniechęcanie do niszczenia niesprzedanych lub zwróconych tekstyliów. Rozwiązanie problemu niezamierzonego uwalniania mikro drobin plastiku z tekstyliów syntetycznych. Walka z "zielonym praniem" w celu wzmocnienia pozycji konsumentów i podniesienia świadomości na temat zrównoważonej mody. Wprowadzenie obowiązkowych i zharmonizowanych zasad rozszerzonej odpowiedzialności producenta dla tekstyliów we wszystkich państwach członkowskich i zachęcanie producentów do projektowania produktów, które są bardziej zrównoważone. Ograniczenie eksportu odpadów tekstylnych i promowanie zrównoważonych tekstyliów na całym świecie. Zachęcanie do stosowania modeli biznesowych o obiegu zamkniętym, w tym sektorów ponownego użycia i napraw. Zachęcanie firm i państw członkowskich do wspierania celów strategii. 6 czerwca 2023 r. Komisja Europejska publikuje ścieżkę transformacji dla ekosystemu wyrobów włókienniczych, współtworzoną przez Komisję i odpowiednie podmioty w sektorze. https://single-market-economy.ec.europa.eu/sectors/textiles-ecosystem/textiles-transition-pathway_en tutaj znajdziemy treść źródłową która mówi „Zaktualizowana strategia przemysłowa UE podkreśla potrzebę przyspieszenia ekologicznej i cyfrowej transformacji przemysłu UE i jego ekosystemów. W tym celu proponuje współpracę między przemysłem, władzami publicznymi, partnerami społecznymi i innymi zainteresowanymi stronami.” W Polsce pojawiają się coraz częściej różnego rodzaju misje min.: Misją projektu RE-start FASHION jest wyzwolenie potencjału branży odzieżowej i obuwniczej w zakresie realizowania celów zrównoważonego rozwoju i uczynienia z niej pioniera w systemowym rozwijaniu odpowiedzialności w polskiej gospodarce. Tak jak już mieliśmy okazję poznać wiele projektów ważną kwestią jest współpraca pomiędzy władzami, przedsiębiorcami oraz konsumentami. Musimy obrać jasny i przede wszystkim wspólny cel realizacji założeń. W tym celu Rada rekomenduje podniesienie kwalifikacji Przedsiębiorcą, kadrze zarządzającej oraz pracownikom biorącym udział w procesie zmiany sposobu produkcji na rekomendowany GOZ. Kolejnym aspektem istotnym aby przedsiębiorstwa mogły przejść transformację GOZ i stać się bardziej rozpoznawalnym i skalowalnym przedsiębiorstwem jest e-commerce. Globalny rynek modowego handlu elektronicznego wzrósł z 744,4 mld USD w 2022 r. do 821,19 mld USD w 2023 r. przy złożonej rocznej stopie wzrostu (CAGR) na poziomie 10,3%. Wojna rosyjsko-ukraińska zakłóciła szanse na globalne ożywienie gospodarcze po pandemii COVID-19, przynajmniej w perspektywie krótkoterminowej. Wojna między tymi dwoma krajami doprowadziła do nałożenia sankcji gospodarczych na wiele krajów, wzrostu cen towarów i zakłóceń w łańcuchu dostaw, powodując inflację towarów i usług na wielu rynkach na całym świecie. Oczekuje się, że rynek modowego handlu elektronicznego wzrośnie do 1 222,32 mld USD w 2027 r. przy CAGR na poziomie 10,5%. Rynek modowego handlu elektronicznego obejmuje przychody uzyskiwane przez podmioty za pośrednictwem kilku platform internetowych i narzędzi do handlu produktami modowymi. Wartość rynku obejmuje wartość powiązanych towarów sprzedawanych przez usługodawcę lub zawartych w ofercie usług. Uwzględniane są tylko towary i usługi będące przedmiotem handlu między podmiotami lub sprzedawane konsumentom końcowym. Handel elektroniczny modą to kupowanie i sprzedawanie odzieży i akcesoriów online. Towary modowe obejmują akcesoria modowe, ubrania, buty, torby, biżuterię, kosmetyki i inne towary luksusowe. Azja i Pacyfik były największym regionem na rynku modowego e-commerce w 2021 roku. Europa Zachodnia była drugim co do wielkości regionem na rynku modowego handlu elektronicznego. Regiony uwzględnione w raporcie dotyczącym rynku modowego e-commerce to Azja i Pacyfik, Europa Zachodnia, Europa Wschodnia, Ameryka Północna, Ameryka Południowa, Bliski Wschód i Afryka.

Głównymi produktami modowego handlu elektronicznego są odzież i ubrania, akcesoria, obuwie, kosmetyki i inne produkty. Akcesoria odnoszą się do elementów wyposażenia, które zwykle nie są niezbędne, ale są używane z czymś innym lub dodawane do czegoś innego, aby uczynić je bardziej wydajnymi, użytecznymi lub dekoracyjnymi. Różne typy modeli to business to business (B2B) i business to consumer (B2C). Różni użytkownicy końcowi to mężczyźni, kobiety i dzieci. Oczekuje się, że rosnące wykorzystanie Internetu i smartfonów przyczyni się do rozwoju branży modowego handlu elektronicznego. Według Data Reportal liczba użytkowników smartfonów w 2020 roku osiągnęła 5,22 miliarda, co stanowiło około 66% światowej populacji. Doprowadziło to również do wzrostu liczby kupujących online. Oczekuje się, że ten scenariusz zwiększy popyt na modę i inne rynki handlu elektronicznego, generując wyższe przychody dla branży mody online w nadchodzących latach. Przewiduje się, że przepisy dotyczące zawartości stron internetowych i bezpieczeństwa informacji konsumenckich ograniczą wzrost rynku. Zasady i regulacje dla firm dotyczące zawartości strony internetowej utrudniają graczom zarządzanie ich działalnością. Głównym problemem jest nakaz używania lokalnych języków na swoich stronach internetowych, ponieważ w krajach, w których obowiązuje więcej niż jeden lokalny język urzędowy, powoduje to wyższe koszty dla firm zajmujących się sprzedażą detaliczną online. Przewiduje się, że scenariusz ten będzie działał ograniczająco na rynek modowego handlu elektronicznego. Osłabienie zaufania i lojalności wobec marki oraz wysokie stopy zwrotu to kolejne główne obawy związane z rozwojem rynku e-commerce w branży modowej. Spadek lojalności wobec marki może być spowodowany kilkoma czynnikami, w tym jakością produktu, brakiem opcji wyboru lub lepszymi cenami w innych miejscach. To z kolei jest przyczyną wysokiego wskaźnika zwrotów. Innowacje technologiczne są wiodącym trendem w branży modowego e-commerce. Firmy działające na tym rynku wdrażają nowe technologie, takie jak sztuczna inteligencja (AI), skanery kodów kreskowych, stroje wirtualnej rzeczywistości i narzędzia do automatyzacji handlu elektronicznego, które oferują wysoce spersonalizowane i odpowiednie doświadczenia konsumenckie. Ponadto wiele firm modowych uruchamia nowe aplikacje do sprzedaży swoich produktów online, aby dotrzeć do dużej bazy konsumentów. Na przykład w kwietniu 2022 r. The Folklore Group, nowojorski startup e-commerce z siedzibą w Nowym Jorku, uruchomił "The Folklore Connect". Nowa oferta to moda platforma hurtowa B2B, która łączy marki na rynkach wschodzących z hurtowymi detalistami w Ameryce Północnej i Europie. W październiku 2022 r. V-mart, sieć detaliczna z siedzibą w Bombaju, przejęła Lime Road za nieujawnioną kwotę. Przejęcie połączyłoby doświadczenie obu firm i dostarczyłoby konsumentom modną ofertę modową. Lime Road to internetowy rynek mody z siedzibą w Delhi. Kraje objęte modowym rynkiem e-commerce to Australia, Brazylia, Chiny, Francja, Niemcy, Indie, Indonezja, Japonia, Rosja, Korea Południowa, Wielka Brytania i USA. Wartość rynkowa jest definiowana jako przychody, które przedsiębiorstwa uzyskują z towarów i/lub usług sprzedawanych na określonym rynku i w określonej lokalizacji geograficznej poprzez sprzedaż, dotacje lub darowizny w walucie (w USD (\$), chyba że określono inaczej). Przychody dla określonej lokalizacji geograficznej są wartościami konsumpcji - to znaczy, że są to przychody generowane przez organizacje w określonej lokalizacji geograficznej na określonym rynku, niezależnie od tego, gdzie są produkowane. Nie obejmują one przychodów z odsprzedaży ani w dalszej części łańcucha dostaw, ani jako część innych produktów. Raport z badania rynku modowego e-commerce jest jednym z serii nowych raportów, które dostarczają statystyki rynku modowego e-commerce, w tym wielkość globalnego rynku branży modowego e-commerce, udziały regionalne, konkurentów z udziałem w rynku modowego e-commerce, szczegółowe segmenty rynku modowego e-commerce, trendy i możliwości rynkowe oraz wszelkie inne dane, które mogą być potrzebne do rozwoju w branży modowego e-commerce. Ten raport z badania rynku e-commerce w branży modowej zapewnia pełną perspektywę wszystkiego, czego potrzebujemy, wraz z dogłębną analizą obecnego i przyszłego scenariusza branży. Głównymi graczami na rynku modowego e-commerce są Amazon, Flipkart, Alibaba, Snapdeal, eBay, Myntra, ShoClues, AliExpress, HomeShop18 i Jabong. Którzy gwarantują, że produkt zostanie dostarczony w ciągu 1-3 dni roboczych. W związku z powyższym wszystkie kwalifikacje z branży mody i innowacyjnych tekstyliów powinny odnosić się do kompetencji zawodowych i społecznych umożliwiających funkcjonowanie w wyżej opisanych wymogach dotyczących branży oraz warunkach obecnych jakie są w pracy. Poniżej przedstawiono uzasadnienie potrzeby rozwoju kwalifikacji w poszczególnych obszarach działalności przedsiębiorstw z Sektora:

Upcykling odzieży dla klienta indywidualnego

Nie da się nie zauważyć, że głównym założeniem upcyklingu jest dewiza „zrób to sam” – bez konieczności wykorzystywania specjalistycznego sprzętu. Oczywiście możemy poddać upcyklingowi odzież samodzielnie w domu, ale możemy powierzyć to także firmie, dzięki czemu w krótkim czasie uzyskamy coś oryginalnego i wyjątkowego. W profesjonalny sposób poddamy upcyklingowi nie tylko ubrania, ale również torby, buty, ręczniki i pościel. Żadna plama, żaden defekt czy sprany kolor nie będzie już problemem – odzież i tekstylia naprawdę mogą zyskać nowe życie. Celem jest nie tylko pomoc w odświeżeniu odzieży, która już zalega w szafie lub której z sentymentu czy poczucia obowiązku wobec planety nie chcemy się pozbywać i dokładać w ten sposób cegiełki do globalnej produkcji śmieci, ale także tworzenie odzieży, która nadaje się do upcyklingu. Upcykling to nowy trend dla nowopowstałych lub już istniejących mikro i małych firm stanowiących ok 73% udziału w runku branży mody. Każdy młody przedsiębiorca chce wejść do rynku z nowymi świeżymi pomysłami ale z zachowaniem trendów podążających. Obecnie dużo jest mowy o jakości odzieży, dawaniu drugiego życia jak i personalizowaniu odzieży aby nie wychodziła dłużej z mody. Te wszystkie aspekty młodzi przedsiębiorcy mogą zawrzeć w upcyklingu. Możemy również dodać, że zachowują również usługi z zachowaniem obiegu zamkniętego ponieważ każdy detal używanej odzieży można wykorzystać jak nie do tej samej odzieży to innej. W tym celu rada rekomenduje podniesienie kompetencji właścicielom oraz pracownikom, którzy chcą takie umiejętności nabyć. W obecnym szkolnictwie zawodowym znajduje się część poświęcona na poprawki krawieckie jednak upcykling ma również znamiona projektowania oraz dopasowania do oczekiwań klienta co stanowi odrębną część edukacji. Osoby te nabeżdą kompetencje podstaw upcyklingu odzieży, stosowania kreatywnego podejścia do projektowania odzieży, wykorzystywania technik upcyklingu odzieży, projektowania indywidualnych ubrań, wdrażania etyki i zrównoważonego upcyklingu, stosowania komercjalizacji upcyklingu odzieży, wykorzystywania praktycznych aspektów działalności upcyklingowej, analizowania perspektyw rozwoju i przyszłości upcyklingu w branży mody, współpracy z klientem na każdym etapie pracy.

ZARZĄDZANIE PROCESEM PRODUKCJI

Argumentem potwierdzającym zapotrzebowanie Sektora w obszarze kwalifikacji “Zarządzanie procesem przemysłowej produkcji odzieży z dzianin” są szacunki mówiące o tym, że więcej niż połowa szwalni w Polsce specjalizuje się w produkcji odzieży z dzianin, a obecnie aktywni zawodowo technolodzy produkcji odzieży z dzianin rekrutują się z doświadczonych pracowników firm. Liczba technologów jest coraz mniejsza, ponieważ kurczą się zasoby doświadczonych pracowników szwalni w Polsce. Problemem jest również brak aktualizowania wiedzy pracowników kadr, ponieważ pojawiają się rewolucyjne i nowe technologie i maszyny, a osoby intensywnie pracujące nie mają czasu na doszkalanie się, wyjazd na targi lub nie są w stanie zmienić swoich nawyków zawodowych. Pracodawcy deklarują chęć zatrudnienia osoby rozumiejącej i potrafiącej sprawnie prowadzić proces technologiczny, wskazując jednocześnie na duży brak osób o takich umiejętnościach. Zawód technik przemysłu mody, nauczany w systemie szkolnictwa zawodowego, jak również zawód krawiec w rzemiośle, czy obuwnik nie są zawodami wyspecjalizowanymi w technologii produkcji odzieży z dzianin, czy obuwiu, ponieważ podstawa programowa skupia się na ogólnych procesach produkcji i nie kładzie nacisku na szczegółową znajomość zagadnień charakterystycznych dla produkcji odzieży z dzianin (specyficzny park maszynowy, metody konstrukcji i technologii szycia dopasowane ściśle do obróbki dzianin) czy produkcji obuwiu. Nauczanie w zawodzie technik przemysłu mody obejmuje zagadnienia, które nie są potrzebne w pracy technologowi odzieży z dzianin (np. konstrukcja i szczegółowe modelowanie, materiałoznawstwo dotyczące tkanin a nie dzianin, techniki szycia dostosowane do tkanin a nie dzianin). Warto podkreślić, że pracodawcy nie mają możliwości samodzielnego doszkalania swoich pracowników w zakresie realizacji procesów produkcji odzieży z dzianin, czy produkcji obuwiu w pełnym zakresie. Takie działania wiązałyby się bowiem, z koniecznością „blokowania” produkcji na czas szkolenia, na co, ze względu na dużą konkurencję na rynku nie mogą sobie pozwolić. Pracownicy uczą się więc często samodzielnie, w toku

pracy, korzystając ze wsparcia bardziej doświadczonych kolegów. Co więcej, edukacja z zewnątrz jest o tyle istotna i potrzebna, gdyż pozwala na naukę i wdrażanie nowych, bardziej innowacyjnych rozwiązań w organizacjach.

Moda ekologiczna - produkcja z zachowaniem obiegu zamkniętego

Zgodnie ze strategią UE dotyczącą zachowania obiegu zamkniętego przed przedsiębiorstwami jak i ich pracownikami pojawia się poważne wyzwanie dotyczące zmian postrzegania przedsiębiorstwa jakie teraz jest a jakie powinno być. Przedsiębiorcy dotychczas biegli w nurcie mody „fast fashion” jeszcze nie skończyli jednej kolekcji a zaczęli drugą. Pojawiały się liczne błędy wykonywane w pośpiechu bez możliwości akceptacji wzorów ostatecznych. Często materiały do wykonywania danych wyrobów były na tyle delikatne że podczas wykonywania łączenia elementów pojawiały się uszkodzenia mechaniczne, co niestety skutkowało nadmierną ilością odpadów. Na szczęście polscy przedsiębiorcy mierzą siły na zamiary i widzą, że nie przybywa im znacząco nowych pracowników a też walka z ceną na rynku przy wzroście cen również dobiega końca. Przedsiębiorcy jasno wskazują, że potrzebują radykalnych zmian w sektorze ponieważ koszty i minimalna marża zaczyna im się zrównywać a co za tym idzie znikają nasze przedsiębiorstwa z miesiąca na miesiąc. Każda innowacyjna zmiana związana z oszczędnością czasu pracy, większą świadomością doboru materiałów do produkcji również z recyklingu oraz dobrze wykonana ponadczasowa konstrukcja poprzez innowacyjne programy niegdyś przyczyniały się do szybkich zmian kolekcji a teraz do oszczędności i usprawniania pracy przedsiębiorstw. Zastosowanie technik zarządzania czasem oraz minimalizowaniem odpadów na poszczególnych stanowiskach i stanie się bardziej eco to must have naszej branży. Wprowadzenie dodatkowych usług aby wyjść naprzeciw klientowi tak aby stał się naszym stałym klientem jest też jednym z rozwiązań, które wykazują przedsiębiorcy lecz potrzebują do tego odpowiednich kompetencji aby je wdrożyć. W tym celu rada rekomenduje podniesienie kompetencji właścicielom, kadrze kierowniczej oraz pracownikom ściśle z tymi zmianami związanymi. Osoby te nabędą kompetencje zasad etycznej produkcji, dobierania odpowiednich zrównoważonych materiałów, stosowania zasad ponadczasowej konstrukcji oraz układu rozkroju, zarządzania stanowiskiem pod kątem ergonomii pracy oraz optymalizacji czasu pracy przeznaczonego na poszczególne operacje, minimalizowania zużycia zasobów, stosowania oznaczeń świadomej konsumpcji, współpracy z kadrą zaangażowaną w proces produkcji a także inne procesy organizacyjne.

WYTWARZANIE OBUWIA I ODZIEŻY MIAROWEJ DAMSKIEJ

Kolejnym problemem jest to, iż ok. 60% osób obecnie funkcjonujących na rynku nie posiada formalnego wykształcenia, przygotowania ani ugruntowanych umiejętności, do właściwego rozpoznawania potrzeb klienta i możliwości ich zrealizowania. Zdobycie kwalifikacji “Wytwarzanie odzieży miarowej damskiej” oraz wytwarzanie obuwia miarowego daje tym osobom możliwość precyzyjnego określenia i potwierdzenia własnych umiejętności. Ponadto zapoznanie się z wymaganiami określonymi dla opisywanej kwalifikacji stanowić będzie wskazówkę dla osób chcących rozpoznać poziom swoich umiejętności oraz rozpoczynających proces ich podnoszenia. Zmienił się charakter zapotrzebowania na usługi krawieckie miarowe. Z usług krawieckich korzystają osoby o nietypowych wymiarach oraz te, które ze względu na rodzaj pracy, muszą ubierać się w sposób podkreślający prestiż lub awangardowo. Ubrania oraz obuwie szyte na miarę są rozpoznawalne przez osoby zainteresowane utrzymaniem odpowiedniego stylu. Dla tego sektora klienta ubranie musi być uszyte na miarę, z najlepszych tkanin, wykończone w sposób ekskluzywny oraz utrzymane w stylu klasycznym lub awangardowym (ekscentrycznym), zawsze z zachowaniem zasad konstrukcji i tradycyjnego rzemiosła. Oprócz badań rynku (<https://home.kpmg/pl/pl/home/media/press-releases/2019/08/druga-edycja-raportu-kpmg-w-polsce-rynek-mody-w-polsce-wyzwania.html>, <https://home.kpmg/pl/pl/home/insights/2019/11/raport-kpmg-pt-rynek-mody-w-polsce-wyzwania.html>) wskazują na to również konsultacje przeprowadzone przez przedstawicieli Rady wśród prestiżowych pracowni krawieckich i obuwniczych. Usługi szycia miarowego ze względu na zasób wymaganych umiejętności, pomimo że są pozornie uniwersalne dla wszystkich krawców, są podzielone na specjalizacje (krawieckie lekkie i ciężkie), a w obrębie każdego sektora na damskie i męskie oraz bielizniarstwo. W związku z tym można wyodrębnić kwalifikację dotyczącą wytwarzania odzieży miarowej damskiej oraz obuwia miarowego. Odzież damska charakteryzuje się innymi typami zdobień, wykończeń i zastosowanych dodatków niż odzież męska. Ta

kwalfikacja wpisuje się w całości do strategii UE dotyczącej dłuższego życia produktu wraz z podniesieniem jakości materiałów. Dodabym również, że dzięki indywidualnemu dopasowaniu odzieży, odzież ta podkreśla nasze atuty i nie wychodzi z mody.

Zarządzanie produkcją tekstylną poprzez zieloną rewolucję

„ZMNIEJSZENIE ZUŻYCIA WODY I ENERGII NAWET O 40% W PROCESACH BARWIENIA POMOŻE OCALIĆ NASZĄ PLANETĘ” Przemysł tekstylny ma do pokonania ekologiczną górę. Obecnie odpowiada za 10% globalnej emisji gazów cieplarnianych, co czyni go drugim najbardziej zanieczyszczającym sektorem na naszej planecie. Jeśli nie uda mu się zmniejszyć śladu węglowego, udział przemysłu w globalnej emisji gazów cieplarnianych wzrośnie do 25% do 2050 r., ponieważ inne branże poprawią swoje wyniki. Jednak być może największym wyzwaniem dla branży jest zużycie wody. Moda i tekstylia odpowiadają za 10% całego przemysłowego zużycia słodkiej wody i 20% globalnego zanieczyszczenia ścieków. Nie jest niczym nowym, że przemysł tekstylny zużywa dużo wody. Uprawa bawełny, farbowanie tekstyliów, wykańczanie odzieży, a także pranie gotowych produktów przez klientów to fenomenalne zużycie wody. Do wyprodukowania jednej pary dżinsów zużywa się oszałamiającą ilość 7000 litrów wody - to wystarczająca ilość wody pitnej dla jednej osoby na siedem lat. Woda ma kluczowe znaczenie w globalnym oczyszczaniu przemysłu tekstylnego. Żyjemy na błękitnej planecie. Ponad dwie trzecie jej powierzchni pokrywa woda, więc w czym tkwi problem? Cóż, tylko 3% tej wody to woda słodka. A zapotrzebowanie na nią rośnie wykładniczo. W XX wieku zapotrzebowanie na słodką wodę wzrosło o 600% - ponad dwukrotnie szybciej niż tempo wzrostu populacji. Zapotrzebowanie to będzie rosło jeszcze szybciej, ponieważ populacje krajów rozwijających się przyjmują zachodni styl życia z zaawansowaną infrastrukturą wodną do użytku domowego, rolniczego i przemysłowego. Sytuacja już teraz jest kryzysowa. Na całym świecie ponad miliard ludzi nie ma dostępu do wody pitnej, a ponad 5 milionów umiera rocznie z tego powodu i z powodu braku warunków sanitarnych spowodowanych niedoborem wody. Bank Światowy określił zanieczyszczenie wody jako "niewidzialny kryzys", do którego w dużej mierze przyczynia się przemysł odzieżowy i tekstylny ze względu na nadmierne zużycie wody. Raport z 2017 r. ujawnił, że sektor ten zużył 79 miliardów metrów sześciennych wody, a ONZ szacuje, że od 80 do 90% światowych ścieków jest zwracanych do środowiska w postaci nieoczyszczonej. Presja rośnie. Fakty te nie umknęły uwadze grup prowadzących kampanie, takich jak Greenpeace, World Wildlife Fund i Światowa Organizacja Zdrowia, a także wielu innych organizacji pozarządowych i non-profit. Obserwowały one, jak przemysł modowy i tekstylny przenosi produkcję do obszarów, w których agencje rządowe były mniej aktywne we wdrażaniu przepisów dotyczących ochrony wody niż w bardziej rozwiniętych gospodarkach. Tam, gdzie znaleźli producentów tekstyliów zanieczyszczających środowisko chemikaliami, przeszukali kryminalistycznie łańcuchy dostaw, aby znaleźć i zawstydzić te marki, które czerpią zyski z tych praktyk. Jednym z ich kluczowych żądań wobec producentów i marek jest przejrzystość, a gdy jej nie znajdują, coraz częściej podnoszą flagi i ostrzegają konsumentów o swoich podejrzeniach. Konsumenty napędzają agendę. Głośne, emocjonalne kampanie aktywistów na rzecz ochrony środowiska są silniejsze niż kiedykolwiek wcześniej. Konsumenty są coraz bardziej świadomi potrzeby wyższych standardów ochrony naszej planety i coraz częściej głoszą swoimi portfelami. Ostatnie badania wykazały, że 67% konsumentów uważa wykorzystanie zrównoważonych materiałów za ważny czynnik zakupowy. Badanie wykazało również, że kryzys COVID-19 stanowił dla marek okazję do wzmocnienia ich zobowiązań w zakresie zrównoważonego rozwoju i przyspieszenia zmian w całej branży. W rezultacie wiele korporacji zaczęło badać bardziej alternatywne rozwiązania, które uznają znaczenie oszczędzania wody i oczyszczania ścieków. Ich zrównoważone pomiary indeksu produkcji tekstyliów uwzględniają teraz całkowitą ilość wody zużytej w produkcji, wszelkie wynikające z tego zanieczyszczenia oraz ogólny wpływ produkcji na ludzi i zdrowie. Marki nie tylko otrzymują wiadomość, ale także ją rozpowszechniają. Wiele z największych światowych marek odzieżowych szybko podejmuje działania w celu ustalenia swoich referencji środowiskowych i zaradzenia potencjalnym szkodom dla reputacji. Doskonale zdają sobie sprawę z badań takich jak McKinsey, z których wynika, że 63% konsumentów uważa promowanie przez markę zrównoważonego rozwoju za ważny czynnik zakupowy.

Dostrzegając rosnącą presję na marki, by osiągały coraz bardziej ambitne cele w zakresie zrównoważonego rozwoju,

opracowaliśmy rekomendację do wdrożenia edukacji naszych rodzimych firm tekstylnych zajmujących się barwieniem, apreturą oraz innymi czynnościami dotyczącymi obróbki tkaniny. Rekomendacja wskazuje na wdrożenie nowej wizji dotyczącej zmiany produktów chemicznych na te, które przyczyniają się do zmniejszenia zużycia wody oraz energii a dzięki swoim technologiom do zmniejszenia czynności podczas jednego procesu produkcji. Pozyskanie tkanin z recyklingu, które będą ponownie poddawane obróbce to kolejny etap zmian. Istotą branży innowacyjnych tekstyliów jest wdrożenie rekomendowanych strategii UE ale również zaprezentowanie się na arenie światowej, że dana firma podąża za zmianami i działa na rzecz wdrożenia rozwiązań dotyczących gospodarki o obiegu zamkniętym. Polskie firmy oprócz wdrożenia muszą również to jasno i głośno podkreślić. W tym celu rekomendujemy podniesienie kompetencji właścicielom, kadrze kierowniczej oraz pracownikom ściśle z tymi zmianami związanymi. Osoby te nabędą kompetencje podstaw zielonej rewolucji w produkcji tekstylnej, stosowania zrównoważonych surowców i materiałów w produkcji tekstylnej, wdrażania etycznych produkcji oraz etycznych warunków pracy, wykorzystania zrównoważonych technologii i procesu produkcyjnego, zarządzania zrównoważonym łańcuchem dostaw, zarządzania jakością i certyfikacjami zrównoważonymi, stosowania etyki i odpowiedzialności społecznej w zarządzaniu produkcją tekstylną, wykorzystywania praktycznego zastosowania zielonej rewolucji w produkcji tekstylnej, analizowania perspektyw rozwoju i przyszłości zielonej rewolucji w produkcji tekstylnej, współpracy z kadrą zaangażowaną w proces produkcji i wdrażania zielonej rewolucji

Wykorzystanie technologii AI w przemyśle mody do zarządzania

Sztuczna inteligencja w modzie może odnosić się do różnych dziedzin, takich jak projektowanie ubrań, produkcja, sprzedaż i marketing. Jednym z najbardziej oczywistych sposobów, w jakie AI może przyczynić się do tworzenia bardziej zrównoważonej branży modowej, jest poprzez zoptymalizowanie procesów produkcyjnych. W obszarze marketingu sztuczna inteligencja wykorzystywana jest od dłuższego czasu. Dzięki narzędziom marketingowym opartym na AI firmy mogą lepiej i skuteczniej analizować dane, by określając najlepsze strategie marketingowe, kierować reklamy do właściwych odbiorców, a w konsekwencji sprzedawać więcej produktów. Sztuczna inteligencja jest w tym kontekście bezcennym partnerem, który pozwala oszczędzać czas i pieniądze, a także pomaga firmom wyprzedzić konkurencję, identyfikując nowe trendy i rynki z największym potencjałem. Sztuczna inteligencja bez wątplenia wejdzie z butami do tego, co dotychczas nazywaliśmy: *doświadczenia zakupowe*, i spróbuje i ten obszar maksymalnie zdigitalizować. Wykorzysta do tego bazującą na AI rzeczywistość rozszerzoną i jej wszelkie możliwości. Aplikacja *Wanna*, która oferuje zakupy z użyciem rozszerzonej rzeczywistości, wykorzystuje VR, aby umożliwić przymierzenie kilku par tenisówek – wystarczy wybrać interesującą parę butów z kolekcji modeli 3D, następnie skierować aparat na swoje stopy, a dostaniemy efekt, zbliżony jak najbardziej się da do rzeczywistego. Sztuczna inteligencja naturalnie znaczącym wpływem obejmie obszar projektowania. Dzięki dostępnym algorytmom, szczególnie tym przewidującym trendy i analizującym preferencje klientów, firmy modowe mogą tworzyć projekty o większym potencjale sprzedażowym. To oznacza dla firm znaczne oszczędności, szczególnie na tych wzorach, które nie cieszyłyby się wielkim uznaniem wśród konsumentów. Jest to również szansa na zupełnie nowe możliwości w kontekście projektowania ubrań. Firmy mogą skuteczniej niż kiedykolwiek wcześniej wypuszczać do sprzedaży te produkty, które są stricte zorientowane na konkretną grupę odbiorców i ich oczekiwania względem kolekcji marki. Dzięki takiemu podejściu idealnie sztuczna inteligencja wpisuje się w strategię UE oraz zaoszczędzenie firmom nadprodukcji a w efekcie końcowym utylizację produktu. Łańcuch dostaw to obszar, na który branża mody stawia aktualnie największy nacisk. Jest to szczególnie ważne dla firm odzieżowych, które po doświadczeniach związanych z pandemią, czy po wybuchu wojny w Ukrainie, zwróciły uwagę na wagę tej kwestii w kontekście płynnego prowadzenia sprzedaży. Dzięki modelom sztucznej inteligencji, które można rozpatrywać na podstawie przeszłych poziomów zapasów i wyników sprzedaży, aby przewidywać nadchodzące zakupy, firmy mogą podejmować bardziej świadome decyzje dotyczące tego, co i kiedy zamawiać. Może to pomóc również zmniejszyć ilość odpadów, poprawić zadowolenie klientów i zwiększyć zyski. W tym celu rada rekomenduje podniesienie kompetencji właścicielom, kadrze kierowniczej oraz pracownikom ściśle z tymi zmianami związanymi. Osoby te nabędą kompetencje podstaw technologii sztucznej inteligencji stosowanej w przemyśle mody, stosowania aplikacji AI w prognozowaniu, personalizowaniu, optymalizowaniu oraz zarządzaniu w przemyśle mody,

wykorzystania sztucznej inteligencji w procesach projektowania i produkcji, analizowania danych i big data w branży mody, stosowania etyki i zrównoważonego wykorzystanie AI w przemyśle mody, analizowania perspektywy rozwoju i przyszłości technologii AI w modzie, współpracy z zespołem wykorzystującym technologie AI oraz kadrami wspierającą projekt. To wszystko przyczyni się do płynnego zaimplementowania sztucznej inteligencji do obszaru przedsiębiorstwa, które będzie tego wymagało.

Rozwój biznesu e-commerce w branży mody

Jak udało się ustalić ekspertom sieci partnerskiej Admitad (grupa Mitgo), w 2022 r., czyli pierwszym roku po pandemii, liczba zakupów online w segmencie modowym wzrosła o ponad 30% na świecie i o ponad 12% w Polsce. Jeszcze bardziej, bo aż o 19%, wzrosła kwota, jaką polscy konsumenci byli skłonni zapłacić za zakupy modowe. Na całym świecie wzrost GMV (ang. Gross Merchandise Value, czyli wskaźnik wartości transakcji w danym okresie) zamówień osiągnął poziom 35%. Dane te bazują na próbie ponad 37 milionów zamówień, które przeanalizowali eksperci w dziedzinie e-commerce. Pierwszy kwartał 2023 roku pokazuje bardziej umiarkowany, ale stały wzrost na całym świecie. Polscy klienci również konsekwentnie zwiększają tempo. Według szacunków Admitad, liczba zamówień w przemyśle fashion na całym świecie w styczniu i lutym br. wzrosła o 15% w porównaniu do tego samego okresu w roku ubiegłym. W Polsce wynik ten jest jeszcze lepszy i wynosi 27%. Należy wziąć pod uwagę, że w branży modowej najgorętszymi okresami są zawsze wiosna i jesień, kiedy wiele marek i marketplace'ów oferuje masowe wyprzedaże. Z kolei organizowane na początku roku tygodnie mody nadają kierunek, w którym podążają preferencje konsumentów. W Polsce dużą rolę w odbudowie wyników sprzedażowych odgrywa również napływ nowych klientów z Ukrainy. Według raportu Strategy, ponad 2 miliony potencjalnych klientów będących obywatelami Ukrainy znacząco zasililo grupę polskich konsumentów e-commerce. Istotnie pobudziło to osłabioną koniunkturę polskiego handlu online. Drugim istotnym czynnikiem na polskim, ale też globalnym rynku jest inflacja, której rekordowy poziom wzbudza zaniepokojenie. Spadek wartości pieniądza przyczynił się do wzrostu średniej wartości koszyka, co widoczne jest jednak znacznie bardziej na rynkach zagranicznych niż w Polsce. Według danych Admitad, przeciętna wartość zamówienia modowego wzrosła w ostatnim roku na świecie z 45 do 74 dolarów, a w niektórych krajach przekroczyła nawet znacznie 100 dolarów. W Polsce ten wzrost był znacznie mniejszy – z 47 do 50 dolarów. Eksperci prognozują jednak, że w związku z obniżeniem siły nabywczej pieniądza konsumenci tym bardziej skierują swoją uwagę ku zakupom online w poszukiwaniu jak najkorzystniejszych cen. Do głównych czynników napędzających wzrost w branży należy ogólny rozwój segmentu e-commerce – ponad 39% całej sprzedaży odzieży, obuwi i akcesoriów w Europie przypada na zamówienia online. Co więcej, odsetek ten systematycznie rośnie. Klientów najmocniej przyciągają łatwość zwrotu towaru czy możliwość skorzystania z wirtualnej przymierzalni. Narzędzia te niwelują najpoważniejszy czynnik ryzyka związany z kupowaniem online, a więc zamówieniem nietrafionego produktu, który nie będzie pasował lub będzie źle leżał. Te innowacje, połączone z szeroką ofertą promocji i rabatów, zwiększają w coraz większym stopniu atrakcyjność zakupów przez Internet. Oprócz typowych zakupów online, dokonywanych bezpośrednio na stronach marek i marketplace'ów, rozwijają się również alternatywne segmenty rynku mody. Szczególnie interesujący dla rynku europejskiego jest trend zakupów z drugiej ręki, który doskonale wpisuje się w nurty troski o środowisko naturalne i świadomej konsumpcji. Według ekspertów, wyniki odsprzedażowe w tym segmencie mody wzrosły o 24% w 2022 roku na całym świecie i będą rosły nawet trzykrotnie szybciej niż sprzedaż regularna. Można się spodziewać, że w 2026 roku wartość tego rynku osiągnie 228 miliardów dolarów. Na gruncie polskim wzrasta również rola najnowocześniejszych narzędzi e-commerce, a więc sieci afiliacyjnych i reklamy kontekstowej. Wprawdzie strony afiliacyjne były w Polsce niemal o połowę mniej popularne niż w reszcie świata, ale ich udział w ogólnej liczbie zamówień zwiększył się w ciągu roku o 20%. Może się więc okazać, że w niedługim czasie będą one równie efektywne, jak w pozostałych krajach. Z kolei reklama kontekstowa okazała się być znacznie skuteczniejsza i odpowiadała za niemal 16% zamówień od polskich kupujących. AOV (średnia wartość koszyka w e-commerce) w Polsce jest nadal niższy niż średnia światowa, jednak skuteczność reklamy natywnej to wyraźny sygnał zwiększonej siły nabywczej odbiorców kanałów online, a co za tym idzie – możliwości sprzedania więcej niż konkurencja. W tym celu rada rekomenduje podniesienie kompetencji właścicielom, kadrze kierowniczej oraz pracownikom ściśle z tymi zmianami związanymi. Osoby te nabędą kompetencje podstaw w e-commerce w branży mody, tworzenia strategii e-commerce dla marek modowych, projektowania i tworzenia sklepu internetowego, zarządzania asortymentem i zapasami w e-commerce modowym, wykorzystania wiedzy do tworzenia marketingu i promocji w e-commerce mody, planowania i wdrażania

strategii obsługi klienta oraz budowania lojalności w e-commerce modowym, planowania i wdrażania rozwoju i skalowania biznesu e-commerce w branży mody, stosowania etyki i zrównoważonego rozwoju w e-commerce modowym, współpracy z kadrą zaangażowaną w rozwój e-commerce. Kompetencje te przyczynią się do zwiększenia rozpoznawalności marki, współpracy z innymi firmami na rynku polskim oraz wyjście na szerszy rynek światowy aby pokazać nieocenioną jakość naszych producentów na tle innych krajów.

Źródła:

- W. Rudny, Nowe modele biznesowe w branży modowej, "Zeszyty Naukowe Politechniki Śląskiej" 2015, z. 83, 573-583;
- <https://www.researchandmarkets.com/reports/5735254/fashion-e-commerce-global-market-repor>
- <https://impact.economist.com/sustainability/circular-economies/inside-the-circle-circular-fashion>
- <https://www.researchandmarkets.com/reports/5735254/fashion-e-commerce-global-market-report>
- <https://www.mpit.gov.pl/strony/aktualnosci/kszaltowanie-potencjalu-ryнку-dla-przemyslu-40-w-polsce/> ;
- Zestawienie ofert instytucji szkoleniowych, firm edukacyjnych i placówek edukacyjnych oferujących kształcenie w zakresie kompetencji konstruktora odzieży;
- Ustawa z dnia 14 grudnia 2016 r. - Prawo oświatowe, art. 15 ust. 6 (Dz.U.2017.0.59);
- Barometr zawodów 2020, 2021, 2022 oraz 2023;
- Zbiór ogłoszeń rekrutacyjnych z okresu 2020-2023;
- <https://biznes.newseria.pl/news/w-2022-r-rynek-modowy-w,p941713230>
- W. Rudny, Nowe modele biznesowe w branży modowej, "Zeszyty Naukowe Politechniki Śląskiej" 2015, z. 83, 573-583;
- Zestawienie artykułów internetowych dotyczących analiz i prognoz w branży odzieżowej;
- Informacja o Branżowych Programach Promocji.
- Przemysł włókienniczo-odzieżowy w regionie łódzkim wczoraj i dziś a potrzeby rynku pracy. Raport z badań, Łódź 2017.
- https://www.parp.gov.pl/storage/publications/pdf/Tabela-rekomendacji_Ocena-zapotrzebowania-na-wsparcie-przedsiębiorstw-w-zakresie-gospodarki-o-obiegu-zamknitym-circular-economy.pdf
- Badania opinii pracowników branży odzieżowej n/t zagadnień zatrudniania
- <https://www.paih.gov.pl>
- Badania opinii odbiorców usług krawieckich.
- M. Buczyński, Współczesny klient, przychodząc do krawca, mówi – chcę wyglądać jak Ryan Gosling na ostatnim rozdaniu nagród. My jesteśmy w stanie to zrobić w ciągu 10 dni
- Luksus szyty na miarę, czyli renesans krawiectwa (<http://www.gloswielpolski.pl/artykul/954480,luksus-szyty-na-miare-czyli-renesans-krawiectwazdjecia,id,t.html>);
- Szara strefa się kurczy, ale wciąż jest ogromna, <https://www.forbes.pl/gospodarka/szara-strefa-w-polsce-w-2018-roku-raport-ipiag/bp798bv>,
- Dwa oblicza szarej strefy, <http://www.dziennikpolski24.pl/artykul/3113132,dwa-oblicza-szarej-strefy,id,t.html>,
- B. Mróz, Konsumenci i gospodarstwa domowe na nieformalnym rynku pracy w Polsce,
- "Konsumpcja i Rozwój" 2012, nr 1, s. 24-30;
- M. Piątkowska, Szara strefa, czyli gospodarka przez 70 dni w podziemiu.
- Szyjemy sukienki, <https://szyjemysukienki.pl/nasza-historia/>
- Badania i analizy własne Rady

1. Zapotrzebowanie na kompetencje/kwalifikacje w sektorze².

KOMPETENCJA/KWALIFIKACJA ³	
Lp. 1.	Nazwa kompetencji/kwalifikacji
	Upcykling odzieży dla klienta indywidualnego
Oczekiwane przez przedstawicieli sektora efekty uczenia się⁴	
Osoba z kompetencją „Upcykling odzieży dla klienta indywidualnego” posiada wymienione efekty uczenia się: Wiedza: - zna podstawy do upcyklingu odzieży Umiejętności:	

² W zależności od potrzeb tabela może być wielokrotnie powielana. Prosimy prezentować poszczególne kompetencje/kwalifikacje w kolejności ich ważności dla sektora. W rekomendacji prosimy ująć wszystkie kompetencje/kwalifikacje, których niedobór rada identyfikuje niezależnie od tego, czy środki konkursu na szkolenia lub doradztwo wynikające z rekomendacji Sektorowych Rad ds. Kompetencji są wystarczające na sfinansowanie usług prowadzących do ich zdobycia. Rekomendacja będzie publicznie dostępna dla innych instytucji wspierających edukację, a więc wskazanie wszystkich zidentyfikowanych luk w sektorze będzie z korzyścią dla przedsiębiorców sektora.

³ Przez **kwalifikację** należy rozumieć opis efektów uczenia się, dla których można zidentyfikować proces potwierdzania, że osoba posiada opisane efekty uczenia się. Proces powinien być niezależny od procesu edukacji i obejmować identyfikację, weryfikację i dokumentację posiadanych efektów uczenia się – jest to tzw. **walidacja**. Walidacja powinna być trafna (weryfikowane są te efekty uczenia się, które dotyczą kwalifikacji) oraz rzetelna (wynik walidacji jest niezależny od miejsca, czasu, metod oraz osób przeprowadzających walidację). Walidacja kończy się wydaniem decyzji, które efekty uczenia się zostały osiągnięte, a które nie. Jest podstawą wydania dokumentu stwierdzającego, że osoba posiada kwalifikację – czyli wydania certyfikatu w procesie **certyfikacji**. Kwalifikacją będą m. in. opisy efektów uczenia się, zawarte w kwalifikacjach włączonych do ^{Zintegrowanego Systemu Kwalifikacji (ZSK)}, a także zestawy efektów uczenia się wyodrębnione w kwalifikacjach włączonych do ZSK.

Kompetencją będą takie opisy efektów uczenia się, dla których procesów walidacji i certyfikacji nie można zidentyfikować.

⁴ Kompetencje i kwalifikacje należy opisać **efektami uczenia się**. W przypadku kwalifikacji włączonej do ZSK lub części kwalifikacji opis może odwoływać się do odpowiedniego opisu w Zintegrowanym Rejestrze Kwalifikacji (np. poprzez odpowiedni link).

Opis efektów uczenia się powinien przedstawiać efekty uczenia się konieczne do prawidłowego i sprawnego wykonywania określonego rodzaju czynności, zadania lub funkcji. Przez „prawidłowe wykonywanie” rozumie się **wykorzystywanie w działaniu odpowiedniej wiedzy teoretycznej i praktycznej oraz stosowanie się do norm społecznych**, w szczególności odnoszących się do danego rodzaju działalności. Efekty uczenia się powinny być:

- jednoznaczne – niebudzące wątpliwości, niepozwalające na dowolność interpretacji,
- realne – możliwe do osiągnięcia przez osoby, do których usługa jest skierowana,
- możliwe do zweryfikowania,
- zrozumiałe dla osób i podmiotów potencjalnie zainteresowanych usługą.

Podczas formułowania umiejętności korzystne jest stosowanie czasowników operacyjnych, np. „rozdzielić”, „definiuje”, „charakteryzuje”, „uzasadnia”, „obsługuje”, „montuje”, „monitoruje”, „planuje”, „projektuje”, „organizuje”, „kontroluje”, „ocenia”, „nadzoruje”. Nie jest zalecane stosowanie czasowników, takich jak „zna”, „wie”, „potrafi”, „rozumie”.

W przypadku, gdy opisywane efekty uczenia się wypełniają wymagania kwalifikacji, rekomenduje się odniesienie się do Sektorowej Ramy ds. Kwalifikacji (jeśli istnieje) albo Polskiej Ramy Kwalifikacji i wskazanie poziomu kwalifikacji.

- stosuje kreatywne podejście do projektowania odzieży
- wykorzystuje techniki upcyklingu odzieży
- projektuje indywidualne ubrania
- wdraża etykę i zrównoważony upcykling
- stosuje komercjalizację upcyklingu odzieży
- wykorzystuje praktyczne aspekty działalności upcyklingowej
- analizuje perspektywy rozwoju i przyszłości upcyklingu w branży mody

Kompetencje społeczne:

- współpracuje z klientem na każdym etapie pracy

Czy powyższy opis efektów uczenia jest włączony do Zintegrowanego Systemu Kwalifikacji?

Nie

Walidacja i certyfikacja

Czy dla wyżej opisanych efektów uczenia się można zidentyfikować procesy walidacji i certyfikacji?

Nie, nie można zidentyfikować - opis jest kompetencją.

Szacowana skala niedoboru kompetencji/kwalifikacji

500 osób

USŁUGA ROZWOJOWA WSPIERAJĄCA ZDOBYCIE KOMPETENCJI, KWALIFIKACJI

Opis usługi rozwojowej

Minimalne wymagania dotyczące usługi:

Institucja rozwojowa musi zapewnić:

- pomieszczenie wyposażone w niezbędny park maszynowy
- akcesoria konstrukcyjne oraz krawieckie niezbędne do wykonywania zakresu szkolenia

Zajęcia powinny być prowadzone przez praktyka, który zna problemy branży i wie jak im przeciwdziałać (ergonomia czasu pracy, doświadczenie na podobnym stanowisku pracy, mile widziane doświadczenie w edukacji). Czas trwania usługi powinien być dostosowany do poziomu danej grupy, przy czym minimalna liczba godzin to 18. Rada rekomenduje aby zajęcia realizowane w ramach usługi były przynajmniej w 90% praktyczne

Optymalne cechy dobrej usługi:

W/w minimalne wymagania względem usługi stanowią jednocześnie cechy dobrej usługi.

Czy przedstawiciele sektora dopuszczają możliwość realizacji usług rozwojowych obejmujących tylko część efektów uczenia się dla kompetencji/kwalifikacji?

Nie

Jeśli powyżej zaznaczono „Tak”, opisz, w jakie grupy należy zestawiać poszczególne efekty, żeby planować usługę rozwojową i jakie warunki (minimalne i optymalne) powinna wtedy spełniać:

Nie dotyczy

Potencjalni uczestnicy usług rozwojowych

Kompetencją mogą być szczególnie zainteresowane:

- projektanci i designerzy
- pracownicy firm produkcyjnych odpowiedzialni za innowacje
- studenci wzornictwa i designu otwierający własną działalność lub planują zatrudnienie w firmie
- właściciele pracowni od szycia miarowego oraz poprawek krawieckich
- właściciele chcący urozmaicić w swojej ofercie produkty bądź ofertę

W przypadku w/w kompetencji istnieje potrzeba rozwoju również wśród kadr dużych Przedsiębiorstw

Walidacja i certyfikacja

Jeśli w tabeli „Kompetencja/kwalifikacja” („zielona część”) w polu „Walidacja i certyfikacja” zaznaczono „Tak”, to:

- a) czy Rada dopuszcza finansowanie ze środków POWER 2.21. samych usług rozwojowych albo**
- b) czy Rada uważa, że w każdym wypadku osiągnięcie efektów uczenia się powinno zostać poddane procesowi walidacji/certyfikacji?**

Tak
Dodatkowe uwagi⁵
Należy podkreślić, iż realizacja kursów wyposażających uczestników w w/w kompetencję obejmować musi kursy zamknięte, mogą one być realizowane w placówkach edukacyjnych lub zakładach pracy. Takie podejście pozwoli dostosować formę wsparcia do specyfiki działalności przedsiębiorstw z branży, w szczególności mikro i małych przedsiębiorstw

KOMPETENCJA/KWALIFIKACJA	
Lp. 2.	Nazwa kompetencji/kwalifikacji
	Zarządzanie procesami technologicznymi przemysłowego szycia odzieży z dzianin
	Oczekiwane przez przedstawicieli sektora efekty uczenia się⁶
	Osoba posiadająca kwalifikację "Zarządzanie procesami technologicznymi przemysłowego szycia odzieży z dzianin" jest przygotowana do zarządzania procesami technologicznymi, w tym pracą zespołów ludzkich w produkcji odzieży z dzianin w szwalniach. Ustala działanie linii produkcyjnej, uwzględniając podział obowiązków w zespole. Zarządza działaniami członków zespołu szyjącego. Rozdziela zadania pomiędzy członków zespołu i prowadzi instruktaż w zakresie przydzielonych zadań. Kontroluje postęp procesu produkcji, wprowadzając korekty do wykonywanych czynności oraz reagując w sytuacjach zagrażających ciągłości procesu produkcji. Sprawdza zgodność wyrobu z dokumentacją w czasie produkcji i w ramach końcowej kontroli jakości oraz proponuje ewentualne działania naprawcze, które doprowadzą do przywrócenia jakości.
	Czy powyższy opis efektów uczenia jest włączony do Zintegrowanego Systemu Kwalifikacji?
	Tak

⁵ Np. wskazanie województw/regionów Polski, w których zapotrzebowanie na określone kompetencje/kwalifikacje/części kwalifikacji jest największe.

⁶ Kompetencje, kwalifikacje i części kwalifikacji opisywane są poprzez **efekty uczenia się**. Przez **kwalifikację** należy rozumieć **kompetencję**, której opis został włączony do Zintegrowanego Systemu Kwalifikacji (ZSK). Jako **część kwalifikacji** należy rozumieć zestaw efektów uczenia się wyodrębniony w kwalifikacji. W przypadku kwalifikacji lub części kwalifikacji opis może odwoływać się do odpowiedniego opisu w Zintegrowanym Rejestrze Kwalifikacji (np. poprzez odpowiedni link).

Przez **kompetencję** należy rozumieć taki opis efektów uczenia się, który nie został włączony do ZSK i nie jest częścią kwalifikacji.

Opis efektów uczenia się powinien przedstawiać efekty uczenia się konieczne do prawidłowego i sprawnego wykonywania określonego rodzaju czynności, zadania lub funkcji. Przez „prawidłowe wykonywanie” rozumie się **wykorzystywanie w działaniu odpowiedniej wiedzy teoretycznej i praktycznej oraz stosowanie się do norm społecznych**, w szczególności odnoszących się do danego rodzaju działalności. Efekty uczenia się powinny być:

- jednoznaczne – niebudzące wątpliwości, niepozwalające na dowolność interpretacji,
- realne – możliwe do osiągnięcia przez osoby, do których usługa jest skierowana,
- możliwe do zweryfikowania,
- zrozumiałe dla osób i podmiotów potencjalnie zainteresowanych usługą.

Podczas formułowania umiejętności korzystne jest stosowanie czasowników operacyjnych, np. „rozdziela”, „definiuje”, „charakteryzuje”, „uzasadnia”, „obsługuje”, „montuje”, „monitoruje”, „planuje”, „projektuje”, „organizuje”, „kontroluje”, „ocenia”, „nadzoruje”. Nie jest zalecane stosowanie czasowników, takich jak „zna”, „wie”, „potrafi”, „rozumie”.

W przypadku, gdy opisywane efekty uczenia się wypełniają wymagania kwalifikacji, rekomenduje się odniesienie się do Sektorowej Ramy ds. Kwalifikacji (jeśli istnieje) albo Polskiej Ramy Kwalifikacji i wskazanie poziomu kwalifikacji.

Walidacja i certyfikacja

Czy dla wyżej opisanych efektów uczenia się można zidentyfikować procesy walidacji i certyfikacji?

Tak, można zidentyfikować - opis jest kwalifikacją.

Szacowana skala niedoboru kompetencji/kwalifikacji

500 osób

USŁUGA ROZWOJOWA WSPIERAJĄCA ZDOBYCIE KOMPETENCJI, KWALIFIKACJI

Opis usługi rozwojowej

Minimalne wymagania dotyczące usługi:

Instytucja rozwojowa musi zapewnić:

- dokumentację techniczno-technologiczną (minimum 10 zestawów) zawierającą rysunek modelowy, do każdej dokumentacji musi być przygotowany zestaw dzianin, klejonek i wszelkich dodatków niezbędnych do uszycia modelu, w ilości wystarczającej na 2 sztuki wyrobu,
- pomieszczenia zapewniające: stoły krojczcze, maszyny specjalistyczne, w tym: maszynę ścięgu łańcuszkowego, stębnówkę płaską, overlock, renderkę (maszyna dwuigłowa łańcuszkowa z przeplotem dolnym), autolap, dziurkarke, napownicę, lamowarkę łańcuszkową,
- narzędzia i akcesoria krawieckie: nożyce krawieckie, nożyczki precyzyjne, igły ręczne, igły maszynowe, kredy krawieckie, tekturę, ołówki i gumki, miary krawieckie, żelazko przemysłowe ze stacją parową, szpilki, prujki,
- materiały: nici, gumy, klejonki, dzianiny, guziki, napy, zamki, gotowe taśmy i lamówki.

Zajęcia powinny być prowadzone przez praktyka, który zna problemy branży i wie jak im przeciwdziałać (ergonomia czasu pracy, doświadczenie na podobnym stanowisku pracy, mile widziane doświadczenie w edukacji). Czas trwania usługi powinien być dostosowany do poziomu danej grupy, przy czym minimalna liczba godzin to 43. Rada rekomenduje aby zajęcia realizowane w ramach usługi były przynajmniej w 90% praktyczne

Optymalne cechy dobrej usługi:

W/w minimalne wymagania względem usługi stanowią jednocześnie cechy dobrej usługi – wynika to z faktu, iż Rekomendacja obejmuje kwalifikacje rynkowe, dla których wymagania są konkretnie określone.

Czy przedstawiciele sektora dopuszczają możliwość realizacji usług rozwojowych obejmujących tylko część efektów uczenia się dla kompetencji/kwalifikacji?

Nie

Jeśli powyżej zaznaczono „Tak”, opisz, w jakie grupy należy zestawiać poszczególne efekty, żeby planować usługę rozwojową i jakie warunki (minimalne i optymalne) powinna wtedy spełniać:

Nie dotyczy

Potencjalni uczestnicy usług rozwojowych

Kwalifikacją mogą być szczególnie zainteresowani:

- pracownicy firm odzieżowych, którzy chcieliby potwierdzić umiejętności nabyte w czasie dotychczasowej pracy zawodowej;
- właściciele firm odzieżowych, którzy chcieliby weryfikować, rozumieć i sprawniej zarządzać procesami w ich przedsiębiorstwach;
- osoby zatrudnione na różnych stanowiskach w koncernach odzieżowych, które specjalizują się w produkcji odzieży z dzianin.

W przypadku w/w kwalifikacji istnieje potrzeba rozwoju również wśród kadr dużych przedsiębiorstw..

Walidacja i certyfikacja

Jeśli w tabeli „Kompetencja/kwalifikacja” („zielona część”) w polu „Walidacja i certyfikacja” zaznaczono „Tak”, to:

- c) czy Rada dopuszcza finansowanie ze środków POWER 2.21. samych usług rozwojowych albo
- d) czy Rada dopuszcza finansowanie usługi rozwojowej pod warunkiem, że podmiot ją świadczący zaplanował proces walidacji/certyfikacji efektów uczenia się?

Tak

Dodatkowe uwagi⁷

Należy podkreślić, iż realizacja kursów wyposażających uczestników w w/w kwalifikacje rynkowe obejmować może zarówno kursy otwarte, jak i kursy zamknięte, realizowane w zakładach pracy. Takie podejście pozwoli dostosować formę wsparcia do specyfiki działalności przedsiębiorstw z branży, w szczególności mikro i małych przedsiębiorstw.

KOMPETENCJA/KWALIFIKACJA

Lp. 3. Nazwa kompetencji/kwalifikacji

Moda ekologiczna - produkcja z zachowaniem obiegu zamkniętego

Oczekiwane przez przedstawicieli sektora efekty uczenia się⁸

Osoba z kompetencją „Moda ekologiczna - produkcja z zachowaniem obiegu zamkniętego” posiada wymienione efekty uczenia się:

Wiedza:

- zna zasady etycznej produkcji

Umiejętności:

- dobiera odpowiednie zrównoważone materiały

- stosuje zasady ponadczasowej konstrukcji oraz układu rozkroju

- zarządza stanowiskiem pod kątem ergonomii pracy oraz optymalizuje czas pracy przeznaczony na poszczególne operacje.

- minimalizuje zużycie zasobów

-stosuje oznaczenia świadomej konsumpcji

⁷ Np. wskazanie województw/regionów Polski, w których zapotrzebowanie na określone kompetencje/kwalifikacje/części kwalifikacji jest największe.

⁸ Kompetencje, kwalifikacje i części kwalifikacji opisywane są poprzez **efekty uczenia się**. Przez **kwalifikację** należy rozumieć **kompetencję**, której opis został włączony do Zintegrowanego Systemu Kwalifikacji (ZSK). Jako **część kwalifikacji** należy rozumieć zestaw efektów uczenia się wyodrębniony w kwalifikacji. W przypadku kwalifikacji lub części kwalifikacji opis może odwoływać się do odpowiedniego opisu w Zintegrowanym Rejestrze Kwalifikacji (np. poprzez odpowiedni link).

Przez **kompetencję** należy rozumieć taki opis efektów uczenia się, który nie został włączony do ZSK i nie jest częścią kwalifikacji.

Opis efektów uczenia się powinien przedstawiać efekty uczenia się konieczne do prawidłowego i sprawnego wykonywania określonego rodzaju czynności, zadania lub funkcji. Przez „prawidłowe wykonywanie” rozumie się **wykorzystywanie w działaniu odpowiedniej wiedzy teoretycznej i praktycznej oraz stosowanie się do norm społecznych**, w szczególności odnoszących się do danego rodzaju działalności: Efekty uczenia się powinny być:

- jednoznaczne – niebudzące wątpliwości, niepozwalające na dowolność interpretacji,
- realne – możliwe do osiągnięcia przez osoby, do których usługa jest skierowana,
- możliwe do zweryfikowania,
- zrozumiałe dla osób i podmiotów potencjalnie zainteresowanych usługą.

Podczas formułowania umiejętności korzystne jest stosowanie czasowników operacyjnych, np. „rozdziela”, „definiuje”, „charakteryzuje”, „uzasadnia”, „obsługuje”, „montuje”, „monitoruje”, „planuje”, „projektuje”, „organizuje”, „kontroluje”, „ocenia”, „nadzoruje”. Nie jest zalecane stosowanie czasowników, takich jak „zna”, „wie”, „potrafi”, „rozumie”.

W przypadku, gdy opisywane efekty uczenia się wypełniają wymagania kwalifikacji, rekomenduje się odniesienie się do Sektorowej Ramy ds. Kwalifikacji (jeśli istnieje) albo Polskiej Ramy Kwalifikacji i wskazanie poziomu kwalifikacji.

Kompetencje społeczne:

- współpracuje z kadrą zaangażowaną w proces produkcji a także inne procesy organizacyjne wzorcowe.

3. Czy powyższy opis efektów uczenia jest włączony do Zintegrowanego Systemu Kwalifikacji?

Nie

Walidacja i certyfikacja

3. Czy dla wyżej opisanych efektów uczenia się można zidentyfikować procesy walidacji i certyfikacji?

Nie

Szacowana skala niedoboru kompetencji/kwalifikacji

3.500 osób

USŁUGA ROZWOJOWA WSPIERAJĄCA ZDOBYCIE KOMPETENCJI, KWALIFIKACJI

Opis usługi rozwojowej

Minimalne wymagania dotyczące usługi:

Instytucja rozwojowa musi zapewnić:

- pomieszczenie wyposażone w niezbędny park maszynowy
- akcesoria konstrukcyjne oraz krawieckie niezbędne do wykonywania zakresu szkolenia

Zajęcia powinny być prowadzone przez praktyka, który zna problemy branży i wie jak im przeciwdziałać (doświadczenie w edukacji związane z zarządzaniem produkcją, znajomość edukowanego zagadnienia). Czas trwania usługi powinien być dostosowany do poziomu danej grupy, przy czym minimalna liczba godzin to 100. Rada rekomenduje aby zajęcia realizowane w ramach usługi były przynajmniej w 90% praktyczne.

Optymalne cechy dobrej usługi:

W/w minimalne wymagania względem usługi stanowią jednocześnie cechy dobrej usługi

Czy przedstawiciele sektora dopuszczają możliwość realizacji usług rozwojowych obejmujących tylko część efektów uczenia się dla kompetencji/kwalifikacji?

Nie

3. Jeśli powyżej zaznaczono „Tak”, opisz, w jakie grupy należy zestawiać poszczególne efekty, żeby planować usługę rozwojową i jakie warunki (minimalne i optymalne) powinna wtedy spełniać:

Nie dotyczy

Potencjalni uczestnicy usług rozwojowych

Kompetencją mogą być szczególnie zainteresowane:

Kadra techniczna sektora, w tym w szczególności:

- konstruktor odzieży
- operator sprzętu CAD/CAM
- metrolog
- kontroler jakości wyrobów
- technolog
- technik włókiennik

W przypadku w/w kompetencji istnieje potrzeba rozwoju również wśród kadr dużych

Walidacja i certyfikacja

Jeśli w tabeli „Kompetencja/kwalifikacja” („zielona część”) w polu „Walidacja i certyfikacja” zaznaczono „Tak”, to:

- e) czy Rada dopuszcza finansowanie ze środków POWER 2.21. samych usług rozwojowych albo
- f) czy Rada uważa, że w każdym wypadku osiągnięcie efektów uczenia się powinno zostać poddane procesowi walidacji/certyfikacji?

Tak

Dodatkowe uwagi⁹

Należy podkreślić, iż realizacja kursów wyposażających uczestników w w/w kompetencję obejmować musi kursy zamknięte, mogą one być realizowane w placówkach edukacyjnych lub zakładach pracy. Takie podejście pozwoli dostosować formę wsparcia do specyfiki działalności przedsiębiorstw z branży, w szczególności mikro i małych przedsiębiorstw.

KOMPETENCJA/KWALIFIKACJA

Lp. 4. Nazwa kompetencji/kwalifikacji

4a. Wytwarzanie odzieży miarowej damskie

4b. Wytwarzanie obuwia na miarę

Oczekiwane przez przedstawicieli sektora efekty uczenia się¹⁰

4a. Osoba posiadająca kwalifikację „Wytwarzanie odzieży miarowej damskiej” jest gotowa do wytwarzania odzieży damskiej na zamówienie klienta, według indywidualnego projektu. Stosuje wiedzę z zakresu antropometrii, konstrukcji, materiałoznawstwa i technologii szycia oraz estetyki i funkcjonalności ubioru, pozwalającą na poprawne uszycie wyrobu odzieżowego, jak również doradztwo klientowi przed zatwierdzeniem realizacji projektu.

4b. Osoba posiadająca kompetencję „Wytwarzanie obuwia na miarę.” jest gotowa do wytwarzania obuwia na zamówienie klienta, według indywidualnego projektu. Stosuje wiedzę z zakresu ortopedii, konstrukcji, materiałoznawstwa i technologii szycia oraz estetyki i funkcjonalności obuwia, pozwalającą na poprawne zamontowanie obuwia, jak również doradztwo klientowi przed zatwierdzeniem realizacji projektu.

⁹ Np. wskazanie województw/regionów Polski, w których zapotrzebowanie na określone kompetencje/kwalifikacje/części kwalifikacji jest największe.

¹⁰ Kompetencje, kwalifikacje i części kwalifikacji opisywane są poprzez **efekty uczenia się**. Przez **kwalifikację** należy rozumieć **kompetencję**, której opis został włączony do Zintegrowanego Systemu Kwalifikacji (ZSK). Jako **część kwalifikacji** należy rozumieć zestaw efektów uczenia się wyodrębniony w kwalifikacji. W przypadku kwalifikacji lub części kwalifikacji opis może odwoływać się do odpowiedniego opisu w Zintegrowanym Rejestrze Kwalifikacji (np. poprzez odpowiedni link).

Przez **kompetencję** należy rozumieć taki opis efektów uczenia się, który nie został włączony do ZSK i nie jest częścią kwalifikacji.

Opis efektów uczenia się powinien przedstawiać efekty uczenia się konieczne do prawidłowego i sprawnego wykonywania określonego rodzaju czynności, zadania lub funkcji. Przez „prawidłowe wykonywanie” rozumie się **wykorzystywanie w działaniu odpowiedniej wiedzy teoretycznej i praktycznej oraz stosowanie się do norm społecznych**, w szczególności odnoszących się do danego rodzaju działalności. Efekty uczenia się powinny być:

- jednoznaczne – niebudzące wątpliwości, niepozwalające na dowolność interpretacji,
- realne – możliwe do osiągnięcia przez osoby, do których usługa jest skierowana,
- możliwe do zweryfikowania,
- zrozumiałe dla osób i podmiotów potencjalnie zainteresowanych usługą.

Podczas formułowania umiejętności korzystne jest stosowanie czasowników operacyjnych, np. „rozdzielić”, „definiuje”, „charakteryzuje”, „uzasadnia”, „obsługuje”, „montuje”, „monitoruje”, „planuje”, „projektuje”, „organizuje”, „kontroluje”, „ocenia”, „nadzoruje”. Nie jest zalecane stosowanie czasowników, takich jak „zna”, „wie”, „potrafi”, „rozumie”.

W przypadku, gdy opisywane efekty uczenia się wypełniają wymagania kwalifikacji, rekomenduje się odniesienie się do Sektorowej Ramy ds. Kwalifikacji (jeśli istnieje) albo Polskiej Ramy Kwalifikacji i wskazanie poziomu kwalifikacji.

<p>4a.Czy powyższy opis efektów uczenia jest włączony do Zintegrowanego Systemu Kwalifikacji? Tak</p> <p>4b.Czy powyższy opis efektów uczenia jest włączony do Zintegrowanego Systemu Kwalifikacji? Nie</p>
<p>Walidacja i certyfikacja</p> <p>4a.Czy dla wyżej opisanych efektów uczenia się można zidentyfikować procesy walidacji i certyfikacji? Tak, można zidentyfikować - opis jest kwalifikacją.</p> <p>4b.Czy dla wyżej opisanych efektów uczenia się można zidentyfikować procesy walidacji i certyfikacji? Nie, nie można zidentyfikować - opis jest kompetencją.</p>
<p>Szacowana skala niedoboru kompetencji/kwalifikacji</p> <p>4a.500 osób 4b. 50 osób</p>

USŁUGA ROZWOJOWA WSPIERAJĄCA ZDOBYCIE KOMPETENCJI, KWALIFIKACJI

Opis usługi rozwojowej

Minimalne wymagania dotyczące usługi:

4a.Instytucja rozwojowa musi zapewnić:

- pomieszczenia wyposażone w: stoły krojce, maszyny stebnowe wieloczynnościowe domowe i overlocki domowe, przynajmniej trójnitkowe lub stebnowki przemysłowe płaskie i overlocki przemysłowe trójnitkowe,
 - narzędzia i akcesoria krawieckie: manekin krawiecki damski, nożyce krawieckie, nożyczki precyzyjne, igły ręczne, igły maszynowe, kredy krawieckie, tekturę, arkusze papieru A0 (półpergamin lub offsetowy), kartki A4, kalki maszynowe, cęgi do nacinków, ołówki i gumki, linijki, krzywki krawieckie duże, cyrkle, kalkulatory, radełka, miary krawieckie, żelazko przemysłowe ze stacją parową, zaparzaczkę, spryskiwacz, poduszki do prasowania, szpilki, prujki;
 - materiały: tkaniny adekwatne do szytego modelu, nici, gumy, klejonki, guziki, napy, zamki, gotowe taśmy i lamówki
- Zajęcia powinny być prowadzone przez praktyka, który zna problemy branży i wie jak im przeciwdziałać (ergonomia czasu pracy, doświadczenie na podobnym stanowisku pracy, mile widziane doświadczenie w edukacji). Czas trwania usługi powinien być dostosowany do poziomu danej grupy, przy czym minimalna liczba godzin to 43. Rada rekomenduje aby zajęcia realizowane w ramach usługi były przynajmniej w 90% praktyczne

Optymalne cechy dobrej usługi:

W/w minimalne wymagania względem usługi stanowią jednocześnie cechy dobrej usługi – wynika to z faktu, iż Rekomendacja obejmuje kwalifikacje rynkowe, dla których wymagania są konkretnie określone.

4b. Instytucja rozwojowa musi zapewnić:

- pomieszczenia wyposażone w: stołek
- narzędzia i akcesoria: maty krojce, cęgi, młotek do oklepywania, gwoździe, klej, gnyp, tekturę, arkusze papieru, kartki A4, ołówki i gumki, linijki, cyrkle, kalkulatory, kopyta.
- materiały: skóra wierzchnia, skóra podszewkowa, między podszewka, nici igły, podpodeszwy, podeszwy, podnosek

Zajęcia powinny być prowadzone przez praktyka, który zna problemy branży i wie jak im przeciwdziałać (ergonomia czasu pracy, doświadczenie na podobnym stanowisku pracy, mile widziane doświadczenie w edukacji). Czas trwania usługi powinien być dostosowany do poziomu danej grupy. Rada rekomenduje aby zajęcia realizowane w ramach usługi były przynajmniej w 90% praktyczne.

Optymalne cechy dobrej usługi:

W/w minimalne wymagania względem usługi stanowią jednocześnie cechy dobrej usługi.

Czy przedstawiciele sektora dopuszczają możliwość realizacji usług rozwojowych obejmujących tylko część efektów uczenia się dla kompetencji/kwalifikacji?

Nie

4a.Jeśli powyżej zaznaczono „Tak”, opisz, w jakie grupy należy zestawiać poszczególne efekty, żeby planować usługę rozwojową i jakie warunki (minimalne i optymalne) powinna wtedy spełniać:

Nie dotyczy

Nie

4b. Jeśli powyżej zaznaczono „Tak”, opisz, w jakie grupy należy zestawiać poszczególne efekty, żeby planować usługę rozwojową i jakie warunki (minimalne i optymalne) powinna wtedy spełniać:

Nie dotyczy

Potencjalni uczestnicy usług rozwojowych

4b. Pracownicy firm działających w sektorze mody i innowacyjnych tekstyliów, w tym w szczególności: - wykonują
- posiadają inne kompetencje (np. modystki, projektanta obuwia itp.) i chciałyby poszerzyć swoje portfolio zawodowe;

Walidacja i certyfikacja

g) czy Rada dopuszcza finansowanie ze środków POWER 2.21. samych usług rozwojowych albo

Dodatkowe uwagi¹¹

przedsiębiorstw.

KOMPETENCJA/KWALIFIKACJA

Lp. 5. Nazwa kompetencji/kwalifikacji

Zarządzanie produkcją tekstylną poprzez zieloną rewolucję

Oczekiwane przez przedstawicieli sektora efekty uczenia się¹²

¹¹ Np. wskazanie województw/regionów Polski, w których zapotrzebowanie na określone kompetencje/kwalifikacje/części kwalifikacji jest największe.

¹² Kompetencje, kwalifikacje i części kwalifikacji opisywane są poprzez **efekty uczenia się**. Przez **kwalifikację** należy rozumieć **kompetencję**, której opis został włączony do Zintegrowanego Systemu Kwalifikacji (ZSK). Jako **część kwalifikacji** należy rozumieć zestaw efektów uczenia się wyodrębniony w kwalifikacji. W przypadku kwalifikacji lub części kwalifikacji opis może odwoływać się do odpowiedniego opisu w Zintegrowanym Rejestrze Kwalifikacji (np. poprzez odpowiedni link).

Przez **kompetencję** należy rozumieć taki opis efektów uczenia się, który nie został włączony do ZSK i nie jest częścią kwalifikacji.

Opis **efektów uczenia się** powinien przedstawiać efekty uczenia się konieczne do prawidłowego i sprawnego wykonywania określonego rodzaju czynności, zadania lub funkcji. Przez „prawidłowe wykonywanie” rozumie się **wykorzystywanie**

Osoba z kompetencją „Zarządzanie produkcją tekstylną poprzez zieloną rewolucję” ma:

Wiedza:

- zna podstawy zielonej rewolucji w produkcji tekstylnej

Umiejętności:

- stosuje zrównoważone surowce i materiały w produkcji tekstylnej
- wdraża etyczną produkcję oraz etyczne warunki pracy
- wykorzystuje zrównoważone technologie i procesy produkcyjne
- zarządza zrównoważonym łańcuchem dostaw
- zarządza jakością i certyfikacjami zrównoważonymi
- stosuje etykę i odpowiedzialność społeczną w zarządzaniu produkcją tekstylną
- wykorzystuje praktyczne zastosowanie zielonej rewolucji w produkcji tekstylnej
- analizuje perspektywy rozwoju i przyszłości zielonej rewolucji w produkcji tekstylnej

Kompetencje społeczne:

- współpraca z kadrą zaangażowaną w proces produkcji i wdrażania zielonej rewolucji

Czy powyższy opis efektów uczenia jest włączony do Zintegrowanego Systemu Kwalifikacji?

Nie

Walidacja i certyfikacja

Czy dla wyżej opisanych efektów uczenia się można zidentyfikować procesy walidacji i certyfikacji?

Nie

Szacowana skala niedoboru kompetencji/kwalifikacji

200 osób

USŁUGA ROZWOJOWA WSPIERAJĄCA ZDOBYCIE KOMPETENCJI, KWALIFIKACJI

Opis usługi rozwojowej

Minimalne wymagania dotyczące usługi:

Instytucja rozwojowa musi zapewnić:

- pomieszczenie wyposażone w niezbędny park maszynowy
- materiały i surowce dedykowane do wdrożenia zielonej rewolucji (doświadczenie w edukacji związane z zarządzaniem produkcją, znajomość edukowanego zagadnienia). Czas trwania usługi powinien być dostosowany do poziomu danej grupy, przy czym minimalna liczba godzin to 50. Rada rekomenduje aby zajęcia realizowane w ramach usługi były przynajmniej w 90% praktyczne.

Optymalne cechy dobrej usługi:

W/w minimalne wymagania względem usługi stanowią jednocześnie cechy dobrej usługi.

Czy przedstawiciele sektora dopuszczają możliwość realizacji usług rozwojowych obejmujących tylko część efektów uczenia się dla kompetencji/kwalifikacji?

Nie

w działaniu odpowiedniej wiedzy teoretycznej i praktycznej oraz stosowanie się do norm społecznych, w szczególności odnoszących się do danego rodzaju działalności: Efekty uczenia się powinny być:

- jednoznaczne – niebudzące wątpliwości, niepozwalające na dowolność interpretacji,
- realne – możliwe do osiągnięcia przez osoby, do których usługa jest skierowana,
- możliwe do zweryfikowania,
- zrozumiałe dla osób i podmiotów potencjalnie zainteresowanych usługą.

Podczas formułowania umiejętności korzystne jest stosowanie czasowników operacyjnych, np. „rozdzielić”, „definiuje”, „charakteryzuje”, „uzasadnia”, „obsługuje”, „montuje”, „monitoruje”, „planuje”, „projektuje”, „organizuje”, „kontroluje”, „ocenia”, „nadzoruje”. Nie jest zalecane stosowanie czasowników, takich jak „zna”, „wie”, „potrafi”, „rozumie”.

W przypadku, gdy opisywane efekty uczenia się wypełniają wymagania kwalifikacji, rekomenduje się odniesienie się do Sektorowej Ramy ds. Kwalifikacji (jeśli istnieje) albo Polskiej Ramy Kwalifikacji i wskazanie poziomu kwalifikacji.

Osoba z kompetencją „Wykorzystanie technologii AI w przemyśle mody do zarządzania” ma:

Wiedza:

- zna podstawy technologii sztucznej inteligencji stosowane w przemyśle mody

Umiejętności:

- stosuje aplikacje AI w prognozowaniu, personalizowaniu, optymalizowaniu oraz zarządzaniu w przemyśle mody.
- wykorzystuje sztuczną inteligencję w procesach projektowania i produkcji
- analizuje dane i big data w branży mody
- stosuje etykę i zrównoważone wykorzystanie AI w przemyśle mody
- analizuje perspektywy rozwoju i przyszłości technologii AI w modzie

Kompetencje społeczne:

- współpracuje z zespołem wykorzystującym technologie AI oraz kadrą wspierającą projekt

6.Czy powyższy opis efektów uczenia jest włączony do Zintegrowanego Systemu Kwalifikacji?

Nie

Walidacja i certyfikacja

6.Czy dla wyżej opisanych efektów uczenia się można zidentyfikować procesy walidacji i certyfikacji?

Nie, nie można zidentyfikować - opis jest kompetencją.

Szacowana skala niedoboru kompetencji/kwalifikacji

6.500 osób

USŁUGA ROZWOJOWA WSPIERAJĄCA ZDOBYCIE KOMPETENCJI, KWALIFIKACJI

Opis usługi rozwojowej

Minimalne wymagania dotyczące usługi:

Institucja rozwojowa musi zapewnić:

- Zgodnie z zakresem tematycznym usługi
- komputery z dostępem do internetu, subskrypcje programów niezbędnych do przeprowadzenia szkolenia, materiały szkoleniowe.

Trener musi posiadać doświadczenie w prowadzeniu szkoleń wskazanych w rekomendacji w wymiarze godzin nie mniej niż 100 godz. Czas trwania usługi powinien być dostosowany do poziomu danej grupy, przy czym minimalna liczba godzin to 50. Rada rekomenduje aby zajęcia realizowane w ramach usługi były przynajmniej w 95% praktyczne.

Optymalne cechy dobrej usługi:

Należy podkreślić, iż realizacja kursów wyposażających uczestników w w/w kompetencję obejmować musi kursy zamknięte, mogą one być realizowane w placówkach edukacyjnych lub zakładach pracy. Takie podejście pozwoli dostosować formę wsparcia do specyfiki działalności przedsiębiorstw z branży, w szczególności mikro i małych przedsiębiorstw.

Czy przedstawiciele sektora dopuszczają możliwość realizacji usług rozwojowych obejmujących tylko część efektów uczenia się dla kompetencji/kwalifikacji?

Nie

Jeśli powyżej zaznaczono „Tak”, opisz, w jakie grupy należy zestawiać poszczególne efekty, żeby planować usługę rozwojową i jakie warunki (minimalne i optymalne) powinna wtedy spełniać:

Nie dotyczy

Potencjalni uczestnicy usług rozwojowych

Podczas formułowania umiejętności korzystne jest stosowanie czasowników operacyjnych, np. „rozdzielić”, „definiuje”, „charakteryzuje”, „uzasadnia”, „obsługuje”, „montuje”, „monitoruje”, „planuje”, „projektuje”, „organizuje”, „kontroluje”, „ocenia”, „nadzoruje”. Nie jest zalecane stosowanie czasowników, takich jak „zna”, „wie”, „potrafi”, „rozumie”.

W przypadku, gdy opisywane efekty uczenia się wypełniają wymagania kwalifikacji, rekomenduje się odniesienie się do Sektorowej Ramy ds. Kwalifikacji (jeśli istnieje) albo Polskiej Ramy Kwalifikacji i wskazanie poziomu kwalifikacji.

Kompetencją mogą być szczególnie zainteresowane:

- właściciele
- kadra kierownicza
- projektanci
- specjaliści ds. Marketingu

W przypadku w/w kompetencji istnieje potrzeba rozwoju również wśród kadr dużych Przedsiębiorstw

Walidacja i certyfikacja

Dodatkowe uwagi¹⁵

KOMPETENCJA/KWALIFIKACJA

Lp. 7. Nazwa kompetencji/kwalifikacji

Rozwój biznesu e-commerce w branży mody

Oczekiwane przez przedstawicieli sektora efekty uczenia się¹⁶

¹⁵ Np. wskazanie województw/regionów Polski, w których zapotrzebowanie na określone kompetencje/kwalifikacje/części kwalifikacji jest największe.

¹⁶ Kompetencje, kwalifikacje i części kwalifikacji opisywane są poprzez **efekty uczenia się**. Przez **kwalifikację** należy rozumieć **kompetencję**, której opis został włączony do Zintegrowanego Systemu Kwalifikacji (ZSK). Jako **część kwalifikacji** należy rozumieć zestaw efektów uczenia się wyodrębniony w kwalifikacji. W przypadku kwalifikacji lub części kwalifikacji opis może odwoływać się do odpowiedniego opisu w Zintegrowanym Rejestrze Kwalifikacji (np. poprzez odpowiedni link).

Przez **kompetencję** należy rozumieć taki opis efektów uczenia się, który nie został włączony do ZSK i nie jest częścią kwalifikacji.

Opis efektów uczenia się powinien przedstawiać efekty uczenia się konieczne do prawidłowego i sprawnego wykonywania określonego rodzaju czynności, zadania lub funkcji. Przez „prawidłowe wykonywanie” rozumie się **wykorzystywanie w działaniu odpowiedniej wiedzy teoretycznej i praktycznej oraz stosowanie się do norm społecznych**, w szczególności odnoszących się do danego rodzaju działalności. Efekty uczenia się powinny być:

- jednoznaczne – niebudzące wątpliwości, niepozwalające na dowolność interpretacji,
- realne – możliwe do osiągnięcia przez osoby, do których usługa jest skierowana,
- możliwe do zweryfikowania,
- zrozumiałe dla osób i podmiotów potencjalnie zainteresowanych usługą.

Podczas formułowania umiejętności korzystne jest stosowanie czasowników operacyjnych, np. „rozdzielić”, „definiuje”, „charakteryzuje”, „uzasadnia”, „obsługuje”, „montuje”, „monitoruje”, „planuje”, „projektuje”, „organizuje”, „kontroluje”, „ocenia”, „nadzoruje”. Nie jest zalecane stosowanie czasowników, takich jak „zna”, „wie”, „potrafi”, „rozumie”.

W przypadku, gdy opisywane efekty uczenia się wypełniają wymagania kwalifikacji, rekomenduje się odniesienie się do Sektorowej Ramy ds. Kwalifikacji (jeśli istnieje) albo Polskiej Ramy Kwalifikacji i wskazanie poziomu kwalifikacji.

Osoba z kompetencją „Rozwój biznesu e-commerce w branży mody” posiada wymienione efekty uczenia się:

Wiedza:

- zna podstawy w e-commerce w branży mody

Umiejętności:

- Tworzy strategię e-commerce dla marek modowych

- projektuje i tworzy sklep internetowy

- zarządza asortymentem i zapasami w e-commerce modowym

- wykorzystuje wiedzę do tworzenia marketingu i promocji w e-commerce modowym

- planuje i wdraża strategię obsługi klienta oraz budowania lojalności w e-commerce modowym

- planuje i wdraża rozwój i skalowanie biznesu e-commerce w branży mody

- stosuje etykę i zrównoważony rozwój w e-commerce modowym

Kompetencje społeczne:

- współpraca z kadrą zaangażowaną w rozwój e-commerce

Czy powyższy opis efektów uczenia jest włączony do Zintegrowanego Systemu Kwalifikacji?

Nie

Walidacja i certyfikacja

Czy dla wyżej opisanych efektów uczenia się można zidentyfikować procesy walidacji i certyfikacji?

Nie, nie można zidentyfikować - opis jest kompetencją.

Szacowana skala niedoboru kompetencji/kwalifikacji

500 osób

USŁUGA ROZWOJOWA WSPIERAJĄCA ZDOBYCIE KOMPETENCJI, KWALIFIKACJI

Opis usługi rozwojowej

Minimalne wymagania dotyczące usługi:

Instytucja rozwojowa musi zapewnić:

– Zgodnie z zakresem tematycznym usługi

- komputery z dostępem do Internetu, subskrypcje programów niezbędnych do przeprowadzenia szkolenia, materiały szkoleniowe.

Trener musi posiadać doświadczenie w prowadzeniu szkoleń wskazanych w rekomendacji w wymiarze godzin nie mniej niż 100 godz. Czas trwania usługi powinien być dostosowany do poziomu danej grupy, przy czym minimalna liczba godzin to 50. Rada rekomenduje aby zajęcia realizowane w ramach usługi były przynajmniej w 95% praktyczne.

Optymalne cechy dobrej usługi:

W/w minimalne wymagania względem usługi stanowią jednocześnie cechy dobrej usługi.

Czy przedstawiciele sektora dopuszczają możliwość realizacji usług rozwojowych obejmujących tylko część efektów uczenia się dla kompetencji/kwalifikacji?

Nie

Jeśli powyżej zaznaczono „Tak”, opisz, w jakie grupy należy zestawiać poszczególne efekty, żeby planować usługę rozwojową i jakie warunki (minimalne i optymalne) powinna wtedy spełniać:

Nie dotyczy

Potencjalni uczestnicy usług rozwojowych

Kompetencją mogą być szczególnie zainteresowane:

- właściciele

- kadra kierownicza

- specjaliści ds. Marketingu

- pracownicy działu sprzedaży

- pracownicy działu IT

W przypadku w/w kompetencji istnieje potrzeba rozwoju również wśród kadr dużych Przedsiębiorstw

Walidacja i certyfikacja

Jeśli w tabeli „Kompetencja/kwalifikacja” („zielona część”) w polu „Walidacja i certyfikacja” zaznaczono „Tak”, to:

- m) czy Rada dopuszcza finansowanie ze środków POWER 2.21. samych usług rozwojowych albo
n) czy Rada uważa, że w każdym wypadku osiągnięcie efektów uczenia się powinno zostać
poddane procesowi walidacji/certyfikacji?**

Tak

Dodatkowe uwagi¹⁷

Należy podkreślić, iż realizacja kursów wyposażających uczestników w w/w kwalifikacje rynkowe obejmować może zarówno kursy otwarte, jak i kursy zamknięte, realizowane w zakładach pracy. Takie podejście pozwoli dostosować formę wsparcia do specyfiki działalności przedsiębiorstw z branży, w szczególności mikro i małych przedsiębiorstw.

1. Uzasadnienie ważności (kolejności) kompetencji/kwalifikacji zaprezentowanych w punkcie 1.

W przypadku w/w kwalifikacji nie można wskazać jednoznacznie, które z nich są ważniejsze, a które mniej istotne, gdyż wytypowano kwalifikacje i kompetencje w przypadku których potrzeba rozwoju jest paląca. Sam proces hierarchizacji został zaś dokonany pod kątem skali zapotrzebowania / niedoboru.

2. Rekomendacje Rady mające na celu poprawę dopasowania kompetencji do potrzeb sektora innych niż kompetencje/kwalifikacje, których deficyt zdiagnozowano w sektorze i opisano w pkt. 1.

Kontynuując wskazania poprzednich rekomendacji należy podkreślić, iż istotnym elementem działań jest dostosowanie oraz reaktywacja kształcenia zawodowego tematycznie powiązanego z sektorem, przy czym kluczowe jest zbudowanie nowoczesnego i atrakcyjnego wizerunku zawodów związanych z przemysłem mody i nowoczesnych tekstyliów. Problemem w tym zakresie jest bowiem pejoratywna konotacja sektora i zawodów z nim związanych wśród młodzieży. Kształcenie w obszarze sektora nadal bowiem w wielu wypadkach jest „złem koniecznym” a nie świadomym wyborem młodych ludzi.

¹⁷ Np. wskazanie województw/regionów Polski, w których zapotrzebowanie na określone kompetencje/kwalifikacje/części kwalifikacji jest największe.