



Co-funded by
the European Union



W4TEX: ПОСИЛЕННЯ ПРЕДСТАВНИЦТВА ЖІНОК НА КЕРІВНИХ ПОСАДАХ У ТЕКСТИЛЬНІЙ ПРОМИСЛОВОСТІ

ПРАКТИЧНІ СЦЕНАРІЇ



civitta



Cámara
Manufacturers' Chamber of Commerce
in Belgium and Luxembourg

KAINOTOMIA



LOTTOZERO

ЗМІСТ

ВСТУП

ПОБУДОВА ЛОКАЛЬНОГО ЛАНЦЮГА ПОСТАВОК

СПІВПРАЦЯ З МІСЦЕВИМИ ПОСТАЧАЛЬНИКАМИ

НАЛАГОДЖЕННЯ ЗВ'ЯЗКІВ ДЛЯ ЦИРКУЛЯРНОЇ ЕКОНОМІКИ

СКАРГА КЛІЄНТА

ПОМИЛКА ПРИ ПОСТАЧАННІ

ОБРОБКА ЗАПИТУ КЛІЄНТА З ОБМЕЖЕНИМ
ТЕРМІНОМ ВИКОНАННЯ

ВПРОВАДЖЕННЯ МОДЕЛІ RAAS У ТЕКСТИЛЬНІЙ КОМПАНІЇ

ІНФОРМУВАННЯ КЛІЄНТІВ ЩОДО СТАЛОГО РОЗВИТКУ

ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СПРАВЕДЛИВИХ УМОВ ПРАЦІ ПО
ВСЬОМУ ЛАНЦЮЖКУ ПОСТАВОК

УПРАВЛІННЯ НАДМІРНИМИ ВІДХОДАМИ

СТВОРЕННЯ ПРОДУКТУ, СЕРТИФІКОВАНОГО
GOTS

УТРИМАННЯ ПРАЦІВНИКІВ

ПЕРЕХІД НА СТАЛИЙ РОЗВИТОК В ЕНЕРГЕТИЦІ
НА НЕВЕЛИКІЙ ТЕКСТИЛЬНІЙ ФАБРИЦІ

ВПРОВАДЖЕННЯ ПРАКТИК ЦИРКУЛЯРНОЇ
ЕКОНОМІКИ ДЛЯ МОДНОГО БРЕНДУ

ВПРОВАДЖЕННЯ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ У
ТЕКСТИЛЬНОМУ ВИРОБНИЦТВІ

ЗМЕНШЕННЯ ЗАБРУДНЕННЯ ВОДИ

ЕКОЛОГІЧНИЙ ПІДХІД: ПРОСТИЙ ПЛАН
МОЗКОВОГО ШТУРМУ

ВПРОВАДЖЕННЯ ЕКОЛОГІЧНО ЧИСТИХ
МАТЕРІАЛІВ



ВСТУП

У міру того, як текстильна промисловість адаптується до екологічного, соціального й економічного тиску, потреба в кваліфікованому та свідомому лідерстві стає дедалі нагальнішою. Проєкт W4TEX (Посилення представництва жінок на керівних посадах у текстильній галузі) прагне подолати гендерний розрив у лідерських ролях, надаючи жінкам інструменти, впевненість і знання для ефективного та сталого управління в умовах змін.

Ця збірка практичних ситуацій розроблена спеціально для тренерів і викладачів, які працюють із жінками в текстильній сфері. Кожен сценарій відображає реалістичну ситуацію, з якою учасниці можуть зіткнутися як менеджерки чи лідерки в текстильному бізнесі. Акцент робиться на рефлексії та проактивності: учасниць закликають аналізувати проблеми, враховувати різні погляди та планувати конкретні дії на основі принципів сталого розвитку й передових практик лідерства.

Сценарії розроблено як інтерактивні, з можливістю участі та адаптації до різних навчальних форматів. Їх можна використовувати для:

- Стимулювання роздумів про гендерну динаміку, етичні дилеми та екологічні рішення;
- Заохочення практичного використання теоретичних знань у реальних ситуаціях;
- Розвитку стратегічного планування та лідерських навичок;
- Створення середовища спільного навчання, де цінуються різноманітність досвіду й поглядів.

Інтегруючи ці сценарії у навчальні програми, викладачі можуть забезпечити більш захопливий та підтримуючий освітній процес для жінок. Це не лише готує слухачок до входу в текстильну галузь, а й дає їм можливість впливати на її розвиток з баченням, відповідальністю та стійкістю.

Ці інструменти є частиною ширших зусиль із просування інклюзивного й сталого лідерства в текстильній промисловості по всій Європі, забезпечуючи жінкам можливості повною мірою сприяти їй у майбутньому.



Побудова локального ланцюга поставок

ОПИС СИТУАЦІЇ



Роздрібний онлайн-продавець прагне вийти за межі традиційного аутсорсингу модних товарів, розробивши лінійку продуктів, які можна виробляти локально. Компанія вже протестувала кілька пілотних проектів із місцевими виробниками, але цього разу планує впровадити продукцію, що буде не лише локального виробництва, а й виготовлятися індивідуально на замовлення. Необхідно налагодити міцні партнерські стосунки з місцевим виробником, визначити, як інтегрувати цю нову модель виробництва поряд із традиційним онлайн-продажем, а також обрати масштаб і асортимент продукції для нового підходу та окреслити перспективи його розвитку.

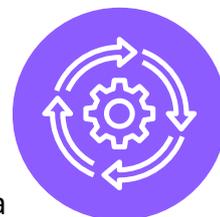
ПРОБЛЕМА, ЯКУ ПОТРІБНО ВИРІШИТИ

Компанія має знайти баланс між новою моделлю виробництва на замовлення/за запитом і традиційною електронною комерцією, розподіливши обов'язки між собою та місцевим партнером/виробником. Завдання для учнів — розробити стратегію впровадження продуктів і додаткових лінійок для масштабування, а також визначити, які процеси виконувати внутрішньо, а які делегувати зовнішнім ланцюжкам/мережам постачання.



ПОРАДИ ЩОДО ВПРОВАДЖЕННЯ

- Групова діяльність
- Час: 60 хвилин
- Матеріали: інформаційні бюлетені W4TEX на теми «Переосмислення (глобального) постачання», Блок № 3 «Транспортування та дистрибуція» та Модуль «Загальні знання про текстильну промисловість» – особливо розділи, пов'язані з новими тенденціями в європейській текстильній промисловості, що включають локальне виробництво та діджиталізацію.
- Заохочуйте групи досліджувати:
 - Приклади попереднього впровадження локального виробництва, які були продовжені або масштабовані.
 - Наявність локальних постачальників із різними спеціалізованими компетенціями.





ОЧІКУВАНІ РЕЗУЛЬТАТИ ТА ОЦІНЮВАННЯ

Очікуваним результатом цієї вправи є розробка учнями чіткої та практичної стратегії для роздрібного онлайн-продавця, яка дозволить успішно впровадити модель локального виробництва на замовлення поряд із традиційною електронною комерцією. Учні повинні запропонувати:

- План співпраці з місцевими виробниками, визначивши ключові етапи налагодження партнерства та розподілу обов'язків (наприклад, внутрішнє управління цифровим продажем і запасами, зовнішнє — виробництво).
- Асортимент стартових продуктів із низькою складністю для пілотного запуску та додаткові лінійки для подальшого масштабування, враховуючи попит і локальні ресурси.
- Стратегію балансування економічних (витрати, прибуток), екологічних (зменшення вуглецевого сліду) і соціальних (підтримка місцевих робочих місць) аспектів.

Результати мають бути представлені у вигляді групових презентацій, які демонструють реальні приклади (наприклад, успішне локальне виробництво в Європі) і враховують діджиталізацію для оптимізації процесів.

ПОСИЛАННЯ

Інформаційний бюлетень W4TEX (WP3) – «Переосмислення (глобального) постачання»
Інформаційний бюлетень W4TEX (WP3) – «Транспортування та розподіл» Модуль W4TEX (WP2) – «Загальні знання про текстильну промисловість» Розділ W4TEX № 3 (WP3) – «Транспортування та розподіл»



Co-funded by
the European Union

Фінансується Європейським Союзом. Однак висловлені погляди та думки належать виключно автору(ам) і не обов'язково відображають погляди Європейського Союзу чи Європейського виконавчого агентства з питань освіти та культури (EACEA). Ні Європейський Союз, ні EACEA не несуть за них відповідальності.

Співпраця з місцевими постачальниками

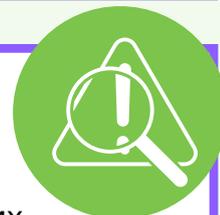


ОПИС СИТУАЦІЇ

Бренд сталого модного одягу планує доповнити свою колекцію виробами з місцевої шведської вовни, яку традиційно розглядали як відходи сільського господарства. Останнім часом зусилля зосереджені на розкритті потенціалу цього ресурсу для виробництва високоякісного одягу, в'язаних аксесуарів та товарів для дому. Однак бренд зіткнувся з труднощами через розбіжність між націнками стандартних пропозицій і витратами на локальне виробництво, а також через брак необхідних компетенцій.

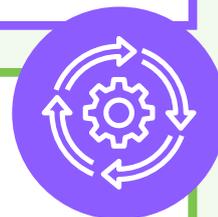
ПРОБЛЕМА, ЯКУ ПОТРІБНО ВИРІШИТИ

Бренд має подолати виклики, пов'язані з витратами та прибутковістю місцевих поставок, і максимально використати переваги моделі, базованої на місцевих матеріалах. Учні можуть запропонувати стратегію для балансування економічних, екологічних і соціальних цілей сталого розвитку в локальному ланцюжку постачання в умовах глобальних мереж.



ПОРАДИ ЩОДО ВПРОВАДЖЕННЯ

- Групова діяльність із розв'язання проблеми
- Тривалість: 60 хвилин.
- Матеріали: Інформаційні бюлетені W4TEX «Переосмислення (глобального) постачання» та «Транспортування й дистрибуція», Блок №3 «Транспортування й дистрибуція» та Модуль «Загальні знання про текстильну промисловість» — зокрема розділи про нові тенденції в європейській текстильній промисловості, що охоплюють місцеве виробництво й циркулярну економіку.
- Заохочуйте групи досліджувати:
 - Попередні приклади використання місцевих матеріалів і адаптації продуктів.
 - Бізнес-модель Canvas.
 - Порівняння характеристик місцевих матеріалів і постачальників із іншими.





ОЧІКУВАНІ РЕЗУЛЬТАТИ ТА ОЦІНЮВАННЯ

Очікуваним результатом цієї вправи є розробка учнями стратегії, яка допоможе бренду сталого модного одягу успішно інтегрувати виробу з місцевої шведської вовни, долаючи фінансові та конкурентні перешкоди. Учні мають запропонувати:



- План оптимізації витрат на локальне виробництво (наприклад, субсидії, кооперація з місцевими фермами чи постачальниками) і підвищення маржинальності через преміум-позиціонування продуктів.
- Стратегію розвитку компетенцій (наприклад, навчання персоналу чи партнерство з експертами), щоб ефективно працювати з місцевими ресурсами.
- Баланс економічних (прибутковість), екологічних (зменшення відходів) і соціальних (підтримка місцевих громад) цілей, інтегруючи локальний ланцюжок у глобальну мережу.

Результати будуть представлені у вигляді групових презентацій, які базуватимуться на реальних прикладах (наприклад, успішне використання місцевої вовни в Європі) і включатимуть аналіз бізнес-моделі Canvas для оцінки рентабельності. Учні також повинні врахувати потенційні ризики (наприклад, нестабільність попиту) і запропонувати шляхи їхнього мінімізації, готуючи бренд до сталого зростання та розширення асортименту (одяг, аксесуари, товари для дому).

ПОСИЛАННЯ

Інформаційний бюлетень W4TEX (WP3) – «Переосмислення (глобального) постачання»
Інформаційний бюлетень W4TEX (WP3) – «Транспортування та дистрибуція»
Модуль W4TEX (WP2) – «Загальні знання про текстильну промисловість» Розділ W4TEX № 3 (WP3) – «Транспортування та дистрибуція»



Co-funded by
the European Union

Фінансується Європейським Союзом. Однак висловлені погляди та думки належать виключно автору(ам) і не обов'язково відображають погляди Європейського Союзу чи Європейського виконавчого агентства з питань освіти та культури (EACEA). Ні Європейський Союз, ні EACEA не несуть за них відповідальності.

Налагодження зв'язків для циркулярної економіки

ОПИС СИТУАЦІЇ



Невеликий бренд одягу стикається з обмеженнями в знаннях, навичках і ресурсах для впровадження циркулярної економіки. Щоб успішно впроваджувати й масштабувати циркулярні бізнес-моделі, компанії потрібно налагоджувати партнерства. Бренд планує створити новий продукт, використовуючи споживчі відходи, надлишки та виробничий брак, наприклад, через переробку. Для цього необхідно розробити локальний ланцюжок постачання й модель виробництва з партнерами, які нададуть знання та допоможуть вирішувати проблеми переробки та локальних закупівель.

ПРОБЛЕМА, ЯКУ ПОТРІБНО ВИРІШИТИ

Компанія має знайти спосіб спільно подолати виклики, пов'язані з переробкою продукції, і, ймовірно, збалансувати переваги та труднощі локального виробництва й постачання. Завдання для учасників полягає у визначенні та пропозиції стратегії пошуку й відбору партнерів під час побудови або переосмислення ланцюга постачання з метою впровадження принципів циклічності. Вони мають запропонувати, як досягти балансу між економічними, екологічними та соціальними цілями сталого розвитку в межах бізнес-моделі, а також врахувати співвідношення глобальних і локальних чинників.



ПОРАДИ ЩОДО ВПРОВАДЖЕННЯ

- Групова вправа на розв'язання проблем
- Тривалість: 60 хвилин
- Матеріали: Інформаційний бюлетень W4TEX «Масштабування циркулярності» — про співпрацю для створення циркулярних продуктів/моделей; тематичні дослідження W4TEX (наприклад, Beskow von Post, Колдбат), а також модуль «Загальні знання про текстильну промисловість» — зокрема розділ про нові тенденції в європейській текстильній промисловості, що стосуються локального виробництва й циркулярної економіки.
- Заохочуйте учасників досліджувати:
 - Існуючі приклади відновлення, переробки та локального постачання
 - Бізнес-модель Canvas, що враховує три складові сталого розвитку (економічну, соціальну, екологічну)
 - Доступних постачальників із досвідом переробки (локально/регіонально)





ОЧІКУВАНІ РЕЗУЛЬТАТИ ТА ОЦІНЮВАННЯ

Результат виконання вправи - групові презентації та обговорення

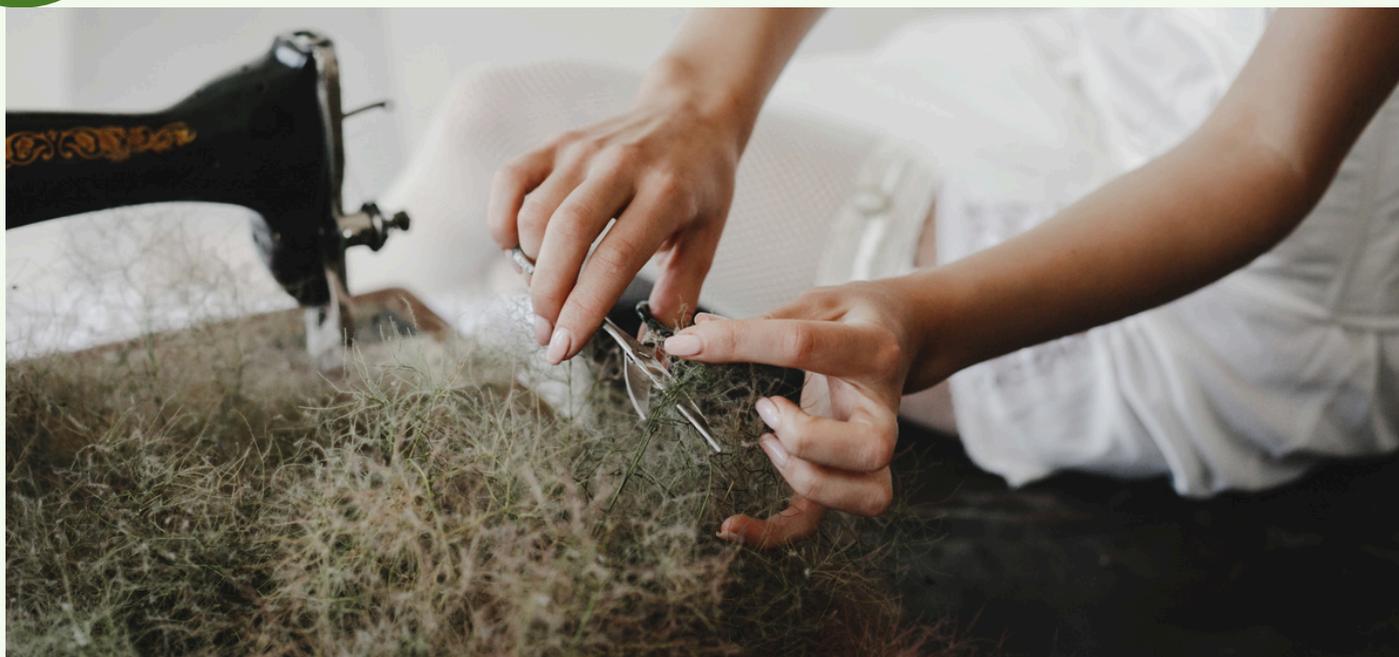
- Критерії самооцінювання:
 - Чіткість і реалістичність запропонованих рішень (з урахуванням контексту галузі)
 - Баланс трьох складових сталого розвитку: екологічної, соціальної та економічної
 - Відповідність цілям Європейського зеленого курсу та політикам Директиви про відходи

Додаткові матеріали:

- Кейс-дослідження W4TEX – Beskow von Post
- Кейс-дослідження W4TEX – Koldbath
- Кейс-дослідження W4TEX – Rekotex

ПОСИЛАННЯ

Інформаційний бюлетень W4TEX – «Циркулярність не може бути реалізована самотужки»
Модуль W4TEX (WP2) – «Загальні знання текстильної промисловості»



Co-funded by
the European Union

Фінансується Європейським Союзом. Однак висловлені погляди та думки належать виключно автору(ам) і не обов'язково відображають погляди Європейського Союзу чи Європейського виконавчого агентства з питань освіти та культури (EACEA). Ні Європейський Союз, ні EACEA не несуть за них відповідальності.

Скарга клієнта



ОПИС СИТУАЦІЇ

Власник текстильної компанії, що спеціалізується на виробництві екологічного текстилю з натуральними барвниками, зіткнувся з проблемою. Один із клієнтів звинуватив компанію у використанні шкідливих для здоров'я матеріалів, стверджуючи, що після носіння купленого одягу у нього з'явився сильний шкірний висип, який потребував медичного втручання. Клієнт вимагає повернення коштів і додаткової компенсації. Власник наполягає, що використовує лише натуральну сировину та барвники з місцевих рослин.

ПРОБЛЕМА, ЯКУ ПОТРІБНО ВИРІШИТИ

Необхідно розслідувати твердження клієнта, оцінити, чи могли методи виробництва компанії спричинити шкірну реакцію, і визначити, як власник може вирішити ситуацію, захистити репутацію компанії та врахувати занепокоєння клієнта.



ПОРАДИ ЩОДО ВПРОВАДЖЕННЯ

Умови

- Офлайн або онлайн
- Співпраця в групах (3-5 осіб)

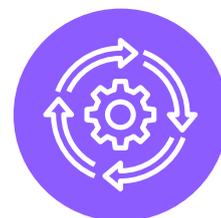
Необхідний час:

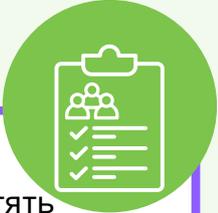
- 15-20 хвилин для початкового мозкового штурму або аналізу проблеми
- 20-30 хвилин для групового обговорення або індивідуальної рефлексії
- 10-15 хвилин для обміну висновками або обговорення в класі

Необхідні матеріали:

- дошка або фліпчарт/ ноутбук або планшет або ПК (якщо онлайн)/ ручки або маркери

Порада: Запропонуйте учням подумати про те, як клієнт може підтвердити свою заяву про висип на шкірі, та дослідити, як у компанії забезпечується прозорість етичного постачання матеріалів.





ОЧІКУВАНІ РЕЗУЛЬТАТИ ТА ОЦІНЮВАННЯ

Компанія має провести тестування використаних матеріалів, щоб виявити, чи містять вони будь-які алергени або подразники для шкіри, а також водночас попросити клієнта надати підтвердження того, що висипання на шкірі було спричинене конкретним алергеном, який міг міститися у волокнах виробу.

Під час усіх комунікацій компанія повинна дотримуватися професійного та емпатійного стилю спілкування і, залежно від результатів розслідування, може запропонувати повернення коштів як жест доброї волі. Щоб запобігти подібним ситуаціям у майбутньому, компанія має покращити тестування продукції та контроль якості, а також приділити більше уваги інформуванню клієнтів про безпечність використання натуральних барвників.

Оцінювання запропонованих рішень має відбуватись у форматі дебатів і конструктивної критики, яку учасники надають один одному в межах взаємооцінювання. Висловлені думки щодо запропонованих підходів мають бути обговорені всіма учасниками, щоб посилити обмін поглядами. Окрім цього, учасники можуть застосовувати самооцінювання, щоб переосмислити свої пропозиції та оцінити, наскільки збалансовано вони враховують інтереси як клієнта, так і компанії.

ПОСИЛАННЯ

Махер/Хафед/Джаухер. (н.д.). Аутсорсинг управління претензіями: Послуги з управління претензіями. Бізнес-рішення та послуги. <https://bs-solution.com/en/services/claims-management>



Co-funded by
the European Union

Фінансується Європейським Союзом. Однак висловлені погляди та думки належать виключно автору(ам) і не обов'язково відображають погляди Європейського Союзу чи Європейського виконавчого агентства з питань освіти та культури (EACEA). Ні Європейський Союз, ні EACEA не несуть за них відповідальності.

Помилка при постачанні

ОПИС СИТУАЦІЇ



Текстильна компанія щойно отримала від свого постачальника упаковки велике замовлення на попередньо етикетовані коробки.

Після доставки менеджер з постачання оглядає коробки та виявляє, що назва компанії написана неправильно. В результаті вся партія замовлення непридатна для використання, проте постачальник відмовляється приймати її назад, наполягаючи на тому, що інструкції менеджера з постачання були виконані, а назва компанії була надрукована правильно.

Менеджер з постачання не бажає викидати коробки, якщо постачальник не забере їх назад, оскільки це суперечить політиці компанії та не відповідає її зусиллям щодо впровадження системи циркулярної економіки у всій діяльності компанії.

ПРОБЛЕМА, ЯКУ ПОТРІБНО ВИРІШИТИ

Проблема полягає в тому, що компанія отримала пакувальний матеріал, на якому було написано її назву з помилкою.



Задача полягає у тому, щоб вирішити проблему, щоб професійні стосунки між текстильною компанією та її постачальником залишалися неушкодженими, і водночас запропонувати рішення, яке не матиме впливу на навколишнє середовище та не спричинить додаткові витрати для компанії.

ПОРАДИ ЩОДО ВПРОВАДЖЕННЯ

Умови проведення:

- Формат заняття - тренінг
- Невеликі групи учнів (3-5 осіб)

Необхідний час:

- 20-30 хвилин на групове обговорення та мозковий штурм
- 15-20 хвилин для кожної групи, щоб представити свої рішення або обговорити їх у класі

Необхідний матеріал:

- Роздаткові матеріали зі сценаріями, фліпчарт або дошка, маркери або ручки, папір

Поради:

- Заохочуйте критичне мислення, спонукаючи учнів розглянути основне питання (наприклад, чи були надані чіткі інструкції? У якій формі (усній, письмовій)? Чи було непорозуміння або чи постачальник не виконав інструкцій?)
- Підкресліть важливість підтримки професіоналізму та сильних комунікативних навичок у робочому середовищі, особливо на керівній посаді.





ОЧІКУВАНІ РЕЗУЛЬТАТИ ТА ОЦІНЮВАННЯ

Текстильна компанія обрала саме цю компанію-постачальника упаковки, оскільки вона є місцевою та відома своїми високопродуктивними та етичними методами виробництва.

Щоб продовжити співпрацю, менеджер з постачання компанії повинен піти на компроміс і попросити постачальника виправити помилку, надіславши йому нові етикетки для прикріплення до упаковок. Потреба в нових етикетках буде підкреслена, якщо ввічливо повідомити постачальнику, що помилки завжди можуть траплятися, але ефективна співпраця потребує компромісів з обох сторін, щоб вона тривала.

Крім того, менеджер з постачання пообіцяє, що наступного разу замовлення будуть розміщені більш чітко та в письмовій формі (наприклад, електронною поштою), щоб уникнути непорозумінь. Ще краще, якщо постачальника попросять створити спеціальні форми замовлення для своїх клієнтів, а також будь-який менеджер з постачання повинен мати такі форми.

Рішення проблеми слід знайти шляхом групового обговорення або дебатів, де учні матимуть можливість обґрунтувати запропоноване(і) рішення(я). Крім того, учні можуть самостійно оцінити свої дії за допомогою контрольного списку або інструменту самооцінки (наприклад, анкети).

ПОСИЛАННЯ

БЛОК 3 – ТРАНСПОРТ ТА ДИСТРИБУЦІЯ



Co-funded by
the European Union

Фінансується Європейським Союзом. Однак висловлені погляди та думки належать виключно автору(ам) і не обов'язково відображають погляди Європейського Союзу чи Європейського виконавчого агентства з питань освіти та культури (EACEA). Ні Європейський Союз, ні EACEA не несуть за них відповідальності.

Обробка запиту клієнта з обмеженим терміном виконання

ОПИС СИТУАЦІЇ



Генеральний директор текстильної компанії отримав запит від великої готельної мережі з проханням виготовити професійний одяг для всіх її працівників. Однак замовлення має бути виконано та доставлено протягом 2 тижнів, інакше угода буде анульована.

Компанії потрібні гроші від цієї угоди, але водночас вона має труднощі з дотриманням встановленого терміну, оскільки використовує етичні методи виробництва, які потребують часу. Навіть якщо їм вдасться це зробити, доставка замовлення клієнту, який знаходиться в іншій країні, морськими контейнерами, займе більше часу, ніж очікувалося, тому замовлення не досягне пункту призначення вчасно.

ПРОБЛЕМА, ЯКУ ПОТРІБНО ВИРІШИТИ

Подумайте про способи, якими генеральний директор може впоратися з ситуацією, гарантуючи, що він укладе угоду, не впливаючи на якість свого продукту чи загальну діяльність компанії.



Запропоновані рішення також повинні бути економічно ефективними.

ПОРАДИ ЩОДО ВПРОВАДЖЕННЯ

Умови проведення:

- Формат класу/майстерні
- Спільно в невеликих групах (3-5 осіб) або індивідуально

Необхідний час:

- 10 хвилин на вступ до сценарію
- 25 хвилин для групового обговорення або індивідуальної рефлексії
- 15 хвилин на презентацію та підбиття підсумків

Необхідні матеріали:

- Роздаткові матеріали зі сценаріями
- Біла дошка/фліпчарт
- Ручки/Маркери



Порада: Встановіть чіткі цілі для групової вправи з мозкового штурму, а потім проведіть обговорення. Спонукайте учнів подумати про етичні проблеми, логістичні обмеження та максимізацію прибутку.



ОЧІКУВАНІ РЕЗУЛЬТАТИ ТА ОЦІНЮВАННЯ

Компанія повинна домовитися з готельною групою про коригування способу доставки або продовження терміну. Для досягнення цієї мети компанія може запропонувати невелику знижку на майбутні покупки, мотивуючись тим, що краще втратити гроші сьогодні, але отримати лояльного та задоволеного клієнта на довгостроковий термін.

Компанія здобула свою репутацію завдяки сталим методам виробництва та соціальному підприємництву, яке вона демонструє. Щоб пришвидшити виробництво та задовольнити попит готельних груп, їй довелося б вдатися до засобів виробництва, які не відповідають її філософії та можуть зашкодити її іміджу.

Щоб оцінити рішення учнів щодо проблеми, тренер повинен провести групову дискусію після групового мозкового штурму та сприяти взаємній оцінці. Таким чином можна поділитися різними точками зору. Було б корисно, якщо б тренер попросив учнів самостійно оцінити свої пропозиції, а потім поставити оцінку (від 1 до 10) за кожно з них.

ПОСИЛАННЯ

Блок 3 – Транспортування та дистрибуція



Co-funded by
the European Union

Фінансується Європейським Союзом. Однак висловлені погляди та думки належать виключно автору(ам) і не обов'язково відображають погляди Європейського Союзу чи Європейського виконавчого агентства з питань освіти та культури (EACEA). Ні Європейський Союз, ні EACEA не несуть за них відповідальності.

Впровадження моделі PaaS у текстильній компанії



ОПИС СИТУАЦІЇ

Невелика текстильна компанія, яка виробляє екологічно чистий одяг, прагне розширити свій асортимент продукції, розробивши систему «продукт як послуга» (PaaS). Замість того, щоб продавати одяг безпосередньо, компанія хоче запровадити модель, за якою клієнти можуть орендувати одяг на певний період, створюючи більш сталий цикл споживання та зменшуючи кількість текстильних відходів. Завдання полягає у створенні системи для безперешкодного управління запасами продукції, орендою, взаємодією з клієнтами та поверненням товарів. Компанія повинна визначити ефективний спосіб впровадження моделі PaaS, забезпечуючи легкість процесу оренди для клієнтів.

ПРОБЛЕМА, ЯКУ ПОТРІБНО ВИРІШИТИ

Компанії потрібно впровадити систему PaaS, яка дозволить клієнтам орендувати товари, а компанія зможе керувати платежами. Завдання для учнів полягає в тому, щоб продумати інтеграцію інноваційної системи доставки продукції в операційну діяльність компанії, встановити правила та покрокові інструкції для такої системи.



ПОРАДИ ЩОДО ВПРОВАДЖЕННЯ

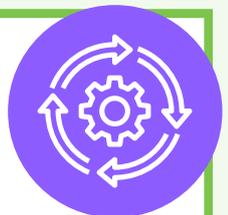
Структура: Групова вправа.

Тип вправи: Спільне обговорення, розробка стратегії та творча розробка макету для реалізації моделі PaaS.

Розподіл часу: 90 хвилин (15 хвилин на вступ до концепції PaaS, 30 хвилин на групове обговорення та покрокове визначення відповідної моделі PaaS, 30 хвилин на розробку макетних матеріалів та плану, 15 хвилин на групову презентацію та зворотний зв'язок)

Матеріали: Фліпчарти, маркери, комп'ютери для дослідження та створення макетів.

Вказівки: Заохочуйте учасників шукати приклади компаній, які впровадили моделі PaaS у текстильній промисловості. Визначте ключові фактори успіху: ціноутворення, логістика, залучення клієнтів.





ОЧІКУВАНІ РЕЗУЛЬТАТИ ТА ОЦІНЮВАННЯ



- Оцінка вирішення:
 - Обговорення ефективності рішень, представлених групою, для залучення моделей PaaS до бізнесу.
 - Розуміння різних варіантів PaaS: оренда, а також моделі передплати, послуги з технічного обслуговування та ремонту тощо)
 - Доцільність та креативність розробленого PaaS-рішення. Чіткість кроків стратегії.
 - Активна участь у розробці дієвого плану.
- Критерії оцінювання:
 - Якість запропонованого плану впровадження PaaS, включаючи практичне рішення для відстеження продуктів та обслуговування клієнтів.
 - Креативність та оригінальність запропонованого рішення, ефективність.

ПОСИЛАННЯ

Clustercollaboration (2017) Модель передплати на дитячий одяг у Данії
<https://www.clustercollaboration.eu/content/baby-clothes-subscription-model-denmark>

Європейська платформа зацікавлених сторін циркулярної економіки. (н.д.) Продукт як послуга. <https://circulareconomy.europa.eu/platform/en/sector/product-service>



Co-funded by
the European Union

Фінансується Європейським Союзом. Однак висловлені погляди та думки належать виключно автору(ам) і не обов'язково відображають погляди Європейського Союзу чи Європейського виконавчого агентства з питань освіти та культури (EACEA). Ні Європейський Союз, ні EACEA не несуть за них відповідальності.

Інформування клієнтів щодо сталого розвитку



ОПИС СИТУАЦІЇ

Невелика текстильна компанія нещодавно випустила нову колекцію одягу, що відповідає принципам сталого розвитку, використовуючи екологічно чисті матеріали та етичні виробничі процеси. Однак компанія стикається з проблемою ефективного донесення інформації про сталий розвиток своєї продукції до своїх клієнтів. «Грінвошинг» створює плутанину на ринку, і хоча 44% клієнтів просто не цінують сталий розвиток, інші можуть скептично ставитися до заяв компанії. Текстильній компанії важко надати точну, чітку та прозору інформацію про свої зусилля у сфері сталого розвитку, водночас гарантуючи, що маркетинг не перебільшує та не вводить клієнтів в оману.

ПРОБЛЕМА, ЯКУ ПОТРІБНО ВИРІШИТИ

Компанія повинна знайти спосіб інформувати своїх клієнтів про свої справжні зусилля у сфері сталого розвитку, не потрапляючи в пастку грінвошингу, забезпечуючи, щоб усі заяви були підкріплені достовірною інформацією та прозорою комунікацією. Завдання для учнів полягає в тому, щоб продумати маркетингові стратегії, спрямовані на навчання клієнтів питанням сталого розвитку та використання прозорості та точної інформації про сталий розвиток.



ПОРАДИ ЩОДО ВПРОВАДЖЕННЯ

Структура: Груповий мозковий штурм та діяльність зі стратегічної розробки.

Тип вправи: Спільна рефлексія, розробка стратегії та творча робота з розробки пробних маркетингових матеріалів.

Розподіл часу: 90 хвилин (15 хвилин на вступ та презентацію концепції грінвошингу, 30 хвилин на групове обговорення та визначення меседжів сталого розвитку для донесення інформації, 30 хвилин на розробку пробних маркетингових матеріалів, 15 хвилин на групову презентацію та зворотний зв'язок)

Необхідні матеріали: фліпчарти, маркери, комп'ютери для створення макетів.

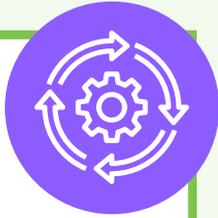
Вказівки: Заохочуйте учасників дослідити ключові принципи маркетингових повідомлень, які працюють. Заохочуйте креативність.





ПОРАДИ ЩОДО ВПРОВАДЖЕННЯ

Впровадження: ви можете почати з використання наданих посилань та курсу W4TEX, щоб пояснити концепцію грінвошингу. Потім залучіть учасників до групового обговорення, використовуючи структуровану структуру, таку як керовані питання, симуляційні вправи або «Світове кафе» (раунди невеликих груп).



ОЧІКУВАНІ РЕЗУЛЬТАТИ ТА ОЦІНЮВАННЯ

- Оцінка рішення:
 - Обговорення ефективності рішень, представлених групою для інформування клієнтів.
 - Доцільність та креативність розробленої кампанії. Оцінка інструментів, обраних для реалізації маркетингової стратегії.
 - Чіткі та переконливі повідомлення.
- Критерії оцінювання:
 - Розуміння учнями грінвошингу та способів його уникнення в маркетингу.
 - Креативність, прозорість та ефективність стратегії інформування клієнтів у комунікаційних зусиллях компанії щодо сталого розвитку.



ПОСИЛАННЯ

Акера (11 березня 2025 р.) Що таке «грінвошинг» (і як його розпізнати)
<https://thesustainableagency.com/blog/what-greenwashing-is-and-how-to-spot-it/>

ESGReport (2024, 30 грудня) 10 найкращих прикладів сталого маркетингу
<https://esgthereport.com/the-top-10-examples-of-sustainable-marketing/>

Гранског (2020), Опитування: Думки споживачів щодо сталого розвитку в моді.
<https://www.mckinsey.com/industries/retail/our-insights/survey-consumer-sentiment-on-sustainability-in-fashion>



Co-funded by
the European Union

Фінансується Європейським Союзом. Однак висловлені погляди та думки належать виключно автору(ам) і не обов'язково відображають погляди Європейського Союзу чи Європейського виконавчого агентства з питань освіти та культури (EACEA). Ні Європейський Союз, ні EACEA не несуть за них відповідальності.

Забезпечення справедливих умов праці по всьому ланцюжку поставок



ОПИС СИТУАЦІЇ

Понад 70% імпорту текстилю та одягу до ЄС надходить з Азії. Відповідно до цієї поширеної практики, невелике текстильне підприємство з виробництва спортивного одягу передає частину свого виробництва на аутсорсинг до азійських країн. Однак численні скандали щодо умов праці в цих країнах, можуть зашкодити репутації компанії. Зіткнувшись зі зростаючим тиском з боку клієнтів, зацікавлених сторін та регуляторних органів щодо забезпечення справедливих умов праці в ланцюжку поставок, компанія повинна шукати шляхи для встановлення прозорих та етичних практик.

ПРОБЛЕМА, ЯКУ ПОТРІБНО ВИРІШИТИ

Компанія повинна оцінити та гарантувати гідні умови праці по всьому своєму ланцюжку поставок, забезпечуючи справедливість та дотримання міжнародних трудових стандартів, зберігаючи при цьому свою репутацію компанії, що займається сталим та етичним виробництвом. Завдання для учнів полягає у визначенні критеріїв оцінки умов праці та втіленні їх у конкретні дії.



ПОРАДИ ЩОДО ВПРОВАДЖЕННЯ

Структура: Груповий мозковий штурм.

Тип вправи: Спільне вирішення проблем.

Розподіл часу: 70 хвилин (15 хвилин вступ та пошук документації/посилань, 35 хвилин групове обговорення, 15 хвилин групова презентація рішень, 5 хвилин зворотний зв'язок)

Необхідні матеріали: фліпчарти, маркери.

Вказівки: Заохочуйте учасників дослідити:

- Приклади з реального світу, скандали, вплив на репутацію.
- Випадки етичного управління ланцюгами поставок.
- Принципи справедливої торгівлі, справедливих умов праці, етичної праці.





ОЧІКУВАНІ РЕЗУЛЬТАТИ ТА ОЦІНЮВАННЯ

- Оцінка рішення:
 - Обговорення ефективності рішень, запропонованих групою.
 - Доцільність та креативність розроблених стратегій.
 - Активна участь.
- Критерії оцінювання:
 - Розуміння учнями трудових прав та ключових питань управління постачанням, пов'язаних з аутсорсингом виробництва.
 - Визначення чітких критеріїв оцінки для інтеграції етики на робочому місці в бізнес-операції.
 - Визначення інструментів прозорості для підтримки підзвітності в ланцюжку поставок.



ПОСИЛАННЯ

Європейський парламент (серпень 2014 р.), Умови праці працівників у текстильному та швейному секторі: лише азійська справа? Питання, що стоять на кону після трагедії в Рана Плаза. Брифінг <https://www.europarl.europa.eu/EPRS/140841REV1-Workers-conditions-in-the-textile-and-clothing-sector-just-an-Asian-affair-FINAL.pdf>

Асоціація FairLabor (2017) ВІДСТЕЖУВАННЯ ТА ПРОЗОРИСТЬ ЛАНЦЮГА ПОСТАЧАНЬ: Зміна галузевих норм, нові нормативні акти та зростаючий інтерес з боку громадянського суспільства https://www.fairlabor.org/wp-content/uploads/2022/01/supply_chain_traceability_and_transparency_june_2017_0.pdf

МОП (2024) Вплетення принципів гідної праці в структуру ланцюгів поставок у бавовняній промисловості та за її межами <https://www.ilo.org/resource/article/weaving-decent-work-fabric-supply-chains-cotton-industry-and-beyond>



Co-funded by
the European Union

Фінансується Європейським Союзом. Однак висловлені погляди та думки належать виключно автору(ам) і не обов'язково відображають погляди Європейського Союзу чи Європейського виконавчого агентства з питань освіти та культури (EACEA). Ні Європейський Союз, ні EACEA не несуть за них відповідальності.

Управління надмірними відходами



ОПИС СИТУАЦІЇ

Місцева текстильна компанія стикається з надмірними відходами тканини під час процесу розкрою та виробництва одягу, що призводить до потенційної втрати прибутку, високих витрат на утилізацію та екологічних проблем. Компанія хоче впровадити стратегії для зменшення цих відходів та підвищення ефективності використання ресурсів, одночасно збільшуючи прибутки та виробничий потенціал.

ПРОБЛЕМА, ЯКУ ПОТРІБНО ВИРІШИТИ

Надмірні текстильні відходи не лише спричиняють витрати компаній на утилізацію, але й шкодять навколишньому середовищу, марнуючи цінні ресурси та виробничу енергію, а також сприяють проблемам утилізації. У виробництві одягу 10-15% тканини викидається у вигляді обрізків та клаптиків під час процесів розкрою. Крім того, відходи перед створенням одягу становлять приблизно 20% від загальної кількості текстильних відходів, що виникають через дефекти тканини, обрізки з розкрою та непродані запаси. Погано оптимізовані виробничі процеси можуть призвести до втрат тканини до 35-40% у виробництві швидкої моди. Як компанія може мінімізувати текстильні відходи, зберігаючи при цьому ефективність виробництва?



ПОРАДИ ЩОДО ВПРОВАДЖЕННЯ

Структура: Обговорення в невеликих групах та фінальна презентація

Тип вправи: Спільний мозковий штурм, пошук способів вирішення проблем

- У невеликих групах учні визначають компанію або тип продукту, з якими вони працюватимуть у цій вправі. Вони повинні дослідити аналогічні компанії, щоб дослідити будь-які стратегії мінімізації матеріальних відходів, які використовуються наразі. Учні проаналізують стратегії зменшення відходів, такі як оптимізація викрійок, переробка тканин та повторне використання обрізків для нових продуктів, і запропонують рішення. Учні повинні проявити креативність та інноваційне мислення, щоб спиратися на існуючі стратегії для впровадження, що враховують місцевий ринок та контекстуальне середовище їхніх визначених компаній.

Необхідний час: 2-3 години (можна розділити на кілька днів)

Матеріали:

- Вирішення проблем (Модуль 11)
- Управління якістю та продуктивністю (Модуль 12)
- Кейс Zerolab
- Кейс Dell'Orco & Villani





Зображення з Freerik



ОЧІКУВАНІ РЕЗУЛЬТАТИ ТА ОЦІНЮВАННЯ

Учні мають запропонувати рішення, зокрема (але не виключно): створення विकрійок із нульовими відходами, партнерства з переробки чи ініціативи з апсайклінгу. Можуть бути включені впровадження інструментів Технології 4.0 для відстеження відходів або методи бережливого виробництва для оптимізації використання тканин. Реальними прикладами можуть слугувати компанії, як-от H&M і Levi's, які впровадили програми переробки тканин і апсайклінгу на своїх лініях, або тематичне дослідження Zeroloab.

Тренер може оцінити учнів через групові презентації, де вони детально представлять свої рішення, пояснюючи переваги та виклики. Після виступів усіх груп можна провести взаємну оцінку, запросивши учнів оцінити рішення інших команд за доцільністю, економічною ефективністю та впливом на скорочення відходів. Також варто організувати дебати, де учасники аргументуватимуть переваги своїх стратегій, спираючись на практичні приклади. Тренер використовуватиме таблицю оцінювання, щоб визначити, наскільки переконливо учні обґрунтовують рішення та застосовують практичні знання до сценарію.

ПОСИЛАННЯ

- Фонд Еллен Макартур. (2017). Нова текстильна економіка: Переосмислення майбутнього моди.
- Фонд Еллен Макартур. (2017). Нова текстильна економіка: Переосмислення майбутнього моди.
- Глобальний порядок денний моди. (2020). Мода та клімат: Як індустрія моди може терміново вжити заходів для зменшення викидів парникових газів.
<https://www.globalfashionagenda.com/publications-and-policy/fashion-on-climate>
- Текстильна біржа. (2021). Посібник з перероблених матеріалів.
<https://textileexchange.org/app/uploads/2021/09/GRS-202-V1.0-Textile-Exchange-Guide-to-Recycled-Inputs.pdf>



Створення продукту, сертифікованого GOTS



ОПИС СИТУАЦІЇ

Виробник текстилю отримав запит від дизайнера на виготовлення виробу з використанням органічної бавовни, сертифікованої за стандартом GOTS. Щоб виконати цю вимогу, виробник повинен забезпечити відповідність кожного етапу ланцюга постачання: від постачання сировини до кінцевого виробництва — вимогам Глобального стандарту органічного текстилю (GOTS). Крім того, дизайнер хоче забезпечити споживачам повну прозорість щодо екологічних характеристик продукту, інтегрувавши цифровий паспорт продукту (DPP).

ПРОБЛЕМА, ЯКУ ПОТРІБНО ВИРІШИТИ

Вимоги та стандарти сертифікації GOTS повинні бути впроваджені на кожному етапі виробництва та ланцюга постачання (сировина, обробка, виробництво, маркування). Конкретні типи продукції мають різні ланцюги постачання, тому це необхідно досліджувати для кожного сертифікованого продукту, який виробляє компанія. Деякі постачальники та виробники, з якими співпрацює компанія, можуть не дотримуватися вимог GOTS щодо органічної бавовни, фарбування, обробки та оздоблення, що вимагатиме створення нового ланцюга постачання для сертифікованого продукту. Як виробник може гарантувати, що кінцевий продукт відповідає стандартам сертифікації GOTS по всьому ланцюгу постачання, і що ця інформація чітко доноситься до відомих споживачів без ризиків грінвошингу?



ПОРАДИ ЩОДО ВПРОВАДЖЕННЯ

Структура: Груповий дослідницький проект із заключною презентацією.
Тип вправи: Спільне переналаштування ланцюга поставок та створення цифрового паспорта продукту.

Необхідний час: 3-4 години (можна розділити на кілька сесій).

Матеріали:

- Офіційний веб-сайт та документи про сертифікацію GOTS
- Найповніший посібник з цифрових паспортів продуктів (DPP) від circularise
- Приклади цифрового паспорта продукту: Repoon





ОЧІКУВАНІ РЕЗУЛЬТАТИ ТА ОЦІНЮВАННЯ

Студенти будуть розділені на невеликі групи для дослідження стандартів сертифікації GOTS та створення детальної карти ланцюга поставок, яка показуватиме кожен етап (бавовняне виробництво, прядіння, ткацтво, фарбування, оздоблення, виробництво одягу) у виробництві визначеного продукту, а також те, як кожен крок відповідає стандартам GOTS. Учні досліджуватимуть стандарти та виробництво продуктів, обговорюватимуть, як цей продукт можна зробити таким, щоб він відповідав стандартам сертифікації.

Приклади з реального життя:

- “Monobi Studios” використовує цифровий паспорт продукту Renoon, щоб забезпечити повну прозорість щодо виготовлення своїх футболок з органічної бавовни, сертифікованої за стандартом GOTS. Приклади можна знайти на їхніх сторінках товарів в інтернет-магазині.
- “Antonio Ratti”, відомий своєю відданістю принципам сталого розвитку, інтегрує у виробництво тканин простежувані органічні матеріали.

Оцінювання:

- Кожна група подає викладачеві документ, у якому зазначає тип продукту, відображає мапу ланцюга постачання виробу, а також надає інформацію, яка демонструє, як кожен етап відповідає вимогам стандарту GOTS.
- Прототип цифрового продуктового паспорта (DPP) буде представлено у вигляді візуальної презентації для показу іншим групами. Прототип має включати: прозорість джерел постачання сировини, інформацію про сертифікацію та дотримання стандартів, QR-код або цифровий тег для взаємодії з клієнтом.
- Кожна група проведе рецензування презентацій інших груп, а також самооцінювання в межах своєї групи, оцінюючи внесок кожного учасника, рівень співпраці та навички розв'язання проблем.

Критерії оцінювання для викладача:

- Точність і глибина дослідження відповідності стандарту GOTS
- Логічність та реалізованість мапи ланцюга постачання

Критерії для взаємного оцінювання:

- Креативність і ефективність дизайну цифрового паспорта продукту (DPP)

ПОСИЛАННЯ

- Загальні знання про текстильну промисловість (Модуль 1)



Co-funded by
the European Union

Фінансується Європейським Союзом. Однак висловлені погляди та думки належать виключно автору(ам) і не обов'язково відображають погляди Європейського Союзу чи Європейського виконавчого агентства з питань освіти та культури (EACEA). Ні Європейський Союз, ні EACEA не несуть за них відповідальності.

Утримання працівників



ОПИС СИТУАЦІЇ

Текстильна компанія бореться з високою плинністю кадрів, що збільшує витрати на навчання та знижує продуктивність. Робоча сила старіє, а молоді працівники, які приходять на роботу в компанію, швидко втрачають мотивацію та зацікавленість, що призводить до короткого періоду зайнятості. Кваліфіковані працівники звільняються через погані умови праці, низьку заробітну плату та обмежені можливості кар'єрного зростання. Керівництво повинно знайти спосіб покращити утримання кадрів, одночасно інвестуючи в навчання кваліфікованої робочої сили, щоб йти в ногу з тенденціями галузі.

ПРОБЛЕМА, ЯКУ ПОТРІБНО ВИРІШИТИ

Як компанія може стати привабливішою для молодих співробітників, підвищити задоволеність та утримання працівників, одночасно збалансувавши витрати та продуктивність? Як менеджер, вам необхідно дослідити стратегії, які покращать умови праці, пропонуватимуть справедливу заробітну плату та створюватимуть можливості для розвитку кар'єри. Мета полягає в тому, щоб створити рішення, які задовольняють потреби співробітників у кар'єрному розвитку та грошовій компенсації.



ПОРАДИ ЩОДО ВПРОВАДЖЕННЯ

Структура: Обговорення/дебати

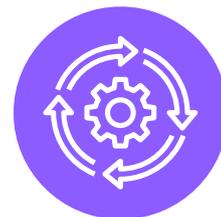
Тип вправи:

- Під час групового мозкового штурму невеликі групи співпрацюють разом для обговорення проблеми.
- Під час презентації учні виступають у ролі менеджерів з персоналу, які презентують іншим групам програми з утримання персоналу та пропозиції щодо навчання працівників діджитал навичок.
- Дебати дозволять групам оцінити рішення один одного, надати зворотній зв'язок та обговорити свої думки.

Необхідний час: 90 хвилин

Матеріали:

- Галузеві звіти про утримання робочої сили.
- Вебсайти кадрових відділів компаній для аналізу поточних пропозицій фірм, які цікавлять студентів.
- Приклади успішних HR-стратегій (див. відео на YouTube).
- Інформація про цифрові технології в текстильній промисловості.





ОЧІКУВАНІ РЕЗУЛЬТАТИ ТА ОЦІНЮВАННЯ

Студенти мають запропонувати практичні рішення, що поєднують стратегії утримання працівників із програмами розвитку цифрових навичок. Серед можливих заходів:

- Покращення умов праці: створення комфортних робочих місць, якісне освітлення, привабливе середовище, чіткі правила перерв і відпусток.
- Пропонування фінансових та нефінансових стимулів, таких як бонуси за результатами роботи, підвищення заробітної плати, обідні пакети та сімейні пропозиції
- Впровадження програм навчання та розвитку кар'єри
- Заохочення залучення працівників через механізми зворотного зв'язку, вправи з розбудови спільноти та можливості для розвитку позитивної робочої культури

Одним з реальних прикладів є Inditex (Zara), яка впровадила цифрові навчальні програми для співробітників (Zara Boost). Компанії, які інвестують у розвиток співробітників, створюють робочу силу, здатну адаптуватися до мінливих вимог галузі.

Слухачі представлятимуть свої рішення в невеликих групах за допомогою рольової гри, де вони виступатимуть у ролі менеджерів з персоналу, які презентуватимуть керівникам програми утримання персоналу та цифрового навчання. Вони повинні пояснити, як їхні стратегії сприятимуть утриманню співробітників, одночасно інтегруючи розвиток цифрових навичок у робочу силу. Тренер може оцінити рішення на основі доцільності, економічної ефективності та відповідності майбутнім потребам галузі.

Експертне оцінювання та дебати також можуть бути використані для критики запропонованих стратегій. Оцінювання може базуватися на переконливості аргументів та реалістичності їхнього застосування в реальному світі.

ПОСИЛАННЯ

- Мотиваційні навички (Модуль 7)
- Тімбілдинг (Модуль 9)
- Людські ресурси (Модуль 10)
- Вирішення проблем (Модуль 11)



Co-funded by
the European Union

Фінансується Європейським Союзом. Однак висловлені погляди та думки належать виключно автору(ам) і не обов'язково відображають погляди Європейського Союзу чи Європейського виконавчого агентства з питань освіти та культури (EACEA). Ні Європейський Союз, ні EACEA не несуть за них відповідальності.

Перехід на сталий розвиток в енергетиці на невеликій текстильній фабриці



ОПИС СИТУАЦІЇ

Сімейна текстильна компанія, що спеціалізується на високоякісному льняному одязі, стикається з фінансовою кризою через зростання цін на енергоносії. Компанія залежить від природного газу для своїх процесів фарбування та оздоблення, які стають дедалі дорожчими через енергетичні норми ЄС та коливання ринку. Компанія хоче перейти на відновлювані джерела енергії, але стикається з високими початковими інвестиціями та обмеженою фінансовою підтримкою.

ПРОБЛЕМА, ЯКУ ПОТРІБНО ВИРІШИТИ

Компанія повинна знайти спосіб зменшення споживання енергії та переходу на більш екологічні енергетичні рішення, зберігаючи при цьому ефективність виробництва та фінансову стабільність. Завдання для учнів полягає в тому, щоб запропонувати стратегію, яка б збалансувала економічну доцільність з цілями сталого розвитку.



ПОРАДИ ЩОДО ВПРОВАДЖЕННЯ

- **Структура:** Групова діяльність з вирішення проблем.
- **Тип вправи:** Спільний аналіз тематичного дослідження.
- **Розподіл часу:** 60 хвилин.
- **Необхідні матеріали:** інформаційний бюлетень щодо енергетичної політики ЄС.
- **Вказівки:** Заохочуйте учасників дослідити та проаналізувати наведені нижче пункти:
 - Енергоефективні технології, такі як системи рекуперації тепла.
 - Доцільність використання сонячної енергії.
 - Вартість зеленої енергії на сучасному ринку
 - Порівняння різних варіантів інвестицій в енергетику
 - Доступ до державних грантів та субсидій для малого та середнього бізнесу.





ОЧІКУВАНІ РЕЗУЛЬТАТИ ТА ОЦІНЮВАННЯ

- Формат презентації рішення: Дебати та групові презентації.
- Критерії оцінювання:
 - Інноваційність та доцільність запропонованих рішень.
 - Економічна ефективність та потенційна окупність інвестицій.
 - Узгодження з політикою ЄС «Зеленої угоди».
- Самооцінювання: Учні розмірковують над тим, наскільки їхні рішення відповідають реаліям галузі.



ПОСИЛАННЯ

EURATEX (2022). Факти та ключові показники європейської текстильної та швейної промисловості за 2022 рік. EURATEX. Отримано з: <https://euratex.eu/facts-and-key-figures/>

EURATEX (2024). Факти та ключові показники європейської текстильної та швейної промисловості за 2024 рік. EURATEX. Отримано з: <https://euratex.eu/facts-and-key-figures/>

Європейська комісія. (н.д.). Європейська зелена угода. Європейська комісія. Отримано з: https://commission.europa.eu/strategy-and-policy/priorities-2019-2024/european-green-deal_en

Європейська комісія. (н.д.). План дій щодо циркулярної економіки. Європейська комісія. Отримано з: https://environment.ec.europa.eu/strategy/circular-economy-action-plan_en



Co-funded by
the European Union

Фінансується Європейським Союзом. Однак висловлені погляди та думки належать виключно автору(ам) і не обов'язково відображають погляди Європейського Союзу чи Європейського виконавчого агентства з питань освіти та культури (EACEA). Ні Європейський Союз, ні EACEA не несуть за них відповідальності.

Впровадження практик циркулярної економіки для модного бренду



ОПИС СИТУАЦІЇ

Флагмандський бренд сталого одягу, що спеціалізується на одязі з органічної бавовни та конопель, намагається переконати клієнтів перейти на моделі циркулярної економіки. Хоча їхній одяг розроблений з урахуванням довговічності, багато споживачів все одно викидають його після кількох сезонів. Бренд хоче запровадити програму повернення та перепродажу одягу, але стикається з логістичними проблемами та опором споживачів.

ПРОБЛЕМА, ЯКУ ПОТРІБНО ВИРІШИТИ

Компанії необхідно розробити стратегію, яка заохочуватиме клієнтів повертати вживаний одяг та зробить процес перепродажу ефективним і прибутковим. Слухачі повинні розробити практичну та привабливу бізнес-модель для системи повернення та перепродажу.



ПОРАДИ ЩОДО ВПРОВАДЖЕННЯ

- **Структура:** Симуляція рольової гри (студенти виконують ролі в управлінській команді компанії, наприклад, генерального директора, спеціаліста зі сталого розвитку, менеджера з логістики, тощо, - для спільної розробки стратегії).
- **Тип вправи:** Спільна розробка бізнес-стратегії.
- **Розподіл часу:** 90 хвилин.
- **Необхідні матеріали:** тематичні дослідження успішних ініціатив у сфері циркулярної економіки, звіти про поведінку споживачів та фінансові дані про ринки перепродажу.
- **Вказівки:**
 - Визначте стимули для споживачів повертати одяг (наприклад знижки).
 - Врахуйте логістику збору, сортування та перепродажу.
 - Оцініть екологічні, стійкі та економічні вигоди.





ОЧІКУВАНІ РЕЗУЛЬТАТИ ТА ОЦІНЮВАННЯ



- Оцінювання рішення: Система оцінювання (шкала від 1 до 10) за:
 - Доцільність моделі перепродажу.
 - Креативність у стратегіях залучення споживачів.
 - Відповідність принципам сталого розвитку моди.
- Дебати: Обміркуйте та порівняйте різні запропоновані стратегії й обговоріть майбутні виклики у їхньому реальному впровадженні.

ПОСИЛАННЯ

- Європейська комісія. (н.д.). Регулювання екодизайну для сталого розвитку продукції. Європейська комісія. Отримано з: https://commission.europa.eu/energy-climate-change-environment/standards-tools-and-labels/products-labelling-rules-and-requirements/ecodesign-sustainable-products-regulation_en
- EURATEX. (н.д.). Внутрішній ринок. EURATEX. Отримано з: <https://euratex.eu/trade-and-internal-market/internalmarket>



Co-funded by
the European Union

Фінансується Європейським Союзом. Однак висловлені погляди та думки належать виключно автору(ам) і не обов'язково відображають погляди Європейського Союзу чи Європейського виконавчого агентства з питань освіти та культури (EACEA). Ні Європейський Союз, ні EACEA не несуть за них відповідальності.

Впровадження штучного інтелекту у текстильному виробництві



ОПИС СИТУАЦІЇ

Брюссельське текстильне мале підприємство, яке виробляє високоякісний одяг з екологічно чистої вовни, досліджує технологію штучного інтелекту (ШІ) для оптимізації свого ланцюга поставок та зменшення відходів матеріалів. Компанія вагається через високі інвестиційні витрати та побоювання щодо втрати традиційних ремесел.

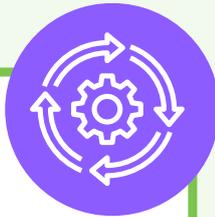
ПРОБЛЕМА, ЯКУ ПОТРІБНО ВИРІШИТИ

Учні повинні запропонувати дорожню карту для інтеграції рішень на основі штучного інтелекту таким чином, щоб підвищити ефективність та сталий розвиток, зберігаючи при цьому ремісничі методи.



ПОРАДИ ЩОДО ВПРОВАДЖЕННЯ

- **Структура:** Індивідуальне дослідження + групове обговорення.
- **Тип вправи:** Розробка та презентація рішення.
- **Розподіл часу:** 90 хвилин.
- **Необхідні матеріали:** Звіти про штучний інтелект у текстильному виробництві, аналіз витрат і вигод автоматизації та тематичні дослідження MUSA Nova та інших технологічних текстильних компаній.
- **Заохочуйте учнів досліджувати:**
 - Прогнозну аналітику щодо ефективності ланцюга поставок.
 - Етичні міркування щодо заміни людської майстерності штучним інтелектом.



```
t[1] )===!1&&.stopOnFalse){r=!1;break}n=!1,u&
?o=u.length:r&&(s=t,c(r))}return this},remove
nction(){return u=[],this},disable:function()
re:function(){return p.fireWith(this,argument
ending",r={state:function(){return n},always:
romise)?e.promise().done(n.resolve).fail(n.re
id(function(){n=s},t[1^e][2].disable,t[2][2].
=0,n=h.call(arguments),r=n.length,i=1!==r||e&
(r),l=Array(r);r>t;t++)n[t]&&b.isFunction(n[t
```

ОЧІКУВАНІ РЕЗУЛЬТАТИ ТА ОЦІНЮВАННЯ

- Оцінювання рішення: Учні представляють плани впровадження ШІ.
- Критерії оцінювання:
 - Баланс між технологіями та традиційними ремеслами.
 - Вплив на економію коштів та зменшення відходів.
 - Практичність інтеграції штучного інтелекту в малих і середніх підприємствах.
- Саморефлексія: Як можна відповідально використовувати штучний інтелект у текстильній промисловості?



ПОСИЛАННЯ

- Citribel. (2023). Myca Nova. <https://www.mycanova.com/>
- Європейська комісія. (н.д.). Регулювання екодизайну для сталого розвитку продукції. Європейська комісія. Отримано з: https://commission.europa.eu/energy-climate-changeenvironment/standards-tools-and-labels/products-labelling-rules-and-requirements/ecodesignsustainable-products-regulation_en



Co-funded by
the European Union

Фінансується Європейським Союзом. Однак висловлені погляди та думки належать виключно автору(ам) і не обов'язково відображають погляди Європейського Союзу чи Європейського виконавчого агентства з питань освіти та культури (EACEA). Ні Європейський Союз, ні EACEA не несуть за них відповідальності.

Зменшення забруднення ВОДИ



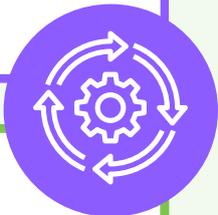
ОПИС СИТУАЦІЇ

Текстильна компанія виявила, що її процеси фарбування та оздоблення спричиняють значне забруднення води, через що в навколишнє середовище скидається високий рівень токсичних хімічних речовин та неочищених стічних вод. Це призвело до шкоди для навколишнього середовища, штрафів від регуляторних органів та репутаційної шкоди. Компанія зобов'язалася скоротити забруднення води на 50% протягом п'яти років. Для досягнення цієї мети компанія повинна розробити чіткий та практичний план щодо зменшення забруднення води.

ПРОБЛЕМА, ЯКУ ПОТРІБНО ВИРІШИТИ

Завдання полягає у створенні детального плану щодо зменшення забруднення води на 50% протягом п'яти років. Учасники працюватимуть у групах, кожна з яких зосередиться на певному аспекті плану: аналіз поточного стану (пункт А), майбутні цілі (пункт Б) та стратегія переходу (пункт С). Очікується, що всі групи зроблять свій внесок у написання одного великого аркуша паперу, розділеного на три розділи, що забезпечить узгодженість та співпрацю.

Остаточний план має поєднувати всі групові висновки з чіткими діями, часовими рамками та ресурсами.



ПОРАДИ ЩОДО ВПРОВАДЖЕННЯ

Необхідний час: 2 години

Необхідні матеріали: Великий аркуш паперу, маркери, шаблони для документування плану

Тренер повинен організувати вправу в умовах семінару та надати учасникам аркуш паперу, розділений на три секції: Пункт А (Поточний стан), Пункт Б (Майбутній стан) та Пункт С (План переходу). Усі учасники послідовно працюватимуть над кожним розділом як одна група.

Тренер починає з 30 хвилин, протягом яких команда оцінює поточний стан забруднення води компанією (пункт А). Потім 30 хвилин на встановлення цілей щодо зменшення забруднення та покращення управління водними ресурсами (пункт Б). Нарешті, 30 хвилин на планування переходу від пункту А до пункту Б, враховуючи терміни, ресурси та ключові показники ефективності (пункт С). Учасники розглянуть усі кроки, запропонують коригування та отримають відгук тренера для остаточного узгодження стратегії.



ОЧІКУВАНІ РЕЗУЛЬТАТИ ТА ОЦІНЮВАННЯ

В результаті вправи має бути розроблений чіткий, практичний план щодо зменшення забруднення води на 50% протягом п'яти років, з визначеними поточними (пункт А), майбутніми (пункт Б) та перехідними кроками (пункт С). Учасники презентують свій план, детально описуючи конкретні дії, такі як впровадження водозберігаючих технологій, впровадження очищення стічних вод та навчання персоналу. Тренер оцінить план за допомогою шкали оцінювання, зосереджуючись на доцільності, впливі на навколишнє середовище та відповідності бізнес-целям, а також додасть пропозиції щодо покращення для остаточного оформлення плану.

ПОСИЛАННЯ

- Швидкий мозковий штурм: Як ми можемо зберегти наші водні ресурси?. Каліфорнійська академія наук. (н.д.). <https://www.calacademy.org/educators/lesson-plans/rapid-brainstorming-how-can-we- conserve-our-water-resources>
- Десять речей, які ви можете зробити, щоб зменшити забруднення води | simsburycr. (n.d.-f). <https://www.simsbury-ct.gov/water-pollution-control/pages/ten-things-you-can-do-to-reduce-water-pollution>



Co-funded by
the European Union

Фінансується Європейським Союзом. Однак висловлені погляди та думки належать виключно автору(ам) і не обов'язково відображають погляди Європейського Союзу чи Європейського виконавчого агентства з питань освіти та культури (EACEA). Ні Європейський Союз, ні EACEA не несуть за них відповідальності.

Екологічний підхід: простий план мозкового штурму



ОПИС СИТУАЦІЇ

Текстильна компанія усвідомила, що впровадження стратегії сталого розвитку є важливим для успішного розвитку на сучасному екологічно свідомому ринку. Хоча компанія історично покладалася на традиційні практики, такі як нестійка сировина, водозабруднюючі процеси фарбування та ручна робота, тепер вона прагне трансформувати свою діяльність відповідно до світових стандартів сталого розвитку. Щоб розпочати цю трансформацію, компанії необхідно організувати мозковий штурм зі співробітниками, щоб визначити дієві стратегії для того, щоб стати лідером у виробництві сталого текстилю.

ПРОБЛЕМА, ЯКУ ПОТРІБНО ВИРІШИТИ

Завдання полягає в розробці креативних рішень для підвищення сталості текстильної компанії без шкоди для її фінансових показників. Процес включає: генерацію ідей під час мозкового штурму, їхнє групування за категоріями (наприклад, екологічні матеріали, енергоефективність, автоматизація, виготовлення на замовлення), відбір 10 практичних варіантів та створення базового плану їх впровадження.

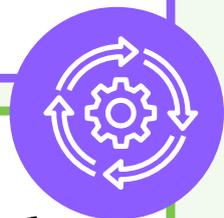


ПОРАДИ ЩОДО ВПРОВАДЖЕННЯ

Необхідний час: 2 години 30 хвилин.

Необхідні матеріали: великі аркуші паперу для нотаток, маркери або ручки, дошки або фліпчарти для групової роботи.

Тренер проводить вправу, використовуючи метод «Світового кафе» – формат спільної дискусії (очно або віртуально). Учасники поділяються на три команди, кожна з яких обговорює одну тему: екологічно чисті матеріали, енергоефективність або автоматизація та виготовлення на замовлення. Команди мають 20 хвилин для мозкового штурму рішень, з одним учасником на команду, відповідальним за ведення нотаток. Через 20 хвилин усі, крім відповідального за нотатки, переходять до нової теми, повторюючи це, доки всі команди не зроблять свій внесок у кожну тему, заповнюючи три аркуші ідеями. Після годинного мозкового штурму учасники повертаються до своїх початкових столів, витрачають одну годину на огляд ідей та створення практичних рішень з кроками, часовими рамками та ресурсами. Кожна команда представляє своє рішення, після чого кожна група має 10 хвилин на зворотний зв'язок або запитання.





ОЧІКУВАНІ РЕЗУЛЬТАТИ ТА ОЦІНЮВАННЯ

Результатом вправи мають бути три комплексні набори ідей та практичних рішень для впровадження екологічно чистих матеріалів, підвищення енергоефективності та автоматизації процесів виготовлення на замовлення. Кожна команда розробить практичний план впровадження за дорученою темою, детально описуючи кроки, терміни та необхідні ресурси.

Для оцінки результатів тренер повинен провести групові презентації, де кожна команда поділиться своїм рішенням, після чого буде проведено зворотний зв'язок з колегами та обговорення. Шкала оцінювання повинна давати оцінку рішення на основі креативності, доцільності, впливу на навколишнє середовище та відповідності бізнес-цільям. Для натхнення та практичного контексту слід навести реальні приклади підприємств, які досягли успіху в переході на екологічну економічну діяльність.

ПОСИЛАННЯ

- Колман, Р. (22 листопада 2023 р.). 6 порад щодо написання навчальних сценаріїв. LearnDash. <https://www.learndash.com/blog/6-tips-for-writing-training-scenarios/>
- Сценарії розвитку навичок для текстильної, швейної та шкіряної промисловості ... (н.д.-д.). https://www.eurofound.europa.eu/system/files/2015-02/ef0962en_1.pdf



Впровадження екологічно чистих матеріалів

ОПИС СИТУАЦІЇ



Текстильна компанія, що спеціалізується на виробництві одягу, прагне перейти на більш стійкі матеріали, щоб зменшити свій вплив на навколишнє середовище та задовольнити зростаючий споживчий попит на екологічно чисту продукцію. Наразі компанія використовує традиційні матеріали, такі як поліестер та звичайна бавовна, які мають значні екологічні недоліки, такі як високі викиди вуглецю та споживання води. Керівництво визначило необхідність оцінки альтернативних матеріалів, таких як органічна бавовна, перероблений поліестер, коноплі та льон, щоб визначити, які варіанти найбільше підходять для їхніх виробничих процесів. Мета полягає у виборі матеріалів, які є економічно ефективними та можуть бути впроваджені без порушення існуючої діяльності.



ПРОБЛЕМА, ЯКУ ПОТРІБНО ВИРІШИТИ

Завдання полягає в оцінці та порівнянні різних екологічно чистих матеріалів на основі їхнього впливу на навколишнє середовище, вартості, доступності та придатності для виробничих процесів компанії. Учасники повинні проаналізувати переваги та недоліки кожного матеріалу, визначити найбільш підходящий варіант та розробити план його інтеграції у виробничу лінію компанії. Кінцевий результат повинен включати рекомендацію щодо найкращого матеріалу та покрокову стратегію переналаштування виробництва з урахуванням змін.



ПОРАДИ ЩОДО ВПРОВАДЖЕННЯ

Необхідний час: приблизно 3 години (залежно від кількості груп).

Необхідні матеріали: інформаційні аркуші, ноутбуки або планшети, дошки або фліпчарти для групової роботи, шаблони для документування плану переналаштування виробництва.

Тренер повинен розпочати заняття, запросивши учасників провести мозковий штурм щодо потенційних екологічно чистих матеріалів, таких як органічна бавовна, перероблений поліестер, коноплі, льон тощо, заохочуючи їх дослідити варіанти. Потім тренер повинен організувати вправу в умовах семінару (очно або віртуально) та розділити учасників на невеликі групи (2-4 особи в групі). Кожній групі буде призначено один екологічно чистий матеріал для дослідження та оцінки. Групи починають з 1 години дослідження та 30 хвилин обговорення, щоб проаналізувати переваги та недоліки свого матеріалу. Далі кожна група презентує свої висновки протягом 10 хвилин. Потім керівництво переглядає результати та обирає найкращий варіант. Нарешті, групи витратять 1 годину на розробку плану переробки виробництва для вибраного матеріалу, окреслюючи кроки, терміни та потреби в ресурсах.



ОЧІКУВАНІ РЕЗУЛЬТАТИ ТА ОЦІНЮВАННЯ

Результатом вправи має бути детальне порівняння екологічно чистих матеріалів, з акцентом на переваги та недоліки кожного варіанта. Учасники порекомендують найбільш підходящий матеріал, виходячи з впливу на навколишнє середовище, вартості та доцільності виробництва. Крім того, в якості кінцевого результату буде розроблено практичний план переробки виробництва з використанням одного обраного матеріалу, включаючи кроки щодо постачання матеріалу, коригування виробничих процесів та навчання персоналу.

Для оцінки результатів тренер повинен провести групове обговорення, де учасники представлять свої рекомендації щодо матеріалів та плани виробництва. Оцінюйте рекомендації на основі стійкості, доцільності та відповідності бізнес-цільям.

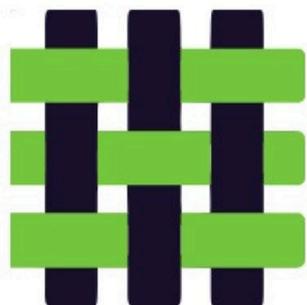
ПОСИЛАННЯ

- Даниель. (12 листопада 2024 р.). Перехід на екологічно чисті матеріали. Green City Times. <https://www.greencitytimes.com/transitioning-to-sustainable-materials/>
- Гофман, Е. (12 березня 2025 р.). 59 ІДЕЙ ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЄКТІВ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ДЛЯ СТУДЕНТІВ. Winssolutions. <https://www.winssolutions.org/59-sustainable-development-ideas-for-students-with-practical-examples/>



Co-funded by
the European Union

Фінансується Європейським Союзом. Однак висловлені погляди та думки належать виключно автору(ам) і не обов'язково відображають погляди Європейського Союзу чи Європейського виконавчого агентства з питань освіти та культури (EACEA). Ні Європейський Союз, ні EACEA не несуть за них відповідальності.



W4TEXTEX

women 4 textile



THE SWEDISH SCHOOL
OF TEXTILES
UNIVERSITY OF BORÅS

civitta



Cámara
Official Spanish Chamber of Commerce
in Belgium and Luxembourg

KAINOTOMIA



LOTTOZERO



Ця робота ліцензована згідно з ліцензією Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International (CC BY-NC-SA 4.0).



Co-funded by
the European Union

Фінансується Європейським Союзом. Однак висловлені погляди та думки належать виключно автору(ам) і не обов'язково відображають погляди Європейського Союзу чи Європейського виконавчого агентства з питань освіти та культури (EACEA). Ні Європейський Союз, ні EACEA не несуть за них відповідальності.