

PCS – універсальність і практичність, норвезька GARM – точну кліматичну адаптацію та ергономічність.

Література

1. United States Department of the Army. TM 10-8415-236-10 Operator Manual for Extended Cold Weather Clothing System Generation III (ECWCS GEN III). – Washington, D.C.: Headquarters, Department of the Army, 2014. 140 с.
2. Punisher Military Store. PCU – Protective Combat Uniform, Creation History and Clothing System Overview [Електронний ресурс]. – Punisher.com.ua. – Режим доступу: <https://punisher.com.ua/en/pcu-zashchitnaya-boevaya-uniforma-istoriya-sozdaniya-i-obzor-sistemy-odezhdy/>
3. Genesis-Army. Система одягу британської армії PCS (Personal Clothing System) [Електронний ресурс]. – Genesis-Army.com. – Режим доступу: <https://www.genesis-army.com/blog/personal-clothing-system/>
4. NFM Group. GARM Combat Clothing Catalog [Електронний ресурс]. – Lysaker (Norway): NFM Group, 2023. – 36 р. – Режим доступу: <https://nfm.no/wp-content/uploads/2023/11/garm-combat-clothing-catalog-en.pdf>

УДК
687.01-
043.86

АРСЕНІЙ АРАБУЛІ, ОЛЕКСАНДР ТИМОШЕНКО
Київський національний університет технологій та дизайну,
Україна

КЛЮЧОВІ ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ФЕШН-ІНДУСТРІЇ

Мета. Проаналізувати актуальні проблеми функціонування ринку моди та обґрунтувати перспективи його розвитку через впровадження інноваційних технологій, сталих практик та нових бізнес-моделей.

Ключові слова: фешн-індустрія, індустрія моди, сталий розвиток (sustainability), діджиталізація, інновації в моді, українські бренди, глобальні тренди.

Постановка завдання. Проаналізувати теоретичні засади та сучасний стан фешн-індустрії як глобального ринку, визначити її структуру, ключові сегменти та рушійні сили. Систематизувати проблеми та виклики, що стоять перед індустрією моди, зокрема економічні, екологічні та соціально-культурні. Дослідити ключові тренди та інноваційні підходи, що визначають перспективи розвитку галузі. Обґрунтувати перспективні напрями та розробити практичні рекомендації для учасників ринку щодо адаптації до нових умов та підвищення їхньої конкурентоспроможності.

Методи досліджень. Для виконання поставленого завдання використано: теоретичні методи, загально наукові та емпіричні методи.

Результати досліджень. Сучасна фешн-індустрія є однією з найпотужніших та найвпливовіших галузей світової економіки, що генерує трильйони доларів доходу та забезпечує мільйони робочих місць. Вона функціонує на перетині мистецтва, культури, бізнесу та технологій, відображаючи та формуючи суспільні настрої, цінності й ідентичності. Однак на початку XXI століття індустрія моди опинилася на роздоріжжі. Модель "швидкої моди" (fast fashion), що домінувала останні десятиліття, вичерпала себе, оголивши глибокі екологічні, соціальні та етичні проблеми [1].

Водночас криза стала каталізатором для фундаментальних змін. Нове покоління споживачів, технологічні інновації та зростаюча глобальна свідомість формують запит на нову парадигму розвитку - стали, етичну та технологічно просунуту індустрію. Метою цих тез є комплексний аналіз ключових проблем, що стоять перед сучасною фешн-індустрією, та дослідження перспективних напрямів її трансформації.

Проаналізувавши стан фешн-індустрії було виділено ключові проблеми, котрі розглянемо розмістивши їх від більш важливих з детальним роз'ясненням.

На першому місці розмістили проблему – гіпервиробництво та модель "швидкої моди". Даний феномен "fast fashion" базується на масовому виробництві дешевого одягу з коротким життєвим циклом, що стимулює імпульсивні покупки та культуру "одноразових" речей. Це призводить до щорічного виробництва понад 100 мільярдів одиниць одягу, значна частина якого ніколи не продається і знищується, що призводить до появи наступної проблеми – забруднення природних та виснаження природних ресурсів[2].

Проблема забруднення природних ресурсів складається із: забруднення води (текстильна промисловість є одним з найбільших споживачів та забруднювачів води; вуглецевого сліду (індустрія моди відповідає за 8-10% глобальних викидів парникових газів, що більше, ніж авіація та судноплавство разом; проблеми мікропластику (синтетичні тканини (поліестер, акрил, нейлон) під час прання виділяють мільйони мікропластикових волокон, що потрапляють у Світовий океан, забруднюючи екосистеми).

Якщо є виробництво, то його сателітом є проблема відходів. Щорічно мільйони тон текстилю потрапляють на звалища, де синтетичні матеріали можуть розкладатися сотнями років. Лише незначний відсоток одягу (менше 1%) переробляється у новий одяг, що свідчить про неефективність системи поводження з відходами.

Окрім таких очевидних і досить банальних проблем з'являються і проблеми, котрі були помічені в останні десятиріччя. Такими проблемами є – соціальні та етичні проблеми. До них віднесли неналежні умови праці (переважна більшість одягу виробляється в країнах, що розвиваються (Бангладеш, В'єтнам, Індія, Китай), де робітники часто стикаються з низькими заробітними платами, понаднормовою роботою, небезпечними умовами праці та порушенням прав профспілок); відсутність прозорості в ланцюгах постачання (складні та багатоланкові ланцюги постачання унеможливають відстеження походження матеріалів та умов праці на кожному етапі); вплив на психологічне здоров'я споживачів (постійний тиск купувати нове, нав'язування нереалістичних стандартів краси через рекламу та соціальні мережі сприяють розвитку споживацтва, тривожності та невдоволення власною зовнішністю).

Намагання бути лідерами на ринку та підлаштовування під економічні виклики показує структурні недоліки до яких віднесли: деградацію цінності продукту (модель "швидкої моди" призвела до того, що одяг сприймається як дешевий, тимчасовий товар); тиск на креативність (нескінченний цикл виробництва не залишає дизайнерам часу на глибоку творчість та інновації, зводячи їхню роль до копіювання трендів); порушення інтелектуальної власності (великі мас-маркет бренди часто копіюють дизайни молодих митців та люксових будинків моди, не маючи на це юридичних прав).

Систематизувавши актуальні проблеми та виклики, що стоять перед індустрією моди, а також дослідивши ключові тренди та інноваційні підходи в галузі ми обґрунтували перспективи та напрямки розвитку фешн-індустрії та розробили практичні рекомендації для покращення цієї, скрутною, ситуації.

Перше і найголовніше, з чого потрібно розпочати - це зробити акцент на сталий розвиток (Sustainability) і розглянути його як нову бізнес-модель. Запорукою якісного втілення принципів сталого розвитку є виконання умов циркулярної економіки, використання інноваційних та екологічних матеріалів і звісно ж свідоме споживання та "повільна мода" (Slow Fashion) [2].

Основними складовими циркулярної економіки є: ресайклінг та апсайклінг (переробка старих тканин у нові матеріали та творче перетворення старих речей на нові дизайнерські вироби); розвиток ринку перепродажу (Resale) (популярності платформ для перепродажу одягу (секонд-хенд, вінтаж) як альтернативи купівлі нового. Бренди інтегрують програми trade-in та власні resale-платформи); дизайн речей котрі передбачають довговічність та ремонт (створення якісного, довговічного одягу, який легко ремонтувати. Розвиток сервісів з ремонту та кастомізації).

Впровадження в виробництво використання таких інноваційних та екологічних матеріалів: матеріалів вироблених з натуральних та органічних волокон; матеріали нового покоління – інноваційні тканин, що створені з грибного міцелію (як то "шкіра" Mylo™), ананасового листа (Piñatex®), апельсинових шкірок та переробленого пластику.

Свідоме споживання та "повільна мода" передбачають формування культури відповідального споживання: "купуй менше, але краще" (споживачі все частіше звертають увагу на якість, історію бренду, його цінності та екологічний слід) та повне протиставлення "швидкій моді", просуваючи локальне виробництво, ручну роботу, класичні дизайни та довговічність.

Наступним етапом є впровадження технологічних інновацій та цифровізації. Насьогодні такими інноваціями є: 3D-моделювання (дозволяє створювати цифрові прототипи одягу, що значно скорочує кількість фізичних зразків, заощаджуючи ресурси та час); виробництво на вимогу (On-demand manufacturing) (виробництво одягу тільки після отримання замовлення, що дозволяє уникнути залишків на складах); штучний інтелект (ШІ чи AI) та аналітика даних (використовується для точного прогнозування трендів та попиту, оптимізації логістики та персоналізації пропозицій для клієнтів); блокчейн для прозорості (забезпечує повну прозорість ланцюга постачання, дозволяючи споживачам відстежити весь шлях продукту - від ферми, де вирощували бавовну, до фабрики, де його пошили); віртуальна та доповнена реальність (VR/AR) (віртуальні примірочні (virtual try-on), цифрові покази мод та інтерактивний досвід у метавсесвітах відкривають нові канали для взаємодії з брендом та знижують кількість онлайн-повернень).

В результаті можна зазначити, що існують такі перспективні напрямки розвитку як: соціальну відповідальність, інклюзивність та локалізація.

Соціальна відповідальність (етичне виробництво) – передбачає прозорість всього етапу виробництва та поширення сертифікацій (Fair Trade, GOTS). Бренди публікують списки своїх постачальників, що зумовлює зростання попиту та гарантує справедливую оплату і безпечні умови праці.

Інклюзивність та різноманіття передбачає відмову від застарілих стандартів краси на користь репрезентації людей різного віку, розміру тіла (body positivity), етнічної приналежності та гендерної ідентичності, та створення адаптивного одягу для людей з інвалідністю[1].

Розвиток локальних брендів та виробництв підвищує зростання інтересу до локальних дизайнерів, що підтримує місцеву економіку, скорочує вуглецевий слід від транспортування та сприяє збереженню

культурної автентичності. В контексті України цей тренд набув особливого значення як інструмент культурної ідентифікації та стійкості.

Висновок. Фешн-індустрія перебуває в точці біфуркації. Проблеми, накопичені роками безвідповідального зростання, досягли критичної межі, вимагаючи негайних та системних змін. Ігнорування екологічних та соціальних викликів вже сьогодні призводить до репутаційних та фінансових втрат для брендів. Водночас, майбутнє індустрії виглядає сповненим перспектив. Перехід до сталої, циркулярної моделі, впровадження передових технологій та фокус на етичності й інклюзивності - це не просто тренди, а необхідні умови для виживання та успішного розвитку в новому світі. Успіх чекає на ті компанії, які зможуть гармонійно поєднати креативність із відповідальністю, інновації з традиціями, а прибуток - з турботою про планету та людей. Трансформація фешн-індустрії - це складний, але неминучий процес, який визначить її обличчя на десятиліття вперед.

Література

1. Jackson T., Shaw D. *The fashion business: theory, practice, image.* – 2nd ed. – London : Bloomsbury Academic, 2021. – 352 p.
2. Не словом, а заради: як українські бренди одягу конкурують із міжнародними гігантами [Електронний ресурс] // Forbes Ukraine. – Режим доступу: <https://forbes.ua/lifestyle/ne-slovom-a-zaradi-yak-ukrainski-brendi-odyagu-konkuruyut-iz-mizhnarodnimi-gigantami-15052024-20511> (дата звернення: 14.10.2025).

УДК
746.92:687.1
:391.8

АНАСТАСІЯ ГОЛОВАТА, ІРИНА ЧУБОТІНА
Київський національний університет технологій та
дизайну, Україна

РОЗРОБКА КОЛЕКЦІЇ ЖІНОЧОГО ОДЯГУ НА ОСНОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ ЕСТЕТИКИ ПАНКУ

Мета. Розробка та виготовлення творчої колекції жіночого одягу на основі переосмислення естетики панку у вінтажному контексті.

Ключові слова: панк-естетика, колекція, жіночий одяг, вінтаж, протест, DIY-культура.

Постановка завдання. Основне завдання дослідження полягає у виявленні ключових візуальних і культурних ознак панк-естетики та їхньому творчому осмисленні у сучасній моді. Завданням є створення колекції одягу, що поєднує дух протесту й самовираження панк-культури з ностальгійними та екологічними мотивами. Актуальність