

ОСТАПЕНКО Н.В., СТРУМІНСЬКА Т.В., КОЛОСНІЧЕНКО М.В.

Київський національний університет технологій та дизайну

## РОЗВИТОК FASHION-ІНДУСТРІЇ ТА СУЧАСНІ ЗАВДАННЯ У ПІДГОТОВЦІ ФАХІВЦІВ ГАЛУЗІ

**Метою роботи** є дослідження сучасних трендів для визначення основних напрямів у розвитку fashion-індустрії. Окреслено основні тенденції та перспективи розвитку, акцентовано увагу на проблемах сьогодення. Розглянуто сучасну моду у прагненні усвідомленого споживання: можливості утилізації та відновлення одягу, що сприятиме дбайливому ставленню до довкілля, а також аналізу використання наукових розробок та їх застосовуванню у різноманітних технологіях сучасних виробництв та підготовки фахівців галузі

**Методи досліджень** базуються на дослідженні історичного розвитку fashion-ринку, аналізі науково-технічної та нормативної інформації, виробничих видань з визначеної тематики; методології порівняльного аналізу спеціальних технологій вторинної переробки і утилізації виробів галузі. Дослідження особливостей освітньої діяльності у полі цього сегменту ґрунтуються на системному підході до аналізу інноваційних процесів трансформації у системі освіти.

**Головні результати.** Дослідженнями виявлено та наголошено нерозкритий потенціал українських креаторів та виробників fashion-індустрії: шляхи розвитку індустрії моди в Україні в найближчі роки мають поступово сповільнюватися, тому для формування конкурентних цін та просування нових брендів молодим дизайнерам необхідно поєднуватися та створювати колаборації для сталого розвитку вітчизняного fashion-сегменту, фокусуватися на ідеї спільноти.

**Наукова новизна.** В роботі вперше застосовано системний підхід щодо комплексного розгляду та аналізу наукових праць з дослідження проблематики і сучасних трендів розвитку fashion-індустрії як складової модного бізнесу в цілому, а також у взаємозв'язку з концептуальними положеннями неформальної освіти; запропоновано шляхи модернізації fashion-освіти: усунення основних недоліків традиційних форм і методів навчання майбутніх fashion-фахівців з урахуванням вимог роботодавців.

**Практична значимість** полягає у можливості подолання протиріч розвитку fashion-індустрії між теоретичними меседжами та практичним застосуванням, освітою і виробництвом для підвищення якості fashion-освіти у межах модернізованих організаційно-відмінних форм навчання. Загострено проблеми та особливості роботи fashion-агенцій під час воєнного стану, розглянуто виклики та можливості укріплення партнерських зв'язків сектору виробництво-освіта.

**Ключові слова:** індустрія моди, легка промисловість, sustainable fashion, свідоме споживання, інноваційні процеси, дуальна освіта

### DEVELOPMENT OF THE FASHION INDUSTRY AND CURRENT CHALLENGES IN TRAINING OF INDUSTRY PROFESSIONALS

OSTAPENKO N.V., STRUMINSKA T.V., KOLOSNIChENKO M.V.

Kyiv National University of Technologies and Design, Ukraine

**Purpose** of the work lies in analyzing modern trends to determine the key areas in the development of the fashion industry. The major tendencies and prospects for development are outlined with an emphasis on the challenges of today. The article examines modern fashion in the context of conscious consumption: the potential for recycling and restoring clothing with a view to fostering a caring attitude towards the environment, as well as analyzing the use of scientific breakthroughs and their implementation in various technologies of modern manufacturing and training of industry professionals.

**Methodology** are based on the investigation of the historical development of the fashion market, analysis of scientific, technical and regulatory information, production publications on the subject; methodology of comparative analysis of special technologies for recycling and utilization of products in the industry. The study of the peculiarities of educational activities in this segment is founded on a systematic approach to the examination of innovative transformation processes in the education system.

**Results.** The research has identified and recognized the potential of Ukrainian creators and manufacturers of the fashion industry as undiscovered: the development of the Ukrainian fashion industry may slow down in the coming years, therefore, young designers should join forces and set up collaborations for the sustainable development of the domestic fashion segment and focus on building the idea of community to form competitive prices and promote new brands.

**Scientific novelty.** This article is the first to apply a systematic approach to a comprehensive review and analysis of scientific works on the study of issues and current trends in the development of the fashion industry as a component of the fashion business as a whole, as well as in connection with the conceptual provisions of non-formal education; the article suggests further steps to modernize fashion education: elimination of the main shortcomings of traditional forms and methods of training future fashion professionals, taking into account the requirements of employers.

**Practical value** consists in bridging the contradictions in the development of the fashion industry between theoretical messages and practical application, education and production to enhance the quality of fashion education within the framework of contemporary forms of organized and distinctive education. The issues and aspects of the work of fashion agencies under martial law are accentuated, the challenges and opportunities for strengthening partnerships in the production-education sector are addressed.

**Keywords:** fashion industry, light industry, sustainable fashion, conscious consumption, innovative processes, dual education.

**Вступ та постановка завдання.** Індустрія моди - одна з найбільш значущих галузей світової економіки. Світовий fashion-ринок - це великий електоральний сектор, до якого входять компанії, бренди зі спрямованою діяльністю на створення, виробництво, збут одягу, взуття, аксесуарів та допоміжних виробів цього сегменту. За останні кілька років у світовій індустрії спостерігаються серйозні зміни. З розвитком модних технологій швидко змінюється все, що нас оточує. Це стосується і модної галузі. Куди ж наведе нас мода в майбутньому? Які тренди в ній приживатимуться, і які перспективи відкриває перед людством одяг майбутнього?

**Аналіз попередніх досліджень.** У своєму розвитку fashion-індустрія пройшла кілька етапів. В період, приблизно з кінця XIX століття до середини XX століття, виготовлення колекцій одягу та аксесуарів поступово перетворювалася з дрібного бізнесу на масове виробництво, стає індустрією. У теперішній час виробництво та продаж

модного одягу та аксесуарів перетворилося на величезну fashion-індустрію, що має багатомільярдні обороти і приваблює великий потік інвестицій. Згідно з оцінками експертів, даний ринковий сегмент входить до п'ятірки найбільш капіталомістких галузей міжнародної економіки [6, 7, 11, 14, 20, 22, 33].

Загально прийнято вважати, що модна індустрія функціонує для задоволення попиту кінцевих споживачів. Однак у сучасному суспільстві мода давно вийшла за рамки об'єктивного попиту і перетворилася на інструмент маніпуляцій за допомогою механізмів реклами та Public Relations (PR). Відмінною рисою fashion-бізнесу є низький ступінь кореляції між ціною продукції та її об'єктивною споживчою цінністю [6, 8, 18, 32, 36]. Це обумовлено тим, що цінність бренду формується насамперед у свідомості цільової аудиторії, у зв'язку з чим високою вартістю та популярністю можуть відрізнятиметься товари із пересічними споживчими властивостями. Саме тому значна частина собівартості

дизайнерських товарів пояснюється витратами на іміджевий поступ, а, власне, не витратами на виробництво [10].

Останніми десятиліттями, за визначенням Президента–Голови правління Асоціації «Укрлегпром» Тетяни Ізовіт, українська швейна промисловість працювала, в основному, на замовлення іноземних фірм, на умовах давальницької сировини (толінгові схеми), в англомовних країнах «International Subcontracting» (міжнародний субпідряд) або «Offshore Assembly/Production» (переробка/виробництво у іншій країні)) [11, 32]. За даними Асоціації «Укрлегпром», частка такої продукції в швейній галузі становить 80-90%. На українських швейних фабриках і дотепер виготовляють свою продукцію відомі зарубіжні компанії, зокрема, бренди fast-fashion [6-8, 11]. Відомо, що робота компаній за толінговими контрактами має свої плюси: фірми-замовники часто вкладають інвестиції в модернізацію підприємств, які сьогодні у своїй більшості відповідають усім сучасним вимогам. Проте, незважаючи на позитивні сторони роботи за толінговими схемами, більшість українських швейних підприємств все ж намагаються переорієнтуватися на внутрішній ринок. На думку дизайнерки, голови Національного галузевого партнерства в легкій промисловості Fashion Globus Ukraine Голди Виноградської, щоб «бути успішним підприємством потрібно просувати власний продукт, а не дешеvu робочу силу, вартість якої завжди можна демпінгувати» До того ж, робота фахівців таких підприємств часто менш оплачувана аніж у Китаї [1, 2, 4, 8, 33].

У теперішній час спостерігаємо хвилю відходів з ринку зарубіжних компаній, що пропонували бренди як високого сегмента, так і мас-маркету. Одночасно зазначимо, що загальновідомим є те, що будь-яка криза — це й нові можливості [22, 24, 27, 33]. Сучасна ситуація породжує важливий тренд: зростає увага до вітчизняних виробників, зміщується увага споживачів у бік вітчизняних виробників та брендів: сьогодні практично всі виробники одягу, взуття, аксесуарів орієнтовані виключно на внутрішній ринок. Виробники продукції легкої промисловості, в першу чергу, спрямовані на забезпечення потреб армії з різнобічного асортименту згідно за відповідними державними замовленнями, а також замовлень волонтерських організацій. Разом з тим слід констатувати, що значна частина fashion-продукції різного споживчого сегменту виробляється в Китаї та інших країнах, оскільки це залишається більш економічно доцільним. Отже, сьогодні український fashion-риннок характеризується факторами високого

рівня нестабільності, що, як правило, веде до зниження темпів товарообігу та оновленню колекцій, а все це – в першу чергу пов'язано з усуненням платоспроможного попиту в нижній ціновій сегмент.

Саме тому, у липні 2023 року в рамках 44 міжнародного виставкового фестивалю моди Kyiv Fashion відбувся традиційний відкритий лекторій Ukrlegprom talks: «Текстильні вектори. Можливості відновлення», де було обговорено сучасні виклики Легпрому, вихід на експорт та інструменти експорту, текстильні стратегії, технічні інновації та необхідність перекваліфікації для потреб галузі [11, 6-8]. Президентом–Головою правління Асоціації «Укрлегпром» Тетяною Ізовіт докладно окреслено виклики легкої промисловості на даному етапі та наголошено на можливостях Асоціації для виробників. Так, галузеву екосистему поінформовано про можливі шляхи пошуку партнерів для співпраці, роль Асоціації у викликах сектору щодо забезпечення речмайном для потреб ЗСУ, стан кадрового забезпечення, процес європейської інтеграції та верифікації шляхом впровадження галузевого стандарту «Національний виробник». Воєнні виклики суттєво погіршили ситуацію з імпортом: якщо у 2021р. імпорт перевищував галузевий експорт втричі, то зараз перевищення імпорту сягає близько у 4,5 рази, а спад експорту становить близько 40%. Але якщо падіння промисловості України минулого року склало майже 37%, то легка промисловість має показники значно кращі – спад стабілізовано на відмітці 26% [27, 31].

### **Результати дослідження і обговорення.**

Основними статтями експорту галузі є готова продукція з високою доданою вартістю: одяг текстильний та трикотажний, домашній текстиль, взуття. Основними країнами експорту у 2022 р. були Німеччина, Данія, Литва, Італія, Польща, Франція, Румунія. Для всіх без виключення викликом стануть технічні обмеження ЄС з 2025 р., зокрема для компаній, що не переробляють власні (текстильні) відходи. Виходом з цього положення є об'єднання компаній під егідою Укрлегпрому для урегулювання технічних бар'єрів та спонукання владних інституцій до формування та реалізації політики поводження з відходами [22, 29, 37].

Водночас індустрія моди набуває швидкого розвитку та належить до однієї з токсичних галузей економіки, яка наносить велику шкоду навколишньому середовищу [18, 23]. Fashion-індустрія є доволі особливою сферою економічної діяльності, оскільки спочатку її створення й існування задовольняло,

передусім, естетичні потреби споживачів, мало переважно культурний напрям і виражало творчі задуми модельєрів та дизайнерів. У сучасних умовах розвитку соціально-економічних процесів індустрії моди та краси притаманні загальні риси господарювання та введення бізнесу. Крім того, зростає роль і значення позиціонування збереження довкілля, досягнення економіко-екологічного ефекту як важливої складової розвитку fashion-індустрії. Екологічна мода є частиною зростаючої філософії розвитку підприємств у сфері моди та краси, метою якої є створення системи, яка може підтримуватися невизначений термін з точки зору впливу на навколишнє середовище та соціальну відповідальність [9, 21, 34]. В свою чергу, експортери завжди відповідальні за вироблену продукцію, тому мають готуватися до нового для галузі циклу – підготовці відходів до подальшої переробки. Загалом, як зазначила Т. Ізовіт, модна індустрія відходить від fast-fashion: зараз термін використання одягу в ЄС становить 3-5 років, який планується збільшити вдвічі. Тобто наступним кроком стане переробка і відновлення волокна з послідувачим виготовленням тканин [11, 16].

Утилізація одягу відіграє вагомий роль у текстильній та легкій промисловості. Також утилізація одягу – важливий захід для покращення навколишнього середовища. Старий одяг складає третину текстильних відходів, майже весь він може бути перероблений. Деякі тканини переробляються на вторинну сировину. Матеріали високої якості застосовуються для створення нових матеріалів, невисокої – використовуються в інших цілях. Так, ношені волокна грубого деніму застосовуються в автомобільній промисловості, а отримана з делікатного одягу бавовна дозволяє виробляти папір.

Сьогодні широко відомі три шляхи утилізації непотрібного одягу – це ресайклінг, апсайклінг, фрисайклінг. Кожен з них відповідає свідомому споживанню та циркулярній економіці, в основі яких концепція Reduce-Reuse-Recycle (використовувати менше–використовувати повторно–переробляти) [12, 19, 22, 38]. Сутність фрисайклінгу, або культури обміну, проста: віддавайте іншим непотрібні вам речі. Замість того, щоб просто викинути старий одяг або такий, який вам більше не потрібний, його можна віддати на благодійність. Апсайклінг: креативно переробити - це забуті нами способи предків, які часто займалися виготовленням нових речей із старих; сьогодні до абсайклінгу

додано переробку матеріалів. Переробка текстилю – метод вторинного використання тканин із різних волокон або залишків матеріалів виробничого процесу. Основними матеріалами для переробки є викинуті ранній одяг, меблі, килими, простирадла та рушники. Апсайклінг - модний екологічний тренд, який сьогодні у пошані відомих брендів одягу та рукоділля у всьому світі. Він передбачає творчий підхід із частковим збереженням вихідної речі, та її переробкою.

Ще одна можливість дати нове життя старому одязі – це ресайклінг, який подібний до попередньої техніки, але передбачає повну переробку виробу для виробництва з його сировини аналогічної. Як вже зазначено вище, сьогодні справжнім бичем сучасного суспільства є консюмеризм (філософія споживання) та fast-fashion (швидка мода). Спонтанні покупки, дешевий одяг низької якості, трендові речі на один раз – все це призводить до надмірного скупчення майбутніх текстильних відходів у гардеробі, а потім і на планеті.

Сучасний fashion-бізнес України значно відрізняється від fashion-бізнесу у Франції або Італії, перш за все тому, що в нашій країні існують особливості економіки, логістики, а також менталітету споживачів. Згідно з соціологічними опитуваннями, жінки є набагато активнішими споживачами на даному ринку, ніж чоловіки. Сегмент жіночого одягу на вітчизняному ринку набагато перевершує чоловічий і є найбільшим [20, 24, 28]. Таким чином, одяг та взуття – сектор, який відчуває на собі вплив кризи особливо гострий. В умовах, коли споживачі почали заощаджувати на їжі, боротьба за кожного клієнта справді запорука виживання компаній.

Щороку до України привозять близько 100 тис. тонн одягу секонд-хенду. Його загальна вартість складає мільйони гривень – більша частина таких потоків відійшла до тіньового бізнесу, завозячи товари як гуманітарну допомогу, користуючись податковими пільгами [31]. Примітно, що у купі поношеного одягу з Європи можна знайти речі українських дизайнерських брендів та виробників.

Однак, на думку ряду дослідників у сфері антикризового маркетингового планування [5, 7, 23, 29], компанії повинні відмовитися від звичних стереотипів та використовувати галузеві спади для того, щоб закласти фундамент майбутнього зростання. Ринку модного одягу на поточний момент піддається впливу безлічі факторів макросередовища, однак, найбільш вагомими з них є економічні

та соціальні фактори, оскільки саме вони суттєво впливають на попит та визначають динаміку розвитку ринку.

Незважаючи на упадництво індустрії моди, модельєрів у країні дуже багато, чимало їх реалізують свої роботи за кордоном. Українськи модельєри, серед яких багато випускників нашого університету Михайло Воронін, Лілія Пустовіт, Андре Тан, Олена Ворожбіт, Тетяна Земськова, Іван Фролов, Жан Гріцфельд та інші відомі своїми колекціями pret-a-porter, а також колекціями deluxe, haute couture для поцінувачів брендів та вишуканих клієнтів сегменту українського модного ринку.

Екологічно орієнтоване підприємництво у сфері індустрії моди та краси має розглядатися як інноваційна спрямованість розробки їх бізнес-стратегій, з орієнтацією не лише на отримання прибутку, але й на забезпечення сталого розвитку та збереження довкілля. При цьому основними критеріями для еко-виробників має стати введення соціально відповідального бізнесу, досягнення еколого-економічного ефекту, позиціонування збереження довкілля як важливої складової менеджменту та маркетинг таких підприємств. Дослідження та застосування в індустрії моди та краси науково обґрунтованих концепцій, які вивчають переорієнтацію на екологічно орієнтовану моду, є важливою проблемою при розробці їх бізнес-моделей. На думку fashion-експерта, засновниці Ukrainian Fashion Education Group (UFEG) Марини Лосевої [25], «людство завжди спрямоване в майбутнє. І як ми вже сьогодні можемо говорити, що один із трендів, який ґрунтовно прижився і у найближчий рік отримає своє розвиток – це всі футуристичні теми, пов'язані зі стиранням кордонів реального та віртуального світів». Вона впевнена: однозначно приживатимуться всі ті тренди, які враховують дбайливе ставлення до планети. Використання натуральних екологічних матеріалів у створенні одягу, а також збереження довкілля є одними з головних тенденцій у світі моди. Сучасні дизайнери сьогодні експериментують, об'єднуючи свої зусилля із зусиллями вчених. Нинішні розробки дозволяють застосовувати різноманітні технології і в одязі. Але головне, щоб у майбутньому ця співпраця не завдала шкоди громадськості та навколишньому середовищу. За прогнозами стилістів, модних експертів і футурологів, основні фішки найближчого майбутнього модної індустрії – це, звичайно ж, усвідомлений підхід до моди, який сприятиме дбайливому ставленню до довкілля. Більше того, одяг майбутнього обіцяє контролювати показники

здоров'я та температуру тіла. І це далеко не повний перелік всього, що вже у недалекому майбутньому запропонує нам future-fashion.

Буде українську fashion-індустрію сучасна молодь, яка має прогресивні навички та знання та підприємницький потенціал. Так, організація та аналіз продажів забирає багато часу та творчі сили. Представники нової хвилі дизайну вже здобувають кращу освіту, вчать створювати модний одяг, і що не менш важливо – просувати бренд, який має бути комерційно успішним. Проте мати професійну освіту мало. На думку українських модельєрів-початківців, потрібно створити колекцію, зняти lookbook та презентувати на показі. При цьому всім відомо, що колекція має бути повноцінною, як за ідеєю, задумом, композиційною цілісністю, кількістю моделей, якісно виготовленою, трендовою.

Розвиток ІТ-технологій суттєво допомагає молодим художникам-модельєрам, технологам, дизайнерам. Сьогодні запустити власний бренд допоможе практика та вміння вести бізнес у соціальних мережах: «якщо добре працюєш, маєш Instagram, хороший сайт, деякі компанії можуть зацікавитися вами, можуть підтримати вас, якщо побачать певний потенціал» - в цьому переконані переможці та дипломанти багатьох fashion-конкурсів.

Отже, «засвітиться» в модній індустрії можна і на майданчиках молодих дизайнерів. Одним з них є fashion-конкурси нашого університету: Міжнародні конкурси молодих дизайнерів-модельєрів «Печерські Каштани», одного образу та новорічно-різдвяного декору «Сузір'я «Каштан», молодих дизайнерів «Digital Fashion», інші конкурсні події, майстер-класи, тренінги із залученням fashion-агенцій. Загальновідомо, що всі скаути та агентства, які займаються просуванням брендів на fashion-ринку, завжди зацікавлені пошуком нових молодих талантів: передбачаються контракти від продажі колекцій. Гарним поштовхом для молоді є також стажування, де навчатимуть усвідомити, вивчити «зсередини» свою справу, розпочати свій бренд. Розвиток марки вимагатиме і інвестицій, які можна знайти на міжнародних змаганнях або виграти грант. Також є чудова можливість виграти конкурси молодих дизайнерів LVMH Prize, H&M Design Award та грошові призи.

Втім, конкурси молодих талантів – старт не лише для дебютантів. Це справжня знахідка для бізнесменів, які планують вкладати гроші у індустрію моди. "Ніде ви не знайдете

людину більш професійно гарантованої, як на конкурсах. Адже неупереджене журі завжди дасть найкращу рекомендацію, обравши кращого. Мені здається, що це дуже добрий знак, якщо у портфоліо молодого дизайнера перемоги у конкурсах, особливо у міжнародних", - переконана засновник та голова оргкомітету Ukrainian Fashion Week Ірина Данилевська [25].

Наразі, незважаючи на кризу та воєнний стан, креативна економіка набирає обертів, адже мода – одна з перспективних галузей. Мода є найбільшою, найгучнішою платформою для захисту прав людини та демократичних цінностей [1-4, 14, 15, 32, 35]. Мода – це інклюзивність, різноманітність, стійкість і свобода вираження поглядів. Як представник культури, модна індустрія не залишається осторонь і щодня допомагає боротися. Сьогодні «ми всі живемо у стані неймовірного стресу та виживання, який відчуває кожен з нас у всіх куточках нашої країни. Проте українські дизайнери під час війни знайшли в собі сили створювати нові колекції, щоб розповісти всьому світу про українську стійкість і мужність, показати українську національну ідентичність через моду, яка є невід'ємною частиною культури України», зазначила співзасновниця та CEO Ukrainian Fashion Week Ірина Данилевська. «Українські дизайнери використовують свої навички шиття, щоб підтримати українську армію, жертвують гроші на потреби біженців, волонтерять і, всупереч жорстоким обставинам, продовжують творити». Отже, 51-й сезон Ukrainian Fashion Week став міжнародним. Український тиждень моди підтримали: Malta Fashion Week & Awards, Budapest Central European Fashion Week, Mercedes-Benz Fashion Week Berlin, Transilvania Fashion Festival, Vienna Fashion Week, MBFW Madrid, Brussels Fashion Week, Vegan Fashion Week (Los Angeles). Саме безпрецедентна міжнародна підтримка надала можливість понад двадцяти українським дизайнерам представити свої колекції SS23 у вересні-жовтні 2022 року.

У грудні 2022 р. відбувся VI щорічний міжнародний форум «Креативна Україна: Сила стійкості» – 2022. Фокус форуму зосереджений на ролі креативних індустрій та їх внеску у перемогу. На панелі форуму «Модна індустрія часів війни. Естетика супротиву» відбулося обговорення особливостей роботи виробництва і збереження партнерства у fashion-просторі. Модератором виступила Ірина Данилевська; спікери Марина Лосєва – засновниця Ukrainian Fashion Education Group (UFEG); Іван Фролов – засновник та

креативний директор бренду FROLOV, член експертного комітету Української Ради Моді; Катя Сильченко – засновниця та креативний директор бренду the COTE by Katya Silchenko, член експертного комітету Української Ради Моді [25].

Світ змінюється, затребуваними стають нова стилістика, актуальні військові тренди, потребують зміни технології виготовлення одягу та взуття спеціального і військового призначення. Таки колекції молодих модельєрів та дизайнерів нашого університету кілька років поспіль перемагають у «Печерських Каштанах», Ukrainian Fashion Week, професійних сезонах моди: Тетяна Чорна, Софія Ніколаєнко, Надія Налягака та ін. Тому мода – це не лише про моду. Це про велику синергію моди, бізнесу, молоді, єднання.

І саме тут варто сказати про ще одну важливу технологію просування модних брендів в умовах кризового ринку – колаборації. Колаборація з близькими за духом та позиціонування брендами сильніше впливає на цільову аудиторію. Під колаборацією розуміється спільна творчість кількох брендів або дизайнерів. На сьогоднішній день це явище є найбільш бурхливим тренд, що розвивається в модному світі. Колаборація для дизайнерів це завжди можливість знайти нові шляхи розвитку, привернути до себе увагу тощо. Такі тимчасові союзи створюються між косметичними, фармацевтичними, ювелірним брендами та брендами одягу: показ колекції Mary Kay та Dastish fantastish; ювелірним будинком SOVA та брендом Litkovskaya. В умовах сучасного розвитку індустрії моди створюються національні та регіональні галузеві бізнес-об'єднання, креативні кластери, серед них: Ukrainian Fashion Week, Асоціація «Укрлегпром» та інші, а також освітній інвестиційно-технологічний Кластер легкої промисловості. Зазначимо, що діяльність Кластеру здійснюється у відповідності до Стратегії розвитку міста Києва до 2025 року та відповідно до укладеної Угоди про співпрацю між Київською міською державною адміністрацією, Київським національним університетом технологій та дизайну, Черкаським державним бізнес-коледжем та підприємствами легкої промисловості.

В цьому зв'язку треба також виокремити найважливішу роль створення та використання сучасних матеріалів, завдання параметрів, дослідження їх характеристик для покращення споживчих властивостей актуального одягу. В КНУТД

успішно проводяться наукові дослідження та багато років працює акредитована випробувальна текстильна лабораторія «Текстиль-ТЕСТ», а також відповідні наукові лабораторії кафедр, де ґрунтовно проводяться випробування властивостей текстильних матеріалів, оцінювання пакетів одягу різного призначення з урахуванням потреб військових, текстилю та виробів для профілактики захворювань (маски, одяг для медичного персоналу та клінічно хворих тощо). Дослідження проводяться відповідно до стандартизованих вимог щодо тканин, трикотажних полотен, супутніх матеріалів для виробів різного призначення; лабораторія оснащена новітнім обладнанням та відповідає загальним стандартам виконання випробувань.

Сучасні тенденції fashion-індустрії потребують використання та розробки зносостійких тканин, які легко прати. Набирає обертів наукові розробки "тканин-хамелеонів", здатних змінювати колір і принти за бажанням клієнтів. Сьогодні мембранні, водовідштовхувальні матеріали широко використовуються у повсякденному одязі різних цінкових категорій; термобілизна, одяг із підігрівом стають доступними широкому колу споживачів. Те, що раніше ми в науці називали одягом майбутнього, сьогодні є затребуваним – головною вимогою залишається його багатофункціональність; однією з функцій – соціально-комунікативна. Fashion-індустрія сьогодні за допомогою костюма засвідчує наявність соціальних проблем в суспільстві, нівелюючи їх наслідки грамотним використанням модного сегменту для різних верств населення. За свідченням випускників КНУТД, дизайнерів Івана Фролова, Жана Гріцфельдта, «мода майбутнього – це людина, яка вміє показати свою історію, переробити її, увібрати, і, пропускаючи через індивідуальність, продемонструвати тут і зараз».

Саме тут вчасно зазначити роль fashion-освіти у складному процесі навчання талановитої молоді. Фундаментальне питання сучасної системи освіти полягає в тому, чи зможуть університети майбутнього трансформуватися для надання якісних освітніх послуг відповідно до нових вимог суспільства, або втрачати свою ключову роль, яку займуть альтернативні організації. Сьогодні пропонується безліч підходів до реформування і розвитку університетів майбутнього – від практико-орієнтованих моделей до різних комбінацій аудиторних та «онлайн» платформ. На даний момент не ясно, яким шляхом буде відбуватися

розвиток сфери освітніх послуг, але вже можна сформулювати головні орієнтири формування глобальної системи освіти майбутнього. Нами вбачаються перспективні аспекти дуальної освіти одним з факторів модернізації сучасних університетів з конкретизацією особливостей її реалізації для підготовки fashion-дизайнерів нового покоління. Актуальною проблемою також стає нестача кваліфікованих кадрів технічного спрямування, дотичних до суто творчої складової fashion-напряму – спеціальностей конструкторського, технологічного, текстильного, трикотажного напрямів, а також робітничих спеціальностей (швачка, закрійник, текстильник із виготовлення та оздоблення тканин і трикотажу тощо), що також пов'язано із недосконалістю освітніх програм та системою їх підготовки.

В Україні концепція підготовки фахівців з дуальною формою здобуття освіти була прийнята наприкінці 2017 р. [13]. На думку заступника міністра освіти і науки Володимира Ковтунця передбачалося, що дуальна освіта дозволить подолати відірваність її результатів від вимог ринку праці, що є однією з найважчих проблем української вищої освіти. Проте, не всі спеціалізації, для яких дуальна освіта є ефективною формою підвищення її якості за рахунок модернізації, потрапили до першочергового проекту МОН України. На додаток до згаданих, дуальна форма організації навчання потенційно ефективна для спеціалізацій, що поєднують у собі формалізовано-алгоритмічні та творчі процеси, синтез яких доцільно організувати на базі системного підходу, що дозволяє об'єднати в одному проекті теоретичні основи та їх апробацію в реальних умовах бізнесу. До таких напрямків підготовки належить fashion-освіта. Освітні програми в неї вимагають гармонійного поєднання теорії з практикою, а також одночасної можливості віддаленої роботи при підготовці fashion-проектів, що разом із застосування ІТ-технологій беззаперечно актуалізовано у теперішній час. Саме тому, вивчення характеру трансформацій у fashion-освіті та оцінювання перспектив використання концепції елементів дуальної освіти може бути актуальним для пошуку перспективних моделей підготовки fashion-дизайнерів у мінливому світі моди. За свідченням дослідників [13, 17], інноваційний прорив нових учасників ринку освітніх послуг полягає у наданні високої якості онлайн-навчання, що досягається в результаті взаємовигідної інтеграції можливостей традиційних та віртуальних університетів.

**Висновки.** Аналіз проблем розвитку української fashion-індустрії дав змогу виявити значні труднощі та розкрити тему актуальних дефіцитів українських модних реалій. Зазначено, що зародження та становлення fashion-індустрії в Україні бере свій початок у 90-х роках ХХст. На формування та подальшу еволюцію розвитку fashion-індустрії й дотепер впливають політичні та соціо-економічні показники.

Проблемними залишаються питання підготовки кадрів для всіх рівнів функціонування fashion-індустрії, серед яких відсутність кваліфікованих кадрів з технічних спеціальностей, недостатні знання з юридичних аспектів ведення fashion-бізнесу в Україні та за кордоном, відсутність регулярних інвестицій та відповідного виробничого циклу, а також високий рівень контрафактної, тіншової продукції, включаючи одяг «вторинного» призначення.

Наразі Україна залишається привабливою з точки зору виробничих потужностей. Багато українських виробників відомі якісною роботою підприємств та їх продукцією. Підкреслено, що навіть в умовах кризової ситуації, що прийшла до нас разом із

пандемією та воєнним станом, український виробник може стати ще більш цікавим для світових брендів, зокрема і тих, які працюють з нашою країною за толінговими схемами. Адже вигідне географічне положення, хороша якість продукції та ціни на виробництво одягу, можуть ще більше привернути увагу закордонних замовників. Головним стратегічним завданням для України повинен стати перехід від Made in Ukraine до Designed by Ukraine. Зокрема, в Україні в найближчі роки, шляхи розвитку індустрії моди мають поступово сповільнюватися, фокусуватися на ідеї спільноти. Зазначено, що виготовлення продуктів fashion-сегменту не може вважатися бізнесом до того, як він не продаватиметься регулярно і окупатиме витрати на виробництво. Наголошено на нерозкритому потенціалі українських креаторів та виробників. Сьогодні факти говорять за себе: баєри та журналісти з усього світу приїжджають до України за свіжими дизайнерськими рішеннями, а для формування конкурентних цін та просування нових брендів молодим дизайнерам необхідно поєднуватися та створювати колаборації для сталого розвитку вітчизняного fashion-сегменту.

### Список літературних джерел

1. Caves R. Creative industries: contracts between arts and commerce. Cambridge : Harvard University Press, 2002. 464 p.
2. Charles Landry. (2005). Creativity and the City, Netherlands Architecture Institute. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: URL: <http://charleslandry.com> (дата звернення 26.09.2023 p.).
3. Culture, creativity and markets. Paris : UNESCO, 1998. 484 p.
4. Florida R. (2002) The Rise of the Creative Class and How Its Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life. New York: Basic Books.
5. Österreichs Stellung als bedeutende Kulturnation sichern zu wollen. ÖVP-Grundsatzprogramm, 1995, S. 26.
6. Rau.ua [Електронний ресурс]. – Режим доступу: URL: <https://rau.ua/wp-content/uploads/2031/11/uhfabr-3-1024x568.jpg> (дата звернення 11.09.2023 p.).
7. Rau.ua [Електронний ресурс]. – Режим доступу: URL: <https://rau.ua/wp-content/uploads/2031/11/uhfabr5-1-1024x593.jpg> (дата звернення 11.09.2023 p.).
8. Rau.ua [Електронний ресурс]. – Режим доступу: URL: <https://rau.ua/wp-content/uploads/2031/11/uhfabr6.jpg> (дата звернення

### References

1. Caves R. (2002) Creative industries: contracts between arts and commerce. Cambridge : Harvard University Press. [in English].
2. Charles Landry. (2005). Creativity and the City, Netherlands Architecture Institute. URL: <http://charleslandry.com> (Last accessed: 26.09.2023). [in English].
3. Culture, creativity and markets. (1998). Paris : UNESCO [in English].
4. Florida R. (2002) The Rise of the Creative Class and How Its Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life. New York: Basic Books.
5. Österreichs Stellung als bedeutende Kulturnation sichern zu wollen. (1995). ÖVP-Grundsatzprogramm. [in German].
6. Rau.ua URL: <https://rau.ua/wp-content/uploads/2031/11/uhfabr-3-1024x568.jpg> (Last accessed: 11.09.2023). [in English].
7. Rau.ua URL: <https://rau.ua/wp-content/uploads/2031/11/uhfabr5-1-1024x593.jpg> (Last accessed: 11.09.2023). [in English].
8. Rau.ua URL: <https://rau.ua/wp-content/uploads/2031/11/uhfabr6.jpg> (Last accessed: 11.09.2023). [in English].
9. Struminska T., Lutsker T., Frolov I., Vesela Y., Mamchenko Y. (2023). Modern Trends in ecological preservation of textile materials in the fashion industry. Sustainable Development: Modern Theories and Best Practices / Materials of the Monthly International



11.09.2023 р.).

9. Struminska T., Lutsker T., Frolov I., Vesela Y., Mamchenko Y. Modern Trends in ecological preservation of textile materials in the fashion industry. Sustainable Development: Modern Theories and Best Practices / Materials of the Monthly International Scientific and Practical Conference (April 28-29, 2023). Tallinn: Teadmus OÜ, 2023, P. 124-129 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: URL: [https://api.teadmus.org/storage/published\\_books/monthly\\_thesis\\_book\\_04\\_2023/book.pdf](https://api.teadmus.org/storage/published_books/monthly_thesis_book_04_2023/book.pdf) (дата звернення 06.09.2023 р.)
10. The Creative Economy. (2021). Policy Circle. [in English].
11. Ukrlegprom conference '2023 «Легка промисловість. Відновлення. Разом до Перемоги!» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: URL: <https://ukrlegprom.org/ua/news/ukrlegprom-conference-2023-legka-promyslovist-vidnovlennya-razom-do-peremogy/> (дата звернення 30.07.2023 р.).
12. Абрамова О. В., Єжова О. В., Чистякова Л. О., Кудревич І. О. Дизайн-проекування авторської колекції одягу з використанням техніки печворк [Текст] // Art and Design. 2020. № 1 (09). С. 28-40. doi: <https://doi.org/10.30857/2617-0272.2020.1.2>
13. Андрейців І. Що таке дуальна освіта і навіщо вона українцям [Електронний ресурс]. – Режим доступу: URL: <https://life.pravda.com.ua/society/2017/02/16/222630/> (дата звернення 24.08.2023 р.).
14. Буднікевич І., Дузяк К. Місце fashion-індустрії в структурі креативних студій [Електронний ресурс]. – Режим доступу: URL: [https://archer.chnu.edu.ua/bitstream/handle/123456789/6665/vknu-es-2022-n2t2304\\_33.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://archer.chnu.edu.ua/bitstream/handle/123456789/6665/vknu-es-2022-n2t2304_33.pdf?sequence=1&isAllowed=y) (дата звернення 06.09.2023 р.).
15. Вахович І. М., Чуль О.М. Розвиток креативних індустрій: регіональний вимір: монографія. Луцьк: ВежаДрук, 2014. 288 с.
16. Веклич А., Корякина А., Пашкевич К. Sustainable fashion как новый тренд в фешн-индустрии / Conferința tehnico-științifică a studenților, masteranzilor și doctoranzilor : The Technical Scientific Conference of Undergraduate, Master and PhD Students, Chișinău, Moldovei, 1-3 Aprilie, 2020. – În 2 volume. Vol. 2. Chișinău : Tehnica-UTM, 2020. С. 374-377.
17. Гардабхадзе І.А. Особливості маркетингових комунікацій індустрії моди у сфері дизайну одягу // Маркетинг і менеджмент інновацій. 2012. No2. С.64-77.
18. Давимука С. А., Федулова Л. І. Креативний сектор економіки: досвід та напрями розбудови : монографія. ДУ «Інститут регіональних досліджень імені М. І. Долішнього НАН України». Львів, 2017. 528 с.
19. Єліна Т. В., Дзикович Т. А., Галавська Scientific and Practical Conference (April 28-29, 2023). (pp. 124-129). Tallinn. [https://api.teadmus.org/storage/published\\_books/monthly\\_thesis\\_book\\_04\\_2023/book.pdf](https://api.teadmus.org/storage/published_books/monthly_thesis_book_04_2023/book.pdf) (Last accessed: 06.09.2023). [in English].
10. The Creative Economy. (2021). Policy Circle. [in English].
11. Ukrlegprom conference '2023 «Lehka promyslovist. Vidnovlennia. Razom do Peremohy!» [Ukrlegprom conference '2023 "Light industry. Restoration. Together to Victory!"] (2023). URL: <https://ukrlegprom.org/ua/news/ukrlegprom-conference-2023-legka-promyslovist-vidnovlennya-razom-do-peremogy/> (Last accessed: 30.07.2023). [in Ukrainian].
12. Abramova O. V., Yezhova O. V., Chystiakova L. O., Kudrevych I. O. (2020). Dyzain-proektuvannia avtorskoi kolektsii odiahu z vykorystanniam tekhniky pechvork [Design-projection of the author's collection of clothes using the patchwork technique ] Art and Design. doi: <https://doi.org/10.30857/2617-0272.2020.1.2> [in Ukrainian].
13. Andreitsiv I. (2017). Shcho take dualna osvita i navishcho vona ukraintsiam [What is dual education and why is it for Ukrainians]. <https://life.pravda.com.ua/society/2017/02/16/222630/> (Last accessed: 24.08.2023). [in Ukrainian].
14. Budnikevych I., Duziak K. (2022). Mistse fashion-industrii v strukturi kreatyvnykh studii [The place of the fashion industry in the structure of creative studios]. URL: [https://archer.chnu.edu.ua/bitstream/handle/123456789/6665/vknu-es-2022-n2t2304\\_33.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://archer.chnu.edu.ua/bitstream/handle/123456789/6665/vknu-es-2022-n2t2304_33.pdf?sequence=1&isAllowed=y) (Last accessed: 06.09.2023). [in Ukrainian].
15. Vakhovych I. M., Chul O.M. (2014). Rozvytok kreatyvnykh industrii: rehionalnyi vymir [Development of creative industries: regional dimension]. Lutsk. [in Ukrainian].
16. Veklych A., Koriakyna A., Pashkevych K. (2020). Sustainable fashion как новый тренд в фешн-индустрии [Sustainable fashion as a new trend in the fashion industry]. Conferința tehnico-științifică a studenților, masteranzilor și doctoranzilor : The Technical Scientific Conference of Undergraduate, Master and PhD Students (1-3 Aprilie, 2020). ( pp 374-377). Chișinău.
17. Hardabkhadze I.A. (2012). Osoblyvosti marketynhovykh komunikatsii industrii mody u sferi dyzainu odiahu [Features of marketing communications of the fashion industry in the field of clothing design]. Marketynh i menedzhment innovatsii – Marketing and innovation management. (pp.64-77). [in Ukrainian].
18. Davymuka S. A., Fedulova L. I. (2017). Kreatyvnyi sektor ekonomiky: dosvid ta napriamy rozbudovy [Creative sector of the economy: experience and development directions]. DU «Instytut rehionalnykh doslidzhen imeni M. I. Dolishnoho NAN Ukrainy” (P. 528). Lviv. [in Ukrainian].
19. Yelina T. V., Dzykovych T. A., Halavska L. Ye. (2019). Shliakhy vyrishennia problemy vtorynnoi pererobky priazhi z verkhnikh trykotazhnykh vyrobiv [Ways to solve the problem of secondary processing of yarn from upper knitted products]. The state and prospects of the development of the chemical, food

Л. Є. Шляхи вирішення проблеми вторинної переробки пряжі з верхніх трикотажних виробів / Стан і перспективи розвитку хімічної, харчової та парфумерно-косметичної галузей промисловості : матеріали III Всеукраїнської науково-практичної конференції, м. Херсон, 5-6 червня 2019 року. Херсон : ХНТУ, 2019. С. 28-29.

20. Звinyaцьківська З. In progress. Fashion of Ukraine since 1991. К.: ArtHuss, 2019. 336 с.

21. Ілляшенко С. М. Екологічність як чинник конкурентоспроможності продукції // Актуальні проблеми економіки. 2012. No 9. С. 143–150.

22. Кінець епохи fashion: що чекає на ринок одягу в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: URL: <https://pro-consulting.ua/pressroom/konec-epohi-fashion-chto-zhdyot-rynok-odezhdy-v-ukraine> (дата звернення 24.08.2023 р.).

23. Колосніченко О.В., Кротова Т.Ф., Пашкевич К.Л. Sustainable fashion як тренд сучасності // Мистецтвознавство України. Інститут проблем сучасного мистецтва. Національна академія мистецтв України, Випуск 21, (2021) С.35-42. doi: <https://doi.org/10.31500/2309-8155.21.2021.254670>

24. Костюченко О. В., Дихнич Л. П. Психологія ефективності фахівця індустрії моди: Навчально-методичний посібник - Київ : Видавництво Ліра – К, 2016. – 464 с.

25. Креативна Україна 2022. День 1. Головна сцена [Електронний ресурс]. – Режим доступу: URL: <https://www.youtube.com/live/LHy7xBFO34?si=CU6LwWyu29gtBFdr> (дата звернення 15.08.2023 р.).

26. Кротова Т.Ф., Давиденко І. В. Перспективи апсайклингу автентичного текстилю в дизайні / Актуальні проблеми сучасного дизайну : збірник матеріалів Міжнародної науково-практичної конференції (20 квітня 2018 р., м. Київ) : у 2-х т. – Київ : КНУТД, 2018. Т. 1. С. 223-226.

27. Легка промисловість України: Шлях у ЄС, боротьба з «секонд-хендом» та китайським шматтям [Електронний ресурс]. – Режим доступу: URL: [https://www.ukrinform.ua/rubric-other\\_news/2064256-legka-promislovist-ukraini-slah-u-es-borotba-z-sekondhendom-ta-kitajskim-smattam.html](https://www.ukrinform.ua/rubric-other_news/2064256-legka-promislovist-ukraini-slah-u-es-borotba-z-sekondhendom-ta-kitajskim-smattam.html) (дата звернення 17.09.2023 р.).

28. Остапенко Н., Колосніченко М., Михайлюк О. Текстильні фактурні рішення як засіб художньо-естетичної виразності об'єктів дизайну і мистецтва // Мистецтвознавство України. Інститут проблем сучасного мистецтва. Національна академія мистецтв України, Випуск 21, (2021) С.60-68. doi: <https://doi.org/10.31500/2309-8155.21.2021.254673>

29. Паніна І.Г., Парчевська В.В. Індустрія моди в публічній дипломатії України та

and perfumery and cosmetic industries: materialy III Vseukrainskoi naukovo-praktychnoi konferentsii (5-6 chervnia 2019 roku) – materials of the 3rd All-Ukrainian Scientific and Practical Conference (pp. 28-29). Kherson. [in Ukrainian].

20. Zvyniatskivska Z. (2019). In progress. Fashion of Ukraine since 1991. [in Ukrainian/English].

21. Illiashenko S. M. (2012) Ekolohichnist yak chynnyk konkurentospromozhnosti produktsii [Environmental friendliness as a factor of product competitiveness]. Aktualni problemy ekonomiky – Actual problems of the economy. No 9. (pp. 143–150). [in Ukrainian].

22. Kinets epokhy fashion: shcho chekaie na rynek odiahu v Ukraini [The end of the fashion era: what awaits the clothing market in Ukraine] URL: <https://pro-consulting.ua/pressroom/konec-epohi-fashion-chto-zhdyot-rynok-odezhdy-v-ukraine> (Last accessed: 24.08.2023). [in Ukrainian].

23. Kolosnichenko O.V., Krotova T.F., Pashkevych K.L. (2021). Sustainable fashion yak trend suchasnosti [Sustainable fashion as a modern trend]. Mystetstvoznavstvo Ukrainy – Art history of Ukraine. (pp.35-42). doi: <https://doi.org/10.31500/2309-8155.21.2021.254670>. [in Ukrainian].

24. Kostiuchenko O. V., Dykhnych L. P. (2016). Psykholohiia efektyvnosti fakhivtsia industrii mody: Navchalno-metodychnyi posibnyk [Psychology of the effectiveness of a specialist in the fashion industry: Educational and methodological guide.]. (P. 464). Kyiv. [in Ukrainian].

25. Kreatyvna Ukraina 2022. Den 1. Holovna stsena [Creative Ukraine 2022. Day 1. Main stage]. URL: <https://www.youtube.com/live/LHy7xBFO34?si=CU6LwWyu29gtBFdr> (Last accessed: 15.08.2023). [in Ukrainian].

26. Krotova T.F., Davydenko I. V. (2018). Perspektyvy apsaiklinhu avtentychnoho tekstyliu v dizaini [Perspectives of upcycling authentic textiles in design]. Actual problems of modern design: zbirnyk materialiv Mizhnarodnoi naukovo-praktychnoi konferentsii (20 kvitnia 2018 r.) – collection of materials of the International Scientific and Practical Conference. (pp. 223-226). Kyiv. [in Ukrainian].

27. Lehka promyslovist Ukrainy: Shliakh u YeS, borotba z «sekond-khendom» ta kytajskym shmattiam [Light industry of Ukraine: The path to the EU, the fight against "second-hand" and Chinese pieces]. URL: [https://www.ukrinform.ua/rubric-other\\_news/2064256-legka-promislovist-ukraini-slah-u-es-borotba-z-sekondhendom-ta-kitajskim-smattam.html](https://www.ukrinform.ua/rubric-other_news/2064256-legka-promislovist-ukraini-slah-u-es-borotba-z-sekondhendom-ta-kitajskim-smattam.html) (Last accessed: 17.09.2023). [in Ukrainian].

28. Ostapenko N., Kolosnichenko M., Mykhailiuk O. (2021). Tekstylni fakturni rishennia yak zasib khudozhno-estetychnoi vyraznosti ob'iektiv dizainu i mystetstva [Textile textured solutions as a means of artistic and aesthetic expressiveness of objects of design and art]. Mystetstvoznavstvo Ukrainy – Art history of Ukraine. (pp.60-68). doi: <https://doi.org/10.31500/2309-8155.21.2021.254673> [in Ukrainian].

29. Panina I.H., Parchevska V.V. (2021). Industriia mody v publichnii dyplomatii Ukrainy ta Respubliky

Республіки Польща: порівняльний аналіз // Регіональні студії. Ужгород, Видавничий дім «Гельветика». Вип. 24. 2021. С.140-147. doi: <https://doi.org/10.32782/2663-6170/2021.24.20>

30. Прымак Т. О. Екомаркетинг: світові та українські реалії // Проблеми і перспективи ринково-орієнтованого управління інноваційним розвитком / за ред.С. М. Ілляшенка. Суми : Папірус, 2011. С. 564–589.

31. Про проблеми та перспективи розвитку легкої промисловості. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: URL: <https://ukrlegprom.org/ua/news/interviu-tetiany-izovit-na-telekanali-kyiv/> (дата звернення 05.09.2023 р.).

32. Розпорядження Кабінету Міністрів України від 24 квітня 2019 р. No 265–р «Про затвердження видів господарської діяльності, які належать до креативних індустрій». [Електронний ресурс]. – Режим доступу: URL: <https://www.kmu.gov.ua/ua/npas/pro-zatverdzhnoyi-diality-yaki-nalezhat-dokreativnih-industrii> (дата звернення 30.08.2023 р.).

33. Статистика виробництва легкої промисловості за січень-лютий 2020. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: URL: [https://ukrlegprom.org/ua/news/statystyka-vyrobnytstva-legkoyi-promyslovosti-za-sichen-lyutyj-2020/?fbclid=IwAR2btO5pd8khabCy8v3vn\\_F2BT54BJoiNoL3zDTwb\\_nepbR1XCjwR9oMhdE](https://ukrlegprom.org/ua/news/statystyka-vyrobnytstva-legkoyi-promyslovosti-za-sichen-lyutyj-2020/?fbclid=IwAR2btO5pd8khabCy8v3vn_F2BT54BJoiNoL3zDTwb_nepbR1XCjwR9oMhdE) (дата звернення 23.08.2023 р.).

34. Тимошенко О.В., Коцюбівська К.І. Формування еко-концепцій у сфері сучасної індустрії моди // Економіка екологія та природокористування. УДКремінформ № 5, 2021, С. 273-279.

35. Тканко З. Мода в Україні ХХ ст.: монографія. Львів: АРТОС, 2015. 236 с.

36. Як розвивається і скільки грошей економіці приносить дизайн-індустрія в Україні – дослідження [Електронний ресурс]. – Режим доступу: URL: <https://vctr.media/dizayn-issledovanie-2019-31169/?fbclid=IwAR2vniy> (дата звернення 23.08.2023 р.).

37. Як одягалася Україна: історія української моди за 28 років незалежності [Електронний ресурс]. – Режим доступу: URL: <https://bykvu.com/ua/mysli/125405-kak-odevalas-ukraina-istoriya-ukrainskoj-mody-za-28-let-nezavisimosti/> (дата звернення 05.09.2023 р.).

38. Як позбутися непотрібного одягу без шкоди навколишньому середовищу [Електронний ресурс]. – Режим доступу: URL: <https://ecopolitic.com.ua/news/kak-izbavitsya-ot-nenuzhnoj-odezhdy-bez-vreda-okruzhajushhej-srede/> (дата звернення 05.09.2023 р.).

Polshcha: porivnialnyi analiz [The fashion industry in the public diplomacy of Ukraine and the Republic of Poland: a comparative analysis]. Rehionalni studii – Regional studios. (pp.140-147). doi: <https://doi.org/10.32782/2663-6170/2021.24.20> Uzhhorod. [in Ukrainian].

30. Prymak T. O. (2011). Ecomarketynh: svitovi ta ukrainski realii [Ecomarketing: global and Ukrainian realities]. Problemy i perspektyvy rynkovo-orientovanoho upravlinnia innovatsiinym rozvytkom – Problems and prospects of market-oriented management of innovative development. (pp. 564–589). Sumy. [in Ukrainian].

31. Pro problemy ta perspektyvy rozvytku lehkoj promyslovosti. [About the problems and prospects of the development of light industry]. URL: <https://ukrlegprom.org/ua/news/interviu-tetiany-izovit-na-telekanali-kyiv/> (Last accessed: 05.09.2023). [in Ukrainian].

32. Rozporiadzhennia Kabinetu Ministriv Ukrainy vid 24 kvitnia 2019 r. No 265–r «Pro zatverdzhennia vydiv hospodarskoj diialnosti, yaki nalezhat do kreatyvnykh industrii» [Decree of the Cabinet of Ministers of Ukraine dated April 24, 2019 No. 265-r "On approval of types of economic activity belonging to creative industries."] (2019, 24 April). URL <https://www.kmu.gov.ua/ua/npas/pro-zatverdzhnoyi-diality-yaki-nalezhat-dokreativnih-industrii> (Last accessed: 30.08.2023). [in Ukrainian].

33. Statystyka vyrobnytstva lehkoj promyslovosti za sichen-liutyj 2020 [Light industry production statistics for January-February 2020]. URL: <https://ukrlegprom.org/ua/news/statystyka-vyrobnytstva-legkoyi-promyslovosti-za-sichen-lyutyj-2020/?fbclid> (Last accessed: 23.08.2023). [in Ukrainian].

34. Tymoshenko O.V., Kotsiubivska K.I. (2021). Formuvannia eko-kontseptsii u sferi suchasnoi industrii mody [Formation of eco-concepts in the field of modern fashion industry]. Ekonomika ekolohiia ta pryrodokorystuvannia – Economics, ecology and nature management. (pp. 273-279). [in Ukrainian].

35. Tkanko Z. (2015). Moda v Ukraini XX st.[ Fashion in Ukraine of the XX century.]. ARTOS. (P. 236). Lviv. [in Ukrainian].

36. Yak rozvyvaietsia i skilky hroshei ekonomitsi prynosyt dizain-industriia v Ukraini [How the design industry in Ukraine develops and how much money it brings to the economy – research] (Last accessed: 23.08.2023) [in Russian].

37. Yak odialalasia Ukraina: istoriia ukrainskoj mody za 28 rokiv nezalezhnosti [How Ukraine dressed: the history of Ukrainian fashion for 28 years of independence]. URL: <https://bykvu.com/ua/mysli/125405-kak-odevalas-ukraina-istoriya-ukrainskoj-mody-za-28-let-nezavisimosti/> (Last accessed: 05.09.2023) [in Russian].

38. Yak pozbutysia nepotribnoho odiahu bez shkody navkolyshnomu seredovyshchu [How to get rid of unnecessary clothes without harming the environment]. URL: <https://ecopolitic.com.ua/news/kak-izbavitsya-ot-nenuzhnoj-odezhdy-bez-vreda-okruzhajushhej-srede/> (Last accessed: 05.09.2023) [in Russian].