

<https://doi.org/10.31891/2307-5740-2024-336-85>

УДК 330

БУДНІКЕВИЧ Ірина

Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича
<https://orcid.org/0000-0002-5466-6532>

ГОНЧАР Вадим

Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича

ЛАБ'ЯК Ганна

Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича

КОНЦЕПЦІЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ЯК ЧИННИК ТРАНСФОРМАЦІЇ ФЕШН-СЕКМЕНТУ ЛЕГКОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ В РЕГІОНАХ УКРАЇНИ

У статті розглянуто просторову трансформацію фешн-секменту легкої промисловості в регіонах України в контексті концепції сталого розвитку. Досліджено основні виклики, пов'язані з впливом глобальних економічних змін, військовими діями та соціальними трансформаціями. Визначено регіональні особливості розвитку легкої промисловості, зокрема екологічні, економічні, соціальні та культурні фактори, які впливають на спеціалізацію та конкурентоспроможність підприємств. Запропоновано напрями трансформації фешн-секменту в кожному з регіонів України, які включають впровадження принципів сталого розвитку, локалізацію виробництва, використання екологічно чистих матеріалів та інноваційних технологій. Зроблено висновок про необхідність підтримки місцевих виробників через державні та міжнародні програми, розвиток кластерів та експортного потенціалу українських брендів. Отримані результати можуть бути використані при розробці стратегій сталого розвитку легкої промисловості в регіонах України.

Ключові слова: легка промисловість, фешн-секмент, сталий розвиток, регіональна трансформація, екологічні інновації, українські бренди, конкурентоспроможність

BUDNIKEVYCH Iryna, HONCHAR Vadym, LABIAK Hanna

Yuriy Fedkovych Chernivtsi National University

THE CONCEPT OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT AS A DRIVER OF THE FASHION SEGMENT TRANSFORMATION IN UKRAINE'S LIGHT INDUSTRY REGIONS

The article explores the spatial transformation process of the fashion segment in Ukraine's light industry regions under the concept of sustainable development. It reveals the impact of global challenges, including economic, social, environmental, and geopolitical factors, on the structure, functioning, and competitiveness of Ukraine's fashion industry.

Key aspects of the fashion segment's development in the light industry are analyzed: the creation of environmentally responsible products, adaptation to international sustainability standards, carbon footprint reduction, and the development of local production using regional resources. The study highlights the regional characteristics defining the sector's transformation priorities: environmental responsibility and craft production in the western regions, innovations and digitalization in the central regions, restoration of production capacities in the eastern regions, expansion of textile exports in the southern regions, and support for artisanal traditions in the northern regions.

Each region has unique development prerequisites due to geographical, economic, and cultural factors. The western regions focus on creating eco-friendly and authentic products using local resources. The central regions are becoming innovation hubs through digital technology integration and startup support. The eastern regions emphasize restoring production capacities and creating jobs, while the southern regions focus on expanding textile production and exports through seaports. The northern regions prioritize artisanal traditions and cultural heritage.

A model for adapting the fashion segment through the creation of regional clusters, the implementation of environmental standards, the development of socially responsible enterprises, and the formation of national brands in international markets is proposed. Special attention is paid to integrating national identity into fashion production, enhancing the competitive advantages of Ukrainian manufacturers.

The research results can be used to develop regional development strategies and enhance the competitiveness of Ukrainian brands in the global market.

Keywords: light industry, fashion segment, sustainable development, regional transformation, environmental innovations, Ukrainian brands, competitiveness, national identity.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ У ЗАГАЛЬНОМУ ВИГЛЯДІ ТА ЇЇ ЗВ'ЯЗОК ІЗ ВАЖЛИВИМИ НАУКОВИМИ ЧИ ПРАКТИЧНИМИ ЗАВДАННЯМИ

Поточна трансформація легкої промисловості має безпрецедентно швидкий характер та змінює все: структуру та сегменти ринку, склад гравців та лідерів, драйвери попиту та пропозиції, умови та правила ведення бізнесу, усі процеси у виробництві, логістиці, маркетингу, бізнес-моделі та звичні шаблони бізнес-мислення. Криза зумовлена спочатку пандемією, а тепер війною (енергетичні виклики через нестабільну інфраструктуру, питання логістики, дефіцит кадрів, обмеженість фінансування для малих і середніх підприємств, зростання податків та зборів), прискорила неминучі процеси змін у багатьох сегментах легкої промисловості, і в першу чергу у фешн-секменті (швейна, текстильна та взуттєва галузі).

Фешн-секмент легкої промисловості охоплює широкий спектр виробів та послуг, пов'язаних із створенням, виготовленням, розподілом, реалізацією, маркетингом та споживанням продукту (текстилю та

текстильних виробів, одягу та взуття, аксесуарів та фурнітури), який забезпечує потреби споживачів у сегментах b2b, b2c, b2g. Цей важливий сегмент легкої промисловості характеризується динамічністю, високою конкуренцією та постійним оновленням асортименту відповідно до тенденцій моди, він тісно пов'язаний з культурними, соціальними, технологічними та економічними змінами, має чітко виражені регіональні особливості, що формують кон'юнктуру відповідних ринків. Саме регіональні особливості пов'язані з географічним розміщенням регіону, з доступом до технологій, джерел енергії, сировинної бази натуральних та синтетичних матеріалів (50% споживання текстильних волокон у світі – це поліефір, 25% – бавовна, які не виробляються в Україні), з наявністю трудових ресурсів (швейна, текстильна та взуттєва галузі відомі своєю трудомісткістю, в якій працюють мільйони людей по всьому світу), з місцевими традиціями та розвитком соціуму, впливають на спеціалізацію та розвиток легкої промисловості загалом та кожного з її сегментів.

АНАЛІЗ ДОСЛІДЖЕНЬ ТА ПУБЛІКАЦІЙ

Теоретичні, методичні та прикладні засади функціонування легкої промисловості та її окремих сегментів, напрямки їх розвитку в концепті сталого розвитку та креативної економіки розробляли Я. Белоусов та Л. Белоусова Л. Р. [2], О. Берестецька [1], І. Вахович та О. Чуль [3], Ю. Волинчук та Т. Нікітін [5], О. Шандрівська та І. Юнко [9] та інші. Особливу увагу регіональним аспектам чинників трансформації приділяють вчені Інституту регіональних досліджень імені М.І. Долишнього НАН України: І.Сторонянська [6], С.Щук та Л. Созанський [7], Л.Дейнеко [4], Х. Притула, А. Максименко [8] та інші. Однак, кожен із сегментів легкої промисловості розвивається під впливом певних чинників, які формуються сучасними концепціями сталого розвитку, цифрової та креативної економіки, змінюються у воєнних умовах, визначаються географічними, історичними, ментальними, ресурсними, управлінськими та структурними особливостями регіону розміщення. Необхідність аналізу впливу зазначених чинників на трансформацію окремих сегментів легкої промисловості вказує на актуальність проведеного дослідження.

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ СТАТТІ

Метою статті є визначення впливу концепції сталого розвитку на трансформацію фешн-сегменту легкої промисловості в регіонах України, визначення напрямів трансформації для кожної групи регіонів.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

Фешн-індустрія (fashion-індустрія, індустрія моди, індустрія модних речей, фешн-бізнес) є інтегрованим сегментом легкої промисловості регіонів України, розширюючи її можливості завдяки поєднанню виробничих потужностей, креативного підходу та маркетингових інновацій. Трансформація фешн-сегменту легкої промисловості в регіонах України відбувається під впливом глобальних тенденцій, викликів війни та зростання попиту на стійкі і локальні бренди. Завдяки своїй центральній ролі в культурі фешн-сегмент може впливати на більш розумне, виважене та стійке споживання, сталий спосіб життя, втілюючи їх у діяльність для всіх секторів регіональної економіки. Фешн-сегменту притаманні ключові особливості, які характеризують і легку промисловість загалом: спрямованість на кінцевого споживача, адже продукт галузі задовольняє функціональні, естетичні та соціальні потреби людей; комплементарність з іншими галузями легкої промисловості – одяг, взуття та аксесуари виготовляються переважно з текстильних матеріалів, натуральних або синтетичних тканин, шкіри, хутра тощо, які є продуктами інших галузей легкої промисловості; залучення сучасних матеріалів, технологій крою, шиття та оздоблення, розробка дизайну та проектування виробів, що спираються на інновації та технологічні досягнення легкої промисловості; висока залежність від імпортової сировини, що збільшує витрати та логістичні ризики; більшість підприємств, які працюють у сфері фешн, інтегровані в глобальні ланцюги постачання легкої промисловості, що забезпечує можливість масштабного виробництва товарів моди; як і решта сегментів легкої промисловості, фешн-індустрія відзначається високою чутливістю до змін попиту, модних трендів та сезонності; подібно до легкої промисловості, фешн-індустрія охоплює широкий спектр ринкових сегментів – від масового споживання до люксових брендів; «висока частка підприємств, які виробляють продукцію під власною торговою маркою та займаються дизайн-проекткуванням, розробкою моделей» [8].

Світова фешн-індустрія на протязі останніх років переживає справжню революцію, коли принципи сталого розвитку набувають статусу обов'язкової умови успішного функціонування індустрії, а інструменти соціально-етичної концепції учасники ринку використовують у змаганні за почуття, настрої, увагу, емоції та гаманець покупців. Зміна поколінь та бізнес-моделей в індустрії моди призвела до поширення трендів, сталого розвитку бізнесу ESG, який включає досить великий список трендів: екологічно відповідальне виробництво матеріалів та продукції та зменшення вуглецевого сліду; ресайклінг – використання повторно переробленої сировини; соціальна відповідальність бізнесу у питаннях забезпечення гідного рівня умов праці. Компенсація карбонового сліду товарів дозволила брендам одягу збільшити LTV користувачів. Так, Ungalli Clothing подвоїв конверсію в «кошику» 0,8% до 1,7%, а TAMGA Designs – на 251% повторні покупки. Farfetch обіцяє до 2030 співпрацювати тільки з усвідомленими брендами, а ASOS створили окрему категорію на сайті для просування екологічно усвідомлених товарів. Все більше людей дотримуються

принципів sustainable living у своїх особистих діях і цінують турботу про планету з боку комерції.

За результатами дослідження Інституту регіональних досліджень імені М.І. Долишнього НАН України: «найбільшу частку у структурі легкої промисловості посідає саме виробництво одягу. На нього припадає майже половина виробленої продукції легкої промисловості» [8]. Підвищені вимоги щодо екологічності та етичні обіцянки щодо постачання стають основними елементами стратегій виробників разом зі зростаючим інтересом споживачів до екологічно чистих брендovаних продуктів. Дослідження McKinsey показують, що: «цей сектор відповідальний за приблизно 2,1 млрд метричних тон викидів парникових газів (ПГ), що становить приблизно 4% загального світового обсягу. Її вуглецевий слід становить понад 10% світових викидів парникових газів. У контексті цього можна сказати, що індустрія моди щорічно викидає приблизно стільки ж парникових газів, скільки всі економіки Франції, Німеччини та Великобританії разом узяті» [11]. Оскільки питання зміни клімату стають все більш помітними, актуальними та новими, виробники одягу намагаються бути більш прозорими щодо своїх тканин, виробництва, утилізації та умов праці.

В останні роки важливою темою для брендів, уряду та суспільства є стійка мода на протидію домінуванню виробництва «швидкої моди», тобто одягу, який створюється для швидкого споживання за низькими цінами. Це спонукає покупців вважати одяг одноразовим – надягаючи його лише кілька разів, перш ніж викинути або переходити на новий і модний дешевий одяг. На відміну від традиційних будинків моди з лише кількома сезонними колекціями на рік, бренди швидкої моди випускають до двох нових колекцій на тиждень у безперервному циклі виробництва, споживання та створення відходів. Основна роль стійкої моди полягає в усвідомленні впливу споживання моди на навколишнє середовище. Уряди країн долучаються до сталого виробництва одягу: у 2018 році уряд Китаю оголосив про свій план сталого виробництва, включаючи виробництво одягу; у 2019 році уряд Індії запустив проект SURE, який має на меті просування до стійкої моди, яка сприяє чистоті навколишнього середовища (ініціатива охоплює 16 провідних модних брендів роздрібною торгівлі, які пообіцяли до 2025 року використовувати або споживати значну частину свого загального споживання, використовуючи екологічно чисту сировину та процеси); у 2019 році уряд Франції оголосив про своє рішення зробити Париж столицею сталої моди у світі до 2024 року з ініціативою «Paris Good Fashion», яка об'єднала дизайнерів і експертів, щоб допомогти зробити моду більш екологічною (було визначено понад 350 термінів у сфері сталої моди, які розміщені на сайті асоціації <https://parisgoodfashion.fr>), у 2024 році була сформована наступна дорожня карта на 2024-2030 роки – зробити Париж зразковою столицею відповідальної моди, здатною до спільного створення, інновацій, впливу та прискорення [12]; у 2020 році уряд Франції прийняв постанову, яка вимагає від швейних компаній у країні дотримуватися близько 100 положень сталого розвитку, включаючи заборону на знищення непроданих товарів [13]. У 2023 році ЄС оприлюднив пропозицію щодо підвищення стійкості та скорочення споживання продуктів швидкої моди, яка сформулила культуру «взяти, зробити, зламати та викинути», сприяючи нестабільним практикам і завдаючи шкоди навколишньому середовищу. Згідно з новими правилами ЄС, вироби мають довше служити та бути придатними для ремонту. Ця ініціатива має на меті стимулювати ринок екологічно чистого текстилю та запобігти компаніям вводити споживачів в оману неправдивими заявами щодо захисту навколишнього середовища або «зеленими очима». Відповідно до цієї стратегії виробники повинні гарантувати, що їхній одяг є екологічно чистим і міцним, надавати споживачам більше корисної інформації щодо повторного використання, ремонту та переробки одягу [10].

Експерти WGSN [15] розглядають декілька трендів у поведінці обережного споживача (The Cautious Consumer): Wellness (тренд зростання витрат на товари для здоров'я), Modesty (тренд на скромність), Journeys (вибухове зростання туризму), Phygital (персоналізація, гейміфікація та екосистеми). Попри безперечний вплив кожного з трендів, тренд до локалізації, безпосередньо впливає на трансформацію легкої промисловості регіонів України. Цей тренд спрямовує споживачів на придбання товарів місцевого виробництва, перехід покупців на горизонтальні зв'язки в ком'юніті, бажання купувати речі у ремісників по сусідству і цим підтримувати місцевих виробників. «Світова фабрика відшиву», як називали Китай, сьогодні зосередилася на власній індустрії моди (адже китайці за час пандемії звикли купувати більшість товарів на внутрішньому ринку, китайська легка промисловість захопила цей ринок і знижувати свою частку не має наміру), а зростання заробітної плати та логістика знижують її вигідність як майданчика розміщення замовлень. Під час пандемії, багато підприємств у В'єтнамі були повністю закриті, що вплинуло на поставки Adidas. Через це, глобальні корпорації та бренди шукають можливості розмістити своє виробництво на географічно близьких територіях із спорідненою культурою бізнес-взаємин. Багато країн побачили перспективи підйому економіки через відродження національних індустрій та отримання замовлень від глобальної індустрії. В Італії, Португалії, Вірменії та інших країнах йде процес запуску сучасних фабрик, заснованих на високотехнологічному програмному забезпеченні. Зростає інтерес до модних колекцій ручної роботи, виконаних у місцевих ремісничих традиціях. Відроджується культура сімейних майстерень і з'являються нові покоління локальних модних марок. Корпорації та глобальні бренди співпрацюють із камерними гравцями, щоб стати актуальними для молодих покупців. Цей напрямок створення модних колекцій руками ремісників-майстрів одразу завоював симпатії ринку своєю соціальною значимістю для забезпечення роботою місцевих жителів [15].

Принципи, складові та заходи, які реалізуються в рамках концепції сталого розвитку, формуються трендами стійкої та відповідальної моди впливають на трансформацію фешн-сегменту легкої промисловості регіонів України. Розглянемо напрями трансформації в кожному з регіонів, які не лише сприяють економічному відновленню легкої промисловості, а й відповідають глобальним трендам сталого розвитку фешн-індустрії.

Західні регіони України (Львівська, Івано-Франківська, Закарпатська, Тернопільська, Чернівецька області) мають потенціал позиціонуватися як центри сталого розвитку фешн-індустрії в Україні завдяки своєму розташуванню, екологічності, багатій історичною спадщині, культурним традиціям, креативному потенціалу. Трансформація фешн-сегменту західних регіонів України набуває унікального культурно-економічного характеру, поєднуючи традиції, креативність, інноваційність та сталий розвиток. Основні напрями трансформації включають:

- Адаптація виробництва до вимог сталого розвитку та якості, орієнтація локальних брендів на екологічність і сталість: екологічний дизайн, підхід «zero-waste», використання інноваційних біорозкладних матеріалів, скорочення логістичних витрат та вуглецевого сліду через місцеву кооперацію.
- Активізація присутності брендів на міжнародних платформах (Etsy, Amazon, Zalando) для торгівлі та експорту.
- Інтеграція цифрових рішень для створення одягу, взуття, аксесуарів, оптимізації процесів дизайну.
- Реалізація принципів етичного виробництва через офіційне працевлаштування переселенців та місцевих мешканців на підприємства легкої промисловості.
- Орієнтація локальних брендів на створення комфортних умов для працівників, що підвищує їхню мотивацію та лояльність до компанії.
- Стратегія орієнтації на експорт може бути реалізована завдяки впровадженню стандартів, що відповідають вимогам ЄС та налагодженню партнерства з міжнародними замовниками яких локальні підприємства набувають статусу офіційного підрядника для європейських брендів.
- Стратегія локальних кластерів орієнтується на розвиток текстильних, креативних, швейних хабів, виробничих кластерів для координації підприємств, навчальних закладів і логістичних компаній. Для реалізації цього напрямку обов'язковим елементом стає співпраця з університетами, створення спільних освітніх програм із дизайну, моделювання, текстильного та швейного виробництва.
- Напрямок інтеграції елементів традиційної культури (вишиванки, етнічні орнаменти, локальні мотиви, автентичні техніки тканин, природні елементи у дизайні) у колекції сучасного одягу західноукраїнських брендів.
- Інтеграція «патріотичної моди» в колекції одягу (мотиви державних символів, кольорів і національної тематики, вишиванки у сучасній інтерпретації).
- Виробництво функціонального та практичного одягу (якісні куртки, свіншоти, худі, светри, білизна, аксесуари, взуття) відповідно до клімату регіону, одягу з трансформаційними елементами для зручності та адаптації до мінливих кліматичних умов.
- Презентація локальних брендів через туристичні заходи, виставки та ярмарки, проведення галузевих форумів, фестивалів моди (наприклад, Lviv Fashion Week), які активно залучають дизайнерів до створення колекцій, орієнтованих на внутрішнього та міжнародного туриста. Відкриття тимчасових точок продажу в туристичних зонах, що дозволяють представити колекції широкій аудиторії.
- Розвиток малих виробництв із низьким екологічним слідом і фокусом на якість.
- Підвищення популярності матеріалів місцевого походження (льон, вовна, коноплі, кропива), ремісничого виробництва, яке спеціалізується на унікальному, автентичному одязі та аксесуарах.
- Розвиток креативної економіки та підтримка молодих брендів, молодих дизайнерів, які популяризують ідею «slow fashion» (повільної моди).
- Розвиток електронної комерції, яка дозволяє локальним брендам продавати продукцію як на внутрішньому, так і на міжнародному ринках.

Таким чином, в основі трансформація фешн-сегменту легкої промисловості західних регіонів України є поєднання традицій і сучасності, якості та інновацій, автентичності та креативності, яка резонує як на внутрішньому, так і на міжнародному ринках. Цікавим напрямком є системна підтримка та промоція національної ідентичності у модній індустрії, чому сприяє прикордонне розміщення західних областей.

Трансформація фешн-сегменту у східних регіонах України зумовлена необхідністю економічного відновлення після активних бойових дій, пошуку нових ринків і адаптації до сучасних трендів сталого розвитку. Основні напрями включають: відновлення виробничих потужностей, відбудова текстильних фабрик та швейних цехів із впровадженням сучасних технологій (автоматизація процесів, енергозбереження); релокація виробництва – перенесення підприємств із зон бойових дій до більш безпечних територій у межах регіону або інших областей України; розширення асортименту товарів для місцевих споживачів за доступною ціною; цифрові платформи для об'єднання дрібних виробників для спільного виходу на ринок; вирощування натуральних ресурсів (бавовна, льон) у безпечних зонах регіону; встановлення відновлювальних джерел енергії на виробничих потужностях; створення робочих місць для

внутрішньо переміщених осіб і людей, які повертаються з війни; реінвестиція прибутків у розвиток соціальних проєктів у регіоні. Модна індустрія має можливість розвивати мікробренди із місцевою ідентичністю популяризуючи унікальний східноукраїнський дизайн. Малі виробники з Харківщини та Донеччини вже розробляють креативні лінійки одягу, орієнтовані на внутрішній ринок. Підприємці мають пріоритетний доступ до грантових коштів та міжнародних програм для розвитку сталого виробництва, створення кластерів легкої промисловості, організації спільнот виробників для зменшення витрат та оптимізації ланцюгів постачання. Таким чином, східні регіони України мають потенціал стати осередком інноваційного та стійкого фешн-сегменту, що базується на етичному виробництві, екологічності та інтеграції до глобальних трендів.

Трансформація фешн-сегменту в центральних регіонах України розгортається як унікальне поєднання індустріальної спадщини, креативних ініціатив і прагнення до сталого розвитку. Ці регіони, включаючи Київ, Черкаси, Полтаву та Вінницю, стають рушійною силою вітчизняної моди завдяки географічному положенню, людському капіталу та доступу до ресурсів. Саме в центральних регіонах України наявні умови для реалізації проєкту глобальної локальності «Made in Ukraine» через розміщення дипломатичних представництв, національних офісів міжнародних корпорацій, штаб-квартир національного та міжнародного ритейлу. Значна кількість молоді, яка проживає та вчиться в Києві дозволяє реалізувати напрямки трансформації фешн-сегменту для нових поколінь споживачів: інтеграція національних мотивів у вуличну моду; створення та популяризація капсульних колекцій, де замість масового виробництва споживачу пропонують лімітовані серії одягу, які підкреслюють індивідуальність; підтримка стартапів молодих брендів та нових українських дизайнерів, які експериментують із кроєм, матеріалами та концепціями; створення та популяризація одягу з вторинних тканин або залишків від великих виробників; апсайклінг та кастомізація; набуває популярності серед місцевих швейних фабрик виробництво без відходів (Zero-waste технології). Легший доступ столичних підприємств до нових технологій дозволяє виробникам створювати одяг із вбудованими технологіями (наприклад, тканини, що регулюють температуру тіла), одяг адаптований до потреб військових, пожежників, рятувальників. Проведення знакової події Український тиждень моди дозволяє Києву претендувати на статус центру української фешн-культури. В Києві та інших містах центрального регіону відкриваються нові навчальні заклади, які готують фахівців для фешн-індустрії. Загалом столиця та області центрального регіону України поступово перетворюються на хаби для креативних індустрій і центри тяжіння нових модних ідей, зберігаючи баланс між традицією, інноваціями та стійкістю.

Трансформація фешн-сегменту південних регіонів України, зокрема Одеської, Херсонської та Миколаївської областей, відображає їхній унікальний морський, туристичний та сільськогосподарський контекст. Ці регіони адаптуються до нових реалій через інтеграцію традицій, інновацій і глобальних трендів у фешн-індустрію. Кліматичні інновації орієнтують фешн-сегмент на створення одягу для жаркого клімату, розробки моделей, які максимально комфортні для використання у спекотних умовах, використання спеціальних тканин, що відводять тепло або захищають від ультрафіолету. Після війни Південний регіон України має величезний потенціал для перетворення на центр туристичної та екологічної моди, спираючись на природні ресурси, традиції та стратегічне розташування. Інновації та співпраця з міжнародними партнерами допоможуть розширити горизонти для місцевих виробників і брендів.

Трансформація фешн-сегменту північних регіонів України (Чернігівська, Сумська, Житомирська області) характеризується інтеграцією локальних традицій, адаптацією до кліматичних особливостей і впливом сусідніх європейських ринків. Ці регіони, які історично славляться текстильними та ремісничими традиціями, стають прикладом креативності, стійкості та інновацій у модній індустрії. Цікавим напрямом трансформації є акценти на локальному стилі (використання унікальних візерунків та мотивів, характерних для Полісся у сучасному одязі та аксесуарах) та патріотична мода як символіка опору. Також в північних регіонах активно повинна бути розробка соціальних ініціатив та програм інтеграції ВПО (створення робочих місць, освітні програми, тренінги із дизайну та швейної майстерності для жінок у громадах). Північні регіони України створюють платформи для поєднання автентичності, інновацій і стійкого розвитку.

Активно до підтримки галузі та її сегментів долучилася Асоціація Укрлегпром, яка розвиває експортний напрямок, розробила пакет презентаційних матеріалів для підприємств легкої промисловості, підготовлено каталог для розміщення замовлень в мережі N&M, каталог Ukrlegprom: Fashion&Production, допомагає адаптації підприємств до роботи в умовах воєнного стану, підтримує участь виробників у виставкових заходах, організовує гостьові візити у форматі B2B, тренінги, регіональні ініціативи тощо [14].

В якості чинників та стимулів відновлення вітчизняної легкої промисловості в регіонах України, її окремих галузей, ринків та сегментів нами визначено: адаптація до умов війни, локалізація виробництва та імпортозаміщення за рахунок підтримки місцевих виробників через державні програми; адаптація виробництва до вимог сталого розвитку та якості, орієнтація локальних брендів на екологічність і сталість; зростаючий попит на локальну, екологічну та етичну продукцію на світових ринках, особливо в країнах ЄС; використання угоди про асоціацію з ЄС для отримання пільгових умов торгівлі; інвестиції в інновації, автоматизацію та цифровізацію, які підвищують конкурентоспроможність галузі, гранти та державні субсидії для модернізації обладнання; перепідготовка працівників, підтримки пріоритетних спеціальностей

у ЗВО через розміщення державного замовлення, можливе повернення кваліфікованих кадрів із-за кордону; створення регіональних кластерів легкої промисловості, які об'єднують виробників, постачальників і освітні установи; збільшення впізнаваності українських фешн-брендів через маркетинг, промоцію та підтримку підприємств; інтеграція в міжнародні фешн-мережі, використовуючи сертифікацію за європейськими стандартами; налагодження партнерства з міжнародними компаніями для залучення грантів та міжнародних програм; збільшення ролі дайверситі – залучення до роботи представників інклюзивних груп, впровадження в асортимент товарів для інклюзивних груп; підвищення популярності функціональної, практичної, гендерно-нейтральної моди; зниження рівня тривоги споживачів та поступове відновлення соціалізації; поява нових поколінь споживачів та зростання попиту на стійкі і локальні бренди; відкладений попит та психологічні компенсаторні функції моди.

ВИСНОВКИ З ДАНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ І ПЕРСПЕКТИВИ ПОДАЛЬШИХ РОЗВІДОК У ДАНОМУ НАПРЯМІ

Таким чином, стійкий тренд практично повністю переорієнтував глобальний, національний та регіональний fashion-сегмент з орієнтації виключно на прибуток на принципи сталого розвитку бізнесу, на використання натуральних чи перероблених матеріалів, на взаємодію зі своїми споживачами. Трансформація фешн-сегменту легкої промисловості в регіонах України відбувається під впливом глобальних трендів сталого розвитку, кліматичних викликів, воєнних дій та соціально-економічних змін. Кожен регіон має свої унікальні передумови трансформації завдяки географічним, економічним, соціальним та культурним факторам. Відтак можна окреслити якірні напрями трансформації регіонів України. Західні регіони зосереджуються на створенні екологічних та автентичних продуктів із використанням місцевих ресурсів. Для центральних регіонів цікавим напрямом стають інноваційні хаби на основі інтеграцію цифрових технологій і підтримки стартапів. Східні регіони орієнтуються на відновлення виробничих потужностей та створення робочих місць, а південні – на розширення текстильного виробництва та співпрацю з міжнародними партнерами. Північні регіони України роблять акцент на текстильному виробництві, ремісничих традиціях і культурній спадщині, створюють платформи для поєднання автентичності, інновацій і стійкого розвитку. Визначені напрями є гнучкими, модульними, комплементарними, можуть оновлюватися, поєднуватися, розвиватися для ефективної трансформації легкої промисловості регіонів та переходу на інший рівень функціонування.

Провідні гравці національного та регіональних фешн-ринків, поряд із перевагами бренду, стратегії розвитку формують на основі відданості інноваційним продуктам, сталості та екологічності, патріотизму та благодійності, що дозволяє їм зберегти лояльність споживачів, підтримувати регіональний імідж, репутацію серед членів громади та ділової спільноти. Впровадження принципів сталого розвитку у фешн-сегменті легкої промисловості сприяє успішній трансформації, підвищенню конкурентоспроможності на міжнародних ринках, розширенню асортименту продукції та створенню соціально відповідальних бізнесів. Це дозволяє Україні зміцнити свої позиції на глобальному ринку легкої промисловості та забезпечити сталий розвиток галузі навіть в умовах викликів сучасності.

Література

1. Берестецька О. Регіональні аспекти розвитку та модернізації текстильної промисловості України. Регіональні аспекти розвитку продуктивних сил України. №23. 2019. С. 56-60.
2. Белоусов Я. О., Белоусова Л. Р., Серебряк К.І. Сутність планування та аналіз чинників впливу на розвиток підприємств легкої промисловості. Наукові перспективи. №10(16). 2021. С. 115-120.
3. Вахович І., Чуль О. Розвиток креативних індустрій: регіональний вимір: монографія. Луцьк: Вежа-Друк, 2014. 288 с.
4. Виклики майбутнього для промислового розвитку України : наукова доповідь / за ред. д-ра екон. Наук Л.В. Дейнеко; НАН України, ДУ «Ін-т екон. та прогноз. НАН України». К., 2022. 184 с. URL: <http://ief.org.ua/wp-content/uploads/2022/06/Vyklyky-majbutnjogo-dlja-promyslovogo-rozvytky.pdf>
5. Волинчук Ю.В., Нікітін Т.О. Аналітичне дослідження ринку товарів легкої промисловості України. Економічний форум. 2020. № 2. С. 28-36. URL:http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecfor_2020_2_6
6. Економіка регіонів України в умовах війни: ризики та напрями забезпечення стійкості: науковоаналітичне видання / наук. ред. І. З. Сторонянська; ДУ «Інститут регіональних досліджень імені М. І. Долишнього НАН України». Львів, 2022. 70 с. (Серія «Проблеми регіонального розвитку»). URL: <http://ird.gov.ua/irdp/p20220033.pdf>
7. Ішук, С. О., Созанський, Л. Й. Проблеми та особливості розвитку легкої промисловості в Україні: статистичний порівняльний аналіз із країнами Євросоюзу. Статистика України, 2020. №1. С.42-50.
8. Притула Х., Максименко А. Сучасні тенденції та виклики розвитку легкої промисловості прикордонних регіонів України: результати експертного опитування (науково-аналітична записка). URL: <https://ird.gov.ua/irdp/e20200404.pdf>
9. Шандрівська О. Є., Юнко І. Ю. Дослідження цільових сегментів ринку легкої промисловості України в період пандемії COVID-19. Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи

становлення та проблеми розвитку. 2021. № 2 (6). URL: <https://science.lpnu.ua/sites/default/files/journal-paper/2021/nov/25553/nzmened-338-352.pdf>

10. EU proposes new rules to tackle «fast fashion». URL: <https://www.dw.com/en/eu-proposes-new-rules-to-tackle-fast-fashion/a-61308009>

11. Fashion on climate. URL: <https://www.mckinsey.com/industries/retail/our-insights/fashion-on-climate>

12. Paris Good Fashion's Isabelle Lefort on making Paris the capital of sustainable fashion in 2024. URL: <https://fashionunited.uk/news/business/paris-good-fashion-s-isabelle-lefort-on-making-paris-the-capital-of-sustainable-fashion-in-2024/2024012973816>

13. Sustainable Fashion Market Analysis Shows The Market Progress In Attempt To Decrease Pollution In The Global Ethical Fashion Market 2020. URL: <http://surl.li/ooylrs>

14. UKRLEGPROM CONFERENCE '2023 «Легка промисловість. Відновлення. Разом до Перемоги!». URL: <https://ukrlegprom.org/ua/news/ukrlegprom-conference-2023-legka-promyslovist-vidnovlennya-razom-do-peremogy/>

15. WGSN Mindset URL: <https://www.wgsn.com/en/consultancy>

References

1. Berestetska, O. (2019). Regional aspects of the development and modernization of Ukraine's textile industry. Regional Aspects of the Development of Productive Forces of Ukraine, (23), 56-60.

2. Bielousov, Ya. O., Bielousova, L. R., & Serebriak, K. I. (2021). The essence of planning and analysis of factors influencing the development of light industry enterprises. Scientific Perspectives, 10(16), 115-120.

3. Vakhovych, I., & Chul, O. (2014). Development of Creative Industries: A Regional Dimension: Monograph. Lutsk: Vezha-Druk.

4. Deyneko, L. V. (Ed.). (2022). Challenges for the Future of Industrial Development in Ukraine: Scientific Report. National Academy of Sciences of Ukraine, Institute of Economics and Forecasting. Kyiv. Available: <http://ief.org.ua/wp-content/uploads/2022/06/Vyklyky-majbutnjogo-dlja-promyslovogo-rozvytku.pdf>

5. Volynchuk, Yu. V., & Nikitin, T. O. (2020). Analytical study of the Ukrainian light industry goods market. Economic Forum, (2), 28-36. Available: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecfor_2020_2_6(http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecfor_2020_2_6)

6. Storonyanska, I. Z. (Ed.). (2022). The Economy of Ukraine's Regions in Wartime: Risks and Directions for Ensuring Sustainability: Scientific and Analytical Publication. Institute of Regional Studies named after M. I. Dolishnyi of the National Academy of Sciences of Ukraine. Lviv. (Series "Problems of Regional Development"). Available: <http://ird.gov.ua/irdp/p20220033.pdf>

7. Ishchuk, S. O., & Sozanskyi, L. Y. (2020). Problems and Features of the Development of Light Industry in Ukraine: A Statistical Comparative Analysis with EU Countries. Statistics of Ukraine, (1), 42-50. Available: <http://194.44.12.92:8080/jspui/handle/123456789/4836>

8. Prytula, Kh., & Maksymenko, A. (2020). Current Trends and Challenges in the Development of Light Industry in Ukraine's Border Regions: Results of Expert Surveys (Scientific and Analytical Report). Available: <https://ird.gov.ua/irdp/e20200404.pdf>

9. Shandrivska, O. Ye., & Yunko, I. Yu. (2021). Research of Target Segments of the Ukrainian Light Industry Market During the COVID-19 Pandemic. Management and Entrepreneurship in Ukraine: Stages of Development and Problems, 2(6). Available: <https://science.lpnu.ua/sites/default/files/journal-paper/2021/nov/25553/nzmened-338-352.pdf>

10. EU proposes new rules to tackle «fast fashion». Available: <https://www.dw.com/en/eu-proposes-new-rules-to-tackle-fast-fashion/a-61308009>

11. Fashion on Climate. Available: <https://www.mckinsey.com/industries/retail/our-insights/fashion-on-climate>

12. Paris Good Fashion's Isabelle Lefort on Making Paris the Capital of Sustainable Fashion in 2024. Available: <http://surl.li/vusank>

13. Sustainable Fashion Market Analysis Shows the Market Progress in Attempt to Decrease Pollution in the Global Ethical Fashion Market 2020. Available: <http://surl.li/ooylrs>

14. UKRLEGPROM Conference 2023: Light Industry. Recovery. Together to Victory! Available: <https://ukrlegprom.org/ua/news/ukrlegprom-conference-2023-legka-promyslovist-vidnovlennya-razom-do-peremogy/>

15. WGSN Mindset. Available: <https://www.wgsn.com/en/consultancy>