

УДК 687.01-043.86(447)

Цитування:

Дерман Л. М. Становлення та розвиток індустрії моди в Україні. *Мистецтвознавчі записки: зб. наук. праць*. 2020. Вип. 38. С. 30-34.

Derman L. (2020). Formation and development of the fashion industry in Ukraine. *Mystetstvoznavchi zapysky: zb. nauk. prats'*, 38, 30-34 [in Ukrainian].

Дерман Ліля Миколаївна,
кандидат філософських наук, доцент,
завідувач кафедри дизайну та реклами
факультету філософії та суспільствознавства
Національного педагогічного університету
імені М. П. Драгоманова
<https://orcid.org/0000-0001-7408-7645>
liliya.derman@gmail.com

СТАНОВЛЕННЯ ТА РОЗВИТОК ІНДУСТРІЇ МОДИ В УКРАЇНІ

Мета роботи. На підставі критичного опрацювання матеріалу та аналізу зародження та становлення fashion-індустрії в Україні визначити її складові та охарактеризувати принципи їх роботи. **Методологія.** Специфіка дослідження логічно відбилася на його методологічних засадах. Відповідно до цього, були використані такі методи як: аналіз, синтез, аналогія, а також порівняльно-історичний та системний підходи. Така методологічна база дозволила зіставити формування та розвиток модної індустрії в Україні та за її межами в історико-культурному та модному дискурсах. **Наукова новизна роботи** полягає у визначенні складових fashion-індустрії України та її розвитку та ролі в розвитку національної культури та збереженні національної ідентичності країни. **Висновок.** На теренах України, починаючи з 1990-х років, відбулось зародження fashion-індустрії. В Україні ведення бізнесу ключових гравців на ринку fashion-індустрії, тобто тих, хто фактично виконує функцію дизайнерів одягу, відрізняється від світових традиційних форм. Можна зробити висновок про те, що в Україні можна розрізнити компанії, які позиціонують себе як торговельну марку, а також компанії, які виступають як дизайнерські бренди, що часто працюють за толінговими схемами.

Ключові слова: fashion-індустрія, підприємства, дизайнерські бренди, толінгові контракти.

Derman Lilya, Ph.D. (philosophy science), Associate Professor, Head of the Department of Design and Advertising, The National Pedagogical Dragomanov University

Formation and development of the fashion industry in Ukraine

Purpose of the article. Based on a critical analysis of the material and analysis of the origin and formation of the fashion industry in Ukraine to determine its components and characterize the principles of their work. **Methodology.** The specifics of the study logically affected its methodological principles. Accordingly, methods such as analysis, synthesis, analogy, as well as comparative-historical and systemic approaches were used. Such a methodological basis allowed us to compare the formation and development of the fashion industry in Ukraine and abroad in historical, cultural, and fashion discourses. **The scientific novelty** of the work is to determine the components of the fashion industry of Ukraine, its development, and its role in the development of national culture and preservation of national identity. **Conclusions.** The birth of the fashion industry has taken place in Ukraine since the 1990s. In Ukraine, doing business with key players in the market of the fashion industry, those who actually perform the function of fashion designers differ from the world's traditional forms. It can be concluded that in Ukraine it is possible to distinguish between companies that position themselves as a trademark, as well as companies that act as design brands that often work on tolling schemes.

Key words: fashion industry, enterprises, design brands, tolling contract.

Актуальність теми дослідження. Зародження та еволюція індустрії моди в Україні завжди викликала інтерес як серед середовища фахівців, так і небайдужих споживачів продуктів модної індустрії. Більшість професіоналів говорять про те, що як такої індустрії моди в Україні не існує. Саме це стало поштовхом до подальшого опрацювання цієї теми та здійснення комплексного аналізу принципів роботи індустрії моди в Україні та механізмів взаємодії ключових її підприємств.

Аналіз досліджень і публікацій. Розробкою цього питання займалися надзвичайно мало науковців. Переважна їх більшість вивчала український традиційний костюм, моду на теренах України від 1920-1980-х років. Тобто дослідження носять епізодичний характер. Практично недослідженим є початок 90-х і до сьогоднішнього дня. Серед науковців, що розглядали дотичну тему: Ю. Легенький, З.Тканко, Т. Козлова, К. Матейко. Про сучасний стан української індустрії моди пишуть переважно провідні фахові та ділові журнали чи консалтингові агентства, що досліджують бізнес моделі підприємств, що так чи інакше пов'язані модою. Останнім цікавим дослідженням є книга З. Звизняцьківської, що окреслює моду в період з 1990-х – і до 2019 року.

Мета дослідження. На підставі критичного опрацювання матеріалу та аналізу зародження та становлення fashion-індустрії в Україні визначити її складові та охарактеризувати принципи їх роботи. Охарактеризувати ключові засади, які вплинули на її розвиток та проаналізувати як і коли сформувалось конкурентне середовище ключових гравців на ринку та їх основна сучасна взаємодія.

Виклад основного матеріалу. Економічна, політична та соціальна ситуація в Україні вплинула на становлення та подальший розвиток модної індустрії в Україні. Кризовий період, який був пов'язаний із складним економічним та політичним положенням, що безумовно віддзеркалювалося на усіх процесах, пов'язаних із зародженням та еволюцією моди в Україні. На початку 90-х в Україні модної індустрії не існувало. Через високий рівень інфляції, товар у магазинах був дефіцитним. Монополія держави на виробництво одягу, загальне планування в цій сфері зникло, і як наслідок утворився «вільний ринок», де продавці самостійно встановлювали ціни на той чи інший товар і збували його на так званих стихійних ринках.

Однією з передумов становлення української fashion-індустрії стала професійна база швейних підприємств, що залишилися у

спадок від СРСР. Такі фабрики мали недостатньо товарів власного виробництва, адже більшість підприємств зіштовхувалися із проблемою сировини, яку складно було знайти і придбати. Саме це й стимулювало розвиток «речових ринків», на яких покупцю пропонувався не надто якісний одяг з приблизно однаковим виглядом. В той час, як споживач прагнув увиразнити свій образ і зробити його відмінним від тисяч аналогічних. Так майстрині почали займатися шиттям, в'язанням та іншим оздобленням одягу. Заможніші споживачі у 90-ті роки почали одягатися у ательє і «будинках моделей», де вбрання робилося на замовлення за досить високими на той час цінами [13].

У 1997 році сформувалася команда, яка неодноразово робила спроби організувати модний показ національного масштабу. Одномудці Ірина Данилевська, Володимир Нечипорук, Сергій Бизов, Лілія Пустовіт та Соня Забуга звернулися з офіційним листом до Палати моди Франції з проханням надати положення щодо проведення Тижня моди. Так, концептуально першим кроком до формування української fashion-індустрії стало заснування у 1997 році «Ukrainian fashion week» – Тижня моди, який було визнано першою професійною українською платформою. На початку вона мала назву «Сезони моди», а у 2006 році захід перейменували на Ukrainian Fashion Week. Модні покази перших українських дизайнерів, кількох локальних ательє і фірм виробників одягу проводили в сегменті прет-а-порте. Українські дизайнери не працювали в рамках пострадянської естетики, для них був характерний авангард. Першими українськими дизайнерами, які сформували вектор розвитку української моди були: Олексій Залевський, Ірина Дратва і Олеся Савенко, Лілія Пустовіт та Сергій Бизов, Олена Ворожбит з Тетяною Земськовою та Анжела Лисиця з Іриною Куцюк тощо. Примітним є і те, що більшість цих дизайнерів не мали спеціальної освіти, проте пропонували радикально новий підхід і бачення моди руйнуючи стереотипи радянського періоду [12, 13].

Зокрема, UFW велику увагу приділяють проектам, що стосуються розвитку та просуванню дизайнерів-початківців. Серед них і конкурс молодих дизайнерів «Погляд у майбутнє», що проходить з 2000 року. А також міжнародний конкурс молодих дизайнерів (International Young Designers Contest), що пройшов у 2018 році, ініціатором якого стала Ukrainian Fashion Week.

У 2005 році було створено Міжнародну громадську організацію «Громадська Українська

Рада моди», що сприяє розвитку професійної діяльності у сфері fashion-індустрії як в Україні так і за її межами. Головним завданням цієї організації є налагодження зв'язків, формування ініціатив для вирішення пріоритетних завдань галузі між дизайнерами, державними установами, виробниками, ритейлерами та іншими резидентами fashion-спільноти [10].

У період з 2007 і до сьогодні проводяться покази круїзних колекцій на Odessa Holiday Fashion Week У 2003 і 2006 рр. були засновані проекти New Names та Fresh Fashion, які у 2014 році злилися в єдиний проект New Generation Day, які сформували окремий день в рамках UFW, де свої колекції мають можливість презентувати «молоді» українські дизайнери.

З 2008 року до розвитку fashion-індустрії долучилося і місто Львів, де почали проводити Lviv Fashion Week.

За сприяння UFW проводиться Національна премія в галузі моди «BEST FASHION AWARDS», започаткована у 2010 році. Цей захід, дає можливість об'єктивно визначати діячів та лідерів української fashion-індустрії, що роблять свій внесок у її розбудову [12].

У 2020 UFW – це національний проект, який поступово виходить на міжнародні ринки fashion-індустрії і достойно конкурує з іншими країнами. Як приклад, в Нью-Йорку New York Fashion Week і в Токіо під час Amazon Tokyo Fashion Week – Fashion Experiment 01 у 2018 році. В рамках цих заходів було представлено роботи резидентів UFW з колекціями SS19 – Bobkova, Dzhus, Frolov, Ruslan Baginskiy, the COAT by Katya Silchenko, Valery Kovalska, Yelizavetta Volosovska [4, 12].

Стан fashion-індустрії в Україні у процесі становлення. Розвивається помірними темпами, З'являється багато національних конкурентоспроможних fashion-підприємств, які виходять на міжнародні ринки [8, 7].

Наступним етапом та поштовхом до розвитку української індустрії моди став проект, започаткований Д. Шаповаловою і Н. Васадзе у 2010 році, що отримав назву Kiev Days Fashion. Проект отримав міжнародний статус і назву Mercedes-Benz Kiev Fashion Days. В рамках MBKFD проходили не тільки модні покази, а й різноманітні перформанси, інсталяції, відбувалися вечірки та освітні заходи, де лекції читали найкращі фахівці індустрії моди. Цей тиждень моди практично став конкурентом Українського тижня моди. Проте провівши 15 сезонів (у 2017 році) Mercedes-Benz Kiev Fashion Days завершили свою діяльність.

Черговим поштовхом, що сприяв розвитку української індустрії моди та популяризації її на

міжнародній арені, була Революція Гідності, що відбулася у 2013-2014 роках. Усі ті потрясіння підсилювали патріотичні настрої дизайнерів, які згуртувалися і продуктивно працювали.

Українські бренди дизайнери почали пропонувати колекції одягу з мотивами української культури. Ці колекції демонстрували та знайомили з українськими традиціями, історією тощо. Ця тенденція припала до вподоби, зокрема, і закордонним селебретіс, що одягали вбрання з українською вишивкою. Мотиви підхопили й відомі світові будинки моди, що інтерпретували українські традиційні орнаменти в своїх колекціях.

З 2015 року українські дизайнери почали активно експортувати й, разом із тим, завойовувати смаки відомих лідерів думок. У вбранні від українських брендів зустрічали Беллу Хадід, Емілі Ратаковскі, Кім Кардаш'ян та інших. Це такі бренди, як: Ienki Ienki, Vita Kin, Руслан Багінський, Ksenia Schnaider, Frolov та інші.

Революція Гідності та численні зусилля наших дизайнерів змінили ставлення соціуму до українського продукту. Надпис на етикетці «Made in Ukraine» перестав прирівнюватися до надпису «Made in China», а, навпаки, почав завойовувати своїх прихильників.

Деякі українські дизайнери відмовилися від участі в українських тижнях моди і тепер презентують свої колекції в Парижі, Нью-Йорку, серед них: Світлана Бевза, Artem Klimchuk, Elena Burenina, Lake Studio, Poustovit, Syndicate, Ksenia Schnaider, Nadya Dzyak та Litkovskaya та інші. Серед брендів, які експортуються, наприклад, Rito. Частина українських дизайнерів продаються у закордонних ритейлерів, зокрема, наприклад, у Selfridges. Barneys New York або 10 Corso Como тощо.

Відчувши наслідки кризи, українські дизайнери намагаються використовувати дану ситуацію на свою користь. Патріотичні настрої й висока ціна на зарубіжні бренди підштовхнули споживачів переосмислити та переглянути свої уподобання на користь національних компаній.

Від початку 90-х і орієнтовно до 2013 року українські дизайнери діяли переважно самостійно, часто в тому чи іншому сенсі копіюючи один одного, прийдешне молоде покоління дизайнерів змінило ситуацію. Конкуренція стала очевидною, тому наразі дизайнери намагаються вирізнятися і усі шукають свою нішу, створюють різноманітні колаборації тощо. Колаборація для дизайнерів – це завжди можливість знайти нові шляхи розвитку, привернути до себе увагу тощо. Такі тимчасові союзи створюються між

косметичними та брендами одягу, для прикладу, показ колекції Mary Kay та Dastish fantastish. Колаборація відбулася між ювелірним домом SOVA і брендом Litkovskaya.

В умовах сучасного розвитку індустрії моди створюються національні і регіональні галузеві бізнес-об'єднання, креативні кластери серед них: Ukrainian Fashion Week, Асоціація «Укрлегпром», Kharkiv Fashion Cluster, Donbass Fashion Cluster, Кластер легкої промисловості м. Києва, Західноукраїнський кластер моди, Ку-ку Бюро (об'єднання дизайнерів), ГО «New Fashion Zone», ГС «Спілка малих і середніх експортерів» тощо.

Як відзначають в асоціації «Укрлегпром», наразі українська швейна промисловість працює в основному на замовлення іноземних фірм, на умовах давальницької сировини (толінгові схеми), в англійських країнах «International Subcontracting» (міжнародний субпідряд) або «Offshore Assembly/Production» (переробка/виробництво у іншій країні)). За даними асоціації «Укрлегпром», частка такої продукції в швейній галузі становить 80-90%. На українських швейних фабриках виготовляють свою продукцію відомі зарубіжні компанії, зокрема, і бренди fast fashion [9; 18].

Робота компаній за толінговими контрактами має свої плюси. Наприклад, фірми-замовники часто вкладають інвестиції в модернізацію підприємств, які сьогодні у своїй більшості відповідають усім сучасним вимогам. До того ж, робота фахівців таких підприємств часто менш оплачувана аніж у Китаї. [8; 7].

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, щоби бути успішним підприємством потрібно просувати власний продукт, а не дешеvu робочу силу, вартість якої завжди можна демпінгувати. Серед швейних виробництв, які переорієнтовуються на роботу внутрішнього ринку та виходять на Європейський ринок зі своїм товаром, можна назвати Arber Fashion Group, Торговий дім "Жива", VD One та багато інших. [17].

Отже, можна зробити висновок про те, що в Україні можна розрізнити компанії, які позиціонують себе як торговельну марку, а також компанії, які виступають як дизайнерські бренди. Відповідно до цього розподілу й відбувається формування цінової політики. Дизайнерські бренди мають цінову категорію від

найвищої до середньої, а торгові марки мають нижчу цінову політику.

Дизайнерські студії, що займаються розробкою одягу, взуття чи то аксесуарів, які на сьогодні є лідерами fashion-індустрії, фактично зареєстровані як підприємства, які ведуть діяльність за напрямками які не відповідають КВЕДу 74 – Дизайн (креативні індустрії), а, незважаючи на юридичні оформлення, працюють за КВЕДами 13, 14, 15.

Наукова новизна. Конкретизація наукової новизни знайшла відображення у осмисленні сутності fashion-індустрії в Україні та її можливий вплив на розв'язання соціокультурних проблем. Окреслено значення подальшого розвитку fashion-індустрії України в умовах сучасних суспільних трансформацій.

Висновки. Отже, зародження та становлення fashion-індустрії в Україні бере свій початок у 90-х роках. На формування та подальшу еволюцію розвитку fashion-індустрії вплинули політичні та соціо-економічні показники. Наразі Україна залишається привабливою з точки зору виробничих потужностей. Багато українських виробників відомі якісною роботою товару. І навіть в умовах кризової ситуації, що прийшла до нас разом із пандемією, український виробник може стати ще більш цікавим для європейських 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 Design in Ukraine. Зокрема, в Україні в найближчі роки індустрії моди потрібно сповільнитися й сфокусуватися на ідеї спільноти.

Література

1. Ермилова Д. Ю. История домов моды. Москва: Академия, 2004. 288 с.
2. Звиняцьківська З. In progress. Fashion of Ukraine since 1991. К.: ArtHuss, 2019. 336 с.
3. Каминская Н. М. История костюма: учеб. пособ. для средн. спец. учеб. заведений швейной пром-сти. Москва: Легкая индустрия, 1977. 128 с.
4. Легенький Ю.Г. Философия моды XX столетия. Киев: КНУКиМ, 2003. 300 с.
5. Линч А. Изменения в моде. Причины и следствия / пер. с англ. А. Гольдина. Минск: Гревцов Паблшер, 2009. 280 с.
6. Тканко З. Мода в Україні ХХ ст.: монографія. Львів: АРТОС, 2015. 236 с.
7. Конец эпохи fashion: что ждёт рынок одежды в Украине. 24.04.2020. URL: <https://proconsulting.ua/pressroom/konec-epohi-fashion-chto->

zhdyot-rynok-odezhdy-v-ukraine?fbclid=IwAR2e6iM3t_s2RU6ua7115zXOP5NGvI_4YEaX3TPiRixNAqjU7cKi_-WR3Os. (дата звернення: 15.09.2020)

8. Ukraine's Quiet Fashion Entrepreneurship Boom. 15.02.2019. URL: <https://www.businessoffashion.com/articles/global-currents/ukraine-fashion-entrepreneurship-emerging-market-ienki-ienki-ksenia-schnaider-vita-kin?fbclid=IwAR2-TdK1AXrfdOrHp4zQ35sFNCqhA4y2iNA-qZ7njf2t2QfpZIIWbfCufFg>. (дата звернення 1.09.2020)

9. Статистика виробництва легкої промисловості за січень-лютий 2020. 20.04.2020. URL: https://ukrlegprom.org/ua/news/statystyka-vyrobnyctva-legkoyi-promyslovosti-za-sichen-lyutyj-2020/?fbclid=IwAR2btO5pd8khabCy8v3vn_F2BT54BJoiNoL3zDTwbmerpR1XCjwR9oMhdE. (дата звернення 28.08.2020)

10. Как развивается и сколько денег экономике приносит дизайн-индустрия в Украине – исследование. 07.11.2020. URL: https://vctr.media/dizayn-issledovanie-2019-31169/?fbclid=IwAR2vniyUwe5w38n4P9G9h2YuHfDhX2IG8am5OGRla1_I_iG35mYf6eo5Qec. (дата звернення 08.09.2020)

11. Статут міжнародної громадської організації «Українська рада моди» URL: <http://fashioncouncil.org.ua/info?fbclid=IwAR0GtKW7nQDoKTmUW-XIePtn2M3J-ZpHkThVJq8VjtXzr6dvHpSKMDFWpSc>. (дата звернення 12.09.2020)

12. Про нас URL: <http://fashionweek.ua/>. (дата звернення: 15.07.2020)

13. IN PROGRESS: история украинской моды. 23.06.2017. URL: <https://chernozem.info/journal/istoriya-ukrainskoy-mody-v-mysteckom-arsenale/>.

14. Как одевалась Украина: история украинской моды за 28 лет независимости. 24.08.2019. URL: <https://bykvu.com/ua/mysli/125405-kak-odevalas-ukraina-istoriya-ukrainskoj-mody-za-28-let-nezavisimosti/>. (дата звернення 10.07.2020)

15. Кведы URL: <https://online.minjust.gov.ua/edr-search/> (дата звернення 15.09.2020)

16. Кведы URL: <https://kved.com.ua/>. (дата звернення 15.09.2020)

17. Легка промисловість України: Шлях у ЄС, боротьба з «секонд-хендом» та китайським шматтям. 03.10.2016. URL: https://www.ukrinform.ua/rubric-other_news/2064256-legka-promislovist-ukraini-slah-u-es-borotba-z-sekondhendom-ta-kitajskim-smattam.html. (дата звернення 09.08.2020)

18. Про проблеми та перспективи розвитку легкої промисловості. 01.03.2019. URL: <https://ukrlegprom.org/ua/news/interviu-tetiany-izovit-na-telekanali-kyiv/>. (дата звернення 12.06.2020)

References

1. Ermilova D. Yu. (2004). History of fashion houses. Moscow: Academy. [in Russian].
2. Zvinyatskivska Z. (2019). In progress. Fashion of Ukraine since 1991. Kyiv: ArtHuss [in Ukrainian].
3. Kaminskaya N.M. (1977). History of costume: textbook. Moscow: Light Industry [in Russian].

4. Lehen'kyu Yu.H. (2003). Philosophy of fashion of the XX century. Kiev: KNUKiM [in Ukrainian].

5. Lynch A. (2009). Changes in fashion. Causes and consequences. Minsk: Grevtsov Publisher [in Russian].

6. Tkanko Z. (2015). Fashion in Ukraine in the twentieth century: monograph. Lviv: ARTOS [in Ukrainian].

7. The end of the fashion era: what awaits the clothing market in Ukraine. 24.04.2020. URL: https://pro-consulting.ua/pressroom/konec-epohi-fashion-cho-to-zhdyot-rynok-odezhdy-v-ukraine?fbclid=IwAR2e6iM3t_s2RU6ua7115zXOP5NGvI_4YEaX3TPiRixNAqjU7cKi_-WR3Os.

8. Ukraine's Quiet Fashion Entrepreneurship Boom. 15.02.2019. URL: <https://www.businessoffashion.com/articles/global-currents/ukraine-fashion-entrepreneurship-emerging-market-ienki-ienki-ksenia-schnaider-vita-kin?fbclid=IwAR2-TdK1AXrfdOrHp4zQ35sFNCqhA4y2iNA-qZ7njf2t2QfpZIIWbfCufFg>.

9. Statistics of light industry production for January-February 2020. 20.04.2020. URL: https://ukrlegprom.org/ua/news/statystyka-vyrobnyctva-legkoyi-promyslovosti-za-sichen-lyutyj-2020/?fbclid=IwAR2btO5pd8khabCy8v3vn_F2BT54BJoiNoL3zDTwbmerpR1XCjwR9oMhdE.

10. How is the design industry in Ukraine developing and how much money does it bring to the economy? 11.07.2020. URL: https://vctr.media/dizayn-issledovanie-2019-31169/?fbclid=IwAR2vniyUwe5w38n4P9G9h2YuHfDhX2IG8am5OGRla1_I_iG35mYf6eo5Qec.

11. Charter of the international public organization «Ukrainian Fashion Council» URL: <http://fashioncouncil.org.ua/info?fbclid=IwAR0GtKW7nQDoKTmUW-XIePtn2M3J-ZpHkThVJq8VjtXzr6dvHpSKMDFWpSc>.

12. About us URL: <http://fashionweek.ua/>.

13. IN PROGRESS: the history of Ukrainian fashion. 06.23.2017. URL: <https://chernozem.info/journal/istoriya-ukrainskoy-mody-v-mysteckom-arsenale/>.

14. How Ukraine dressed: the history of Ukrainian fashion for 28 years of independence. 08.24.2019. URL: <https://bykvu.com/ua/mysli/125405-kak-odevalas-ukraina-istoriya-ukrainskoj-mody-za-28-let-nezavisimosti/>.

15. Quedi URL: <https://online.minjust.gov.ua/edr-search/>

16. Quedi URL: <https://kved.com.ua/>.

17. Ukraine's light industry: The way to the EU, the fight against «second-hand» and Chinese rags. 03.10.2016. URL: https://www.ukrinform.ua/rubric-other_news/2064256-legka-promislovist-ukraini-slah-u-es-borotba-z-sekondhendom-ta-kitajskim-smattam.html.

18. On the problems and prospects of light industry. 03.01.2019. URL: <https://ukrlegprom.org/ua/news/interviu-tetiany-izovit-na-telekanali-kyiv/>.

*Стаття надійшла до редакції 23.08.2020
Отримано після доопрацювання 22.11.2020
Прийнято до друку 27.11.2020*