



УДК 687.13.016(477)

АНАЛІЗ РОЗВИТКУ СЕГМЕНТУ ДИТЯЧОГО ОДЯГУ В УКРАЇНСЬКІЙ ФЕШН-ІНДУСТРІЇ

ГЕРАСИМЕНКО Олена, МУСІЄНКО Володимир
Київський національний університет технологій та дизайну, Україна

Надано результати дослідження української фешн-індустрії в сегменті дитячого одягу з метою визначення основних перспектив її розвитку. На основі аналізу тижнів моди в Києві, Львові та Одесі визначено кількість колекцій з дитячими образами, що були представлені починаючи з 2010 року. Встановлено, що індустрія дитячої моди активно розвивається: створюються спеціалізовані тижні моди, проходять покази колекцій сучасних дизайнерів на промислових виставках. В ході дослідження визначено, що дитячий одяг в політиці українських брендів може бути основним асортиментом, лінією одягу, однією з колекцій або окремо створеним образом.

Ключові слова: індустрія моди, дитячий одяг, бренд, колекція одягу, fashion week.

ВСТУП

Сьогодні індустрія дитячої моди активно розвивається. Інформаційні технології і соціальні мережі, які надають можливість орієнтуватися в сучасних тенденціях не лише дорослим, але й маленьким модникам, сприяють тому, що діти стають активними споживачами модних продуктів.

ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ

Актуальною проблемою є дослідження української фешн-індустрії в сегменті дитячого одягу з метою визначення основних перспектив її розвитку надалі.

РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ ТА ЇХ ОБГОВОРЕННЯ

Сучасні українські дизайнери і бренди представляють одяг для дітей на тижнях моди в Києві, Львові, Одесі і на спеціалізованих промислових виставках. Для визначення кількості колекцій з дитячими образами на показах українських брендів проаналізовано інформацію починаючи з 2010 року в періодичних виданнях модного спрямування та на офіційних сайтах організаторів виставок і відомих брендів одягу.

Встановлено, що на показах Ukrainian Fashion Week (заснований у 1997 році) в 2011-2014 рр. представлено по дві або три колекції дитячого одягу на рік. Наприклад колекції одягу для дітей створювали дизайнери Viktor Anisimov для бренду 2X2 (сезони SS 13, FW 13/14) і Larisa Lobanova для соціального благодійного проекту «Діти дітям»



(сезони HFW 11, HFW 12, HFW 13, HFW 14), бренд Пара Solo (сезон HFW 2012). Однак починаючи з 2015 р. українські дизайнери показували лише одиничні моделі дитячого одягу в декількох колекціях на сезон: одна колекція – сезони FW 14/15 (Viktor Anisimov), SS 15 (Svitlo), FW 16/17 (T.Mosca), SS 18 (Jean Gritsfeldt); дві колекції – сезон FW 15/16 (T.Mosca, Sunzhique); три колекції – сезони SS 16 (T.Mosca, TAGO, Vlada Nazik), SS 17 (T.Mosca, Iryna Dil, Queens), FW 18/19 (Jean Gritsfeldt, Gasanova, Polina Veller) [1].

Визначено, що на показах Lviv Fashion Week (заснований у 2008 році) з 2012 р. представлено лише дві колекції дитячого одягу українськими брендами Пара Solo (сезон FW 13) та Sophie Maria Syedova (сезон SS 13), і одна колекція з дитячими образами дівчинки і хлопчика від дизайнера Inna Ilnatievskaya (сезон SS 15) [2].

Аналіз показів Odessa Fashion Week (заснований у 2015 році) показав, що серед колекцій одягу сезонів SS 16, FW 16/17 лише кожна десята містила дитячі образи, однак на показах сезонів SS 17, FW 17/18, cruise 2017, SS 18 вже кожна четверта колекція – повністю дитяча, або дорослих і дитячих образів майже однакова кількість. Наприклад, моделі одягу брендів MISS DM, Irina Siryk, Pinkdreams лише для дітей, а Lamica, Royal-Family, Nani Sabrini та інші пропонують і одяг дорослих [3].

Результатом розвитку fashion-індустрії стало створення спеціалізованого тижня дитячої моди Ukrainian Kid's Fashion Week, на якому було представлено такі бренди дитячого одягу, як Пара Solo, Malyna, Imagine, BS: From Brother to Sister. Окрім тижнів моди дитячий одяг українських дизайнерів, брендів і торгових марок презентується на виставках промислових товарів, таких як Kyiv Fashion Kids, Children's Fashion Fair (раніше Baby Fashion) та інших.

Дослідивши колекції відомих українських брендів, встановлено, що модний дитячий одяг в творчості українських дизайнерів може бути:

- основним асортиментом бренду (Пара Solo, Sophie Maria Syedova, MISS DM, Irina Siryk, Pinkdreams та інші);

- однією з ліній одягу бренду («RITO Kids», «Es Divini» by Anna Bublik);

- окремою колекцією одягу для власного бренду (TAGO school, ko.ka.ko by KAMENSKAKONONOVA – сьогодні Lake Studio, колекції шкільної форми Andre TAN);

- колекцією одягу для іншого бренду (Viktor Anisimov для бренду 2X2, Sayya by Luba Makarenko для Oh My Look!);

- одягом за індивідуальним замовленням (Victoria Gres та інші).

На підставі аналізу медіа ресурсів (періодичних видань модного спрямування і офіційних сайтів) визначено, що останніми роками в fashion-індустрії дитячого одягу з'являються діти дизайнери (бренд BS: From Brother to Sister, дизайнером якого є дев'ятирічний хлопчик), крім того діти залучаються до процесу розробки колекцій та маркетингової компанії бренду (наприклад, маркетингова компанія бренду TAGO [4]).



ВИСНОВКИ

Визначено, що в останні роки на тижнях моди в Україні дитячий одяг представлений мало, однак активно розвивається в цьому напрямі Odessa Fashion Week, створюються спеціалізовані тижні моди, проходять покази колекцій на промислових виставках. Досліджено, що дитячий одяг в політиці українських брендів може бути основним асортиментом, лінією одягу, однією з колекцій або окремо створеним образом. Встановлено, що сьогодні діти стають не лише активними споживачами модного одягу, а й учасниками процесу створення і просування нових колекцій.

ЛІТЕРАТУРА

1. Ukrainian Fashion Week. Офіційний сайт [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://fashionweek.ua>.
2. Lviv Fashion Week. Офіційний сайт [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://lvivfashionweek.com>.
3. Odessa Fashion Week. Офіційний сайт [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://odessafashionweek.com>.
4. Первый магазин детской одежды TAGO [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://vogue.ua/article/fashion/brend/pervyy-magazin-detskoy-odezhdy-tago.html>.

GERASYMENKO O., MUSIENKO V. ANALYSIS OF UKRAINIAN FASHION INDUSTRY'S DEVELOPMENT OF CHILDREN'S CLOTHING

The results of research of the Ukrainian fashion industry in the field of children's clothes are given in order to determine the main prospects for its development. Based on the analysis of fashion weeks in Kiev, Lviv and Odessa, the number of collections with children's looks presented in recent years has been determined. This article argues that the industry of children's fashion is actively developing: specialized weekly mods are created, collections of modern designers are showing at industrial exhibitions. It has been established that children's clothing in the policy of Ukrainian brands could be the main assortment, line of clothes, one of collections or individually created clothes. The study indicates that today children become not only active consumers of fashion clothes, but also participants in the process of creating and promoting new collections.

Key words: fashion industry, children's clothing, brand, clothing collection, fashion week.