

Чуботіна І. М., PhD, старший викладач, Гарбаренко Х. О., магістр

Київський національний університет технологій та дизайну

ПРОГНОЗУВАННЯ ТРЕНДІВ НА ОСНОВІ СВІТОВИХ СИТУАЦІЙ ТА ВИЗНАЧЕННЯ ЧИННИКІВ, ЩО ТРАНСФОРМУВАЛИ ФОРМИ В КОСТЮМІ

Анотація. Розглянуто прогнозування моди через основні сфери суспільства. Проаналізовано прогнозистів моди, шляхи появи трендів та місця їх розвитку та використання. Визначено тренди, які виникли внаслідок чинників, що відбуваються у світі та було виявлено фактори, які спричинили зміни трансформації форм в конструкції костюму.

Ключові слова: мода; тренди; дизайн одягу; актуальність; колір; прогнозування; штучний інтелект.

Chubotina I. M., Harbarenko C. O.

Kyiv National University of Technologies and Design

FORECASTING TRENDS BASED ON WORLD SITUATIONS AND DETERMINING THE FACTORS THAT TRANSFORMED THE FORMS IN THE SUIT

Abstract. Fashion forecasting through the main spheres of society is considered. Fashion forecasters, the ways of emergence of trends and places of their development and use are analyzed. The trends that arose as a result of factors occurring in the world were identified and the factors that caused transformational changes in the design of the suit were identified.

Keywords: fashion; trends; clothing design; actuality; color; forecasting; artificial intelligence.

Вступ. Мода – нетривале панування певного смаку в певній сфері життя чи культурі. Моду характеризують короточасні й поверхневі зміни зовнішніх форм побутових предметів та мистецьких творів. У вужчому сенсі модою називають зміну форм і зразків одягу, що відбувається протягом порівняно коротких проміжків часу. Тренд – спрямованість, прагнення, термін, що позначає можливий вектор розвитку подій. Модний тренд – це те, що актуально саме зараз, сьогодні [3].

Прогнозування трендів – обов’язкова складова моди. Прогнозування модних трендів є однією з основ модної індустрії [2]. Розуміння трендів – фундаментальний навик для всіх без винятку фахівців модної індустрії [1]. Суспільство завжди мало перевагу одягатися модно та актуально. Велика кількість людей має свої власні бажання та смаки в одязі. Дизайнери намагаються забезпечити споживачів актуальними тенденціями в одязі, новітніми формами та дати новий підхід до одягу. Тренди – це те, що саме зараз відбувається у світі, в суспільстві. Актуальність даної теми полягає у тому, щоб визначити хто прогнозує моду, проаналізувати яким чином створюються тренди та прослідкувати, де вони використовуються.

Методологія. В дослідженні проведено аналітичний аналіз для вивчення та розглядання зародження та трансформацію модних тенденцій в сучасний костюм, розглядання ознак кольорів, їх показники для кожного тренда, соціокультурний аналіз застосовано для дослідження перетворення форм в костюмі та з’ясування причин зміни форми костюма, візуально-аналітичний аналіз для порівняння зміни костюма та використаних трендів в ньому.

Наукова новизна. На основі аналізу визначено особистостей в прогнозуванні трендів, основні сфери прогнозування моди, чинники, що змінюють форму костюма, місця використання трендів та вплив штучного інтелекту на модну індустрію. Сформульовано актуальні кольори, їх якості та прикмети до кожного тренда. Доведено

актуалізацію досвіду прогнозування трендів в контексті сучасних прогнозувань тенденцій в дизайні одягу.

Практична значущість. Представлено причинно-наслідкові зв'язки зміни форми в костюмі та чинники в процесі створення сучасних трендів в фешн-дизайні, що показує широкі можливості використання знань наукової роботи в процесі практичної діяльності дизайнерів сучасного одягу. Матеріали статті можна використати при вивченні прогнозування трендів в індустрії моди та при написанні наукових робіт та статей. Дослідження обумовлене поглибленню знань та теоретичних відомостей процесу створення трендів в дизайні одягу.

Аналіз попередніх досліджень. В статті «Тенденції ринку одягу у 2023 році» досліджено що, є фактори, які впливають на індустрію одягу і мають великий вплив на моду й тенденції ринку одягу, а саме, економічні, соціальні, психологічні, екологічні, історичні, політичні фактори [4]. В статті «Як провести ефективне дослідження ринку» проаналізовано, що на покупки модних речей впливають відомі люди: світові зірки, інфлюенсери. Інфлюенсери мають величезний вплив на ринок моди. Відомо, що на індустрію моди впливають також світові події, які дають початок новим трендам [5]. В статті Білей-Рубан Н. В. описано основні складові прогнозування та проаналізовано хто прогнозує моду. Сьогодні в світі існує велика кількість агентств з прогнозування. Найвідоміші з них: Trend Union (Франція), Nelly Rodin and Peelers (Франція), INDEX and The Bureau (Великобританія), Brain Reserve (США), The Woolmark Company and DUPONT (США), Li Edilkoort's Trend Union and Faith Popcorn's, Brain Reserve, The Bureaux, Swiss textile firm, Schoeller Textil AG, Britain based WGSN (Worth Global Style Network) [6]. В статті «Модні тенденції» розглянуто, що тренди та тенденції розвиваються починаючи з групи новаторів, а потім зростаючи далі, починають бути прийнятними групою послідовників. Пік тенденції досягається завдяки «ранній більшості», після чого популярність поступово приймається «пізньою більшістю», а потім групою «консерватори», які мають певний інтерес або раніше не стикалися з цією тенденцією. Тренди поділяють на короточасні (від 3–6 місяців), реальні тренди, які поділяються на сезонні (від 6–12 місяців) та довгострокові тренди (від 1–5 років) та на класику (від 5–25 років) [7]. За словами Шеннон Шафер, директора з питань моди: «Прогнозування моди поєднує мистецтво та науку, що дозволяє нам передбачати тенденції, щоб ми могли давати те, що хоче клієнт. Мистецтво – це мода, але наука приходить через аналіз соціології напрямку, в якому рухається мода. Ця суміш допомагає висловити особисту думку та дає нам змогу бути неупередженими під час аналізу різних точок даних спрогнозувати майбутнє моди» [8]. Авторка Джорджія Лупіні дослідила, що на стан індустрії моди та на тренди впливають зовнішні зміни, що відбуваються у світі. Ці зміни змінюють поведінку та очікування споживачів. Потреби споживачів змінюються та відображаються на покупках. Індустрії моди потрібно виробляти продукцію, яка задовольнить потреби споживачів, щоб задовольняти їх та мати зв'язок з клієнтом в майбутньому [16]. В книзі Робіта Бгаргави «Неочевидне: як передбачити майбутнє, аналізуючи тренди» проаналізовано як передбачати та аналізувати тренди. За аналізом самого автора, щоб передбачати майбутнє потрібно навчитися краще розуміти, що відбувається зараз. Тому, щоб прогнозувати майбутнє потрібно вдосконалити свої сили у спостереженні за тим, що вже відбувається [9]. В статті «Модна кар'єра: посібник із прогнозування модних тенденцій» проаналізовано, щоб передбачати та прогнозувати тренди потрібно мати аналітичні здібності, щоб досліджувати та аналізувати дані. Творчі здібності, щоб творчо мислити. Бути глобально налаштованим, мати допитливе мислення та глобальний погляд на світ [17]. У статті «Класифікація та розвиток трендів» Ліана Білякович дослідила, що є три стадії еволюції в тренди та було проаналізовано

варіанти розвитку подій після того як тренд входить в основний потік [10]. За словами автора статті Мета Бертрама, мода щільно перетинається з мистецтвом та культурою та з іншими галузями життя. Вона орієнтується на споживчі вподобання, суспільний вплив і економічні сили. При вірному прогнозуванні трендів та правильних орієнтирів вподобань споживачів бренди отримають нових споживачів по всьому світі. Модні тенденції впливають на поведінку споживачів, колективні бажання і на продажі. Модна тенденція має силу впливати на одяг, самовираження та взаємодію з брендами. Успішна модна тенденція сформує цілі колекції, впливає на позиціонування бренду та стимулює суспільні зміни. При вподобанні людини з трендом, який резонує з її стилем та збігається з прагненням людини, це викликає почуття напруги та хвилювання. Людина візуалізує як це покращить її самовираження. Ці емоційні зв'язки стимулюють бажання отримувати тенденції моди та бути в курсі подій. Мода відіграє значну роль у тому, як люди прагнуть підтвердження та соціального схвалення. Впливові люди є орієнтиром на тренди та що зараз модно. Бути в курсі останніх тенденцій моди стає засобом вписатися, отримати визнання та відчути себе частиною великої модної спільноти. Це стає способом донести до світу ідентичність, цінності та особистий стиль [18].

Постановка завдання. Метою даного дослідження в роботі визначити хто прогнозує моду, проаналізувати яким чином створюються тренди та прослідкувати, де вони використовуються, також спрогнозувати тренди в моді на основі політичних, економічних, соціальних, культурних сфер та виявлення чинників, що призвели до трансформування даних форм у костюмі. Вплив штучного інтелекту в сфері моди та на тренди. Основними завданнями дослідження є: аналіз факторів прогнозування трендів в сфері моди. Основні чинники, що призвели до зміни форм у костюмі із застосуванням факторів прогнозування трендів.

Результати дослідження та їх обговорення. Існують спеціальні світові компанії, тренд-форкастерів, трендхантери, тренд-бюро, у яких зайняті соціологи, антропологи, маркетологи тощо, інститути, які займаються аналізом попиту і відстеженням тенденцій та відстеженням настроїв у суспільстві. Вони відстежують і впроваджують нововведення першими, потім пропонуючи їх іншим [11]. Також, інституція, як Інститут кольору Pantone наприкінці року визначає головний колір наступного року та багато інших трендових відтінків на сезон весна/літо чи осінь/зима, детально пояснюючи свій вибір [12].

Прогнозування трендів в моді відштовхується від того, що відбувається у світі: політична, економічна, соціальна, культурна, мистецька сфери суспільства та їх вплив на ситуації у світі. Також новинки культури і мистецтва, останні художні відкриття і загальні настрої в соціумі. Люди, які займаються прогнозуванням трендів аналізують різноманітні вистави, покази одягу, завдяки чому виявляють тенденції. Прогноз створюється на основі глибоких маркетингових полювань: аналіз цільової аудиторії по сегментам, її способу життя, роду зайнятості, рівня освіти, а також споживацьких інтересів, побажань і потреб [12].

Елементи тренд-форкастерів:

- Модні покази: спеціалісти цієї справи відзначають образи на подіумах, тобто це прогнозування має назву «Зверху-Вниз» (тренди проникають з модних показів до прилавок магазинів).
- «role model»: робітники дивляться на стиль одягу так сказанні «role model», тобто це є відомі люди, за якими слідкує суспільство. Це прогнозування є «висхідним».
- Інші галузі: мистецтво, кіно, природа.
- Всі ці елементи аналізують тренд-форкастери, роблять висновки, що буде актуальним у наступному сезоні [8].

Тренди використовуються не тільки в моді та одязі, а й в інших галузях. В сфері декору інтер'єрів: меблів, екстер'єрів, автомобілів, в їжі, харчових і кондитерських сферах для ресторанів і виробників снєків і навіть в способу життя і відпочинку.

Тренди весна/літо 2024.

- Жіночність, романтичність м'які, ніжні лінії, мереживо, квітковий принт, пришиті квіти, рози, рюши, волани (рис. 1 (а–в)).
- Штучний інтелект та техніка (рис. 2 (а–в)).
- Сталий розвиток та свідоме споживання.
- Тренд на повторне використання одягу – апсайклінг.
- В'язані речі (рис. 3 (а–в))

Жіночність, романтичність. Сьогодні в світі жінки стають все більш «видимими» в усіх сферах, які були традиційно закріплені за чоловіками, а також в питаннях своїх потреб. Історія про те, що людина – це чоловік, а інше є похідним, поступово змінює сюжет, де жінки мають право голосу, преференції, здобутки і можливості.

Під час воєн існує небезпека для життя жінки, в тому числі для механізму виживання, пов'язаного з продовженням роду. Ці механізми пробуджуються в мирний час під час економічних криз і соціальних потрясінь. Згідно з Міжнародним комітетом Червоного Хреста, жінки і дівчата є найбільш вразливими до насильства в умовах збройного конфлікту. Безпека, захист та піклування про жінок потребують більшої уваги з боку держави, неурядових організацій та фондів, особливо під час війни та подолання наслідків психологічної травматизації суспільства та вразливих категорій населення, до яких відносяться в першу чергу вагітні жінки, молоді матері та літні жінки, які нових заходів потребують найбільше. Захист від сексуального та сімейного насильства – особливо гостро це постало під час війни і показало, наскільки насправді жінки є вразливою категорією [13]. Через нестабільну ситуацію в країні українська жінка стала символом незламності та сміливості, синонімом волі та жаги до справедливості. Українські жінки відстоюють нашу честь на світовій арені [14]. Вони відіграють провідну роль у русі за свободу країни, документуючи воєнні злочини, і координуючи розподіл допомоги. Жіночий рух став все більш популярним в останнє десятиліття. Цей рух прагне забезпечити рівноправ'я для жінок у всьому світі. В культурній еволюції суспільство поступово переходить до більш прогресивних ідей про гендер і роль жінок в суспільстві [15]. В мистецтві багато присвячується питанням жінок. В політичній сфері та громадському житті активність жінок за останнє десятиліття стала активною. Жіноча активність в політиці та громадському житті допомагає змінювати стереотипи про жінок і збереження їх прав. Пастельні кольори актуальні, як символ жіночності (рис. 1).

Штучний інтелект. Вплив ШІ на глобальну економіку робить його маркером зростання внутрішніх ринків. Пандемія та російсько-українська війна похитнули економічну стабільність усіх держав, тому нові технології можуть стати драйвером національних економік. «Штучний інтелект має величезний потенціал для підвищення продуктивності. Це може бути технологія, здатна знизити інфляцію», – спрогнозував генеральний директор інвестиційної компанії BlackRock Ларі Фінк (рис. 2) [19].

Сталий розвиток та свідоме споживання. Пандемія коронавірусу ознаменувала масовий перехід людей на формат роботи з дому. І попри те, що зараз епідеміологічна ситуація у світі не така гостра, ні працівники, ні роботодавці не поспішають повертатися до традиційної роботи в офісі. Ця тенденція буде зберігатися, адже так компаніям вдасться суттєво заощаджувати на офісах та офісних штуках для працівників [20]. Прогнозується, що тенденція до сталого розвитку та свідомого споживання продовжиться і в 2024 році. Це пов'язано зі зростанням свідомості людей

про екологічні проблеми та необхідність збереження природних ресурсів [21]. Забруднене навколишнє середовище та зміна клімату призвело до того, щоб зберегти природу, суспільство повинне менше купувати речі, щоб потім менше викидувати, регенерувати землеробство, скоротити харчові відходи та бути відповідальним в пошуках постачальників [22].



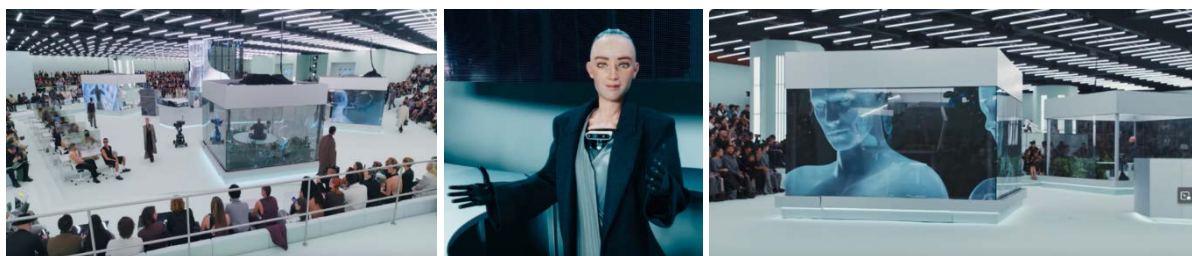
а

б

в

Джерело: [23].

Рис. 1. Carolina Herrera весна-літо 2024



а

б

в

Джерело: [24].

Рис. 2. BOSS FW23 Fashion Show | BOSS

Тренд на повторне використання одягу – апсайклінг. Є тренд майбутнього – у світі скорочується все середнє. Пандемія та російсько-українська війна похитнули економічну стабільність усіх держав, тому нові технології можуть стати драйвером національних економік. Приблизно у 2030 ми не побачимо середній клас зовсім, на його заміну прийдуть роботи. В майбутньому світу будуть потрібні або дуже кваліфіковані працівники або дуже низько кваліфіковані. Середньокваліфікованих робітників не буде. Малокваліфіковані люди будуть заробляти не багато, тому на якісний одяг в них не буде грошей. Вони будуть споживачами секондхенду, тому бачимо розвиток тренда на повторне використання одягу, та повторну переробку одягу.

В'язані речі. В культурній сфері багато показів фільмів про любов, почуття, дорослішання. В соціумі відбувається єднання людей по світу та йде звикання до нової реальності, яка відбувається у світі, а саме глобальні кризи, збільшення техніки та

штучного інтелекту, перестроювання бізнесу для Sustainable fashion. А в'язані речі символізують теплоту, любов, затишок, доброту, дім, спокій. Через події, які відбуваються в сфері культури та соціумі в'язаний одяг актуальний. В економічній сфері відбуваються глобальні кризи, інфляції. В часи глобальних економічних кризисів соціум все більше цінує комфорт і практичність у одязі. Білий, синій, зелений, червоний кольори можуть актуальні, а також коричневий, бежевий, натуральні кольори як символи доброти, спокою, реальності, теплоти (рис. 3).



Джерело: [25].

Рис. 3. Loewe весна-літо 2024

Висновки. У результаті дослідження визначено, що моду прогнозують спеціальні світові компанії, тренд-форкастерів, трендхантери, тренд-бюро, у яких зайняті соціологи, антропологи, маркетологи тощо, інститути. Проаналізовано, що світові компанії відштовхується від того, що відбувається у світі: політична, економічна, соціальна, культурна, мистецька сфери суспільства та їх вплив на ситуації у світі. Також слідкують за новинками в культурі і мистецтві, останніми художніми відкриттями і загальними настроями в соціумі. Ці люди займаються прогнозуванням трендів і аналізують різноманітні вистави, покази одягу, завдяки чому виявляють тенденції. Прогноз створюється на основі глибоких маркетингових полювань: аналіз цільової аудиторії по сегментам, її способу життя, роду зайнятості, рівня освіти, а також споживацьких інтересів, побажань і потреб. Прослідковано, що потреба на тренди використовуються й в інших галузях. В сфері декору інтер'єрів: меблів, екстер'єрів, автомобілів, в їжі, харчових і кондитерських сферах для ресторанів і виробників снєків і навіть в способу життя і відпочинку. Виявлено чинники та причино-наслідкові зв'язки, що призвели до трансформування даних форм у костюмі та вплив штучного інтелекту в сфері моди та на тренди. Сформульовано актуальні кольори, своєрідність особливостей їх символізму та визначення рис кожного кольору для тренда.

Список використаної літератури

1. Ufeg: Трендпрогнозування. URL: <https://www.ufeg.com.ua/courses/trendprohnozuvannia/>
2. SINGLEPRINT: Топ тренди в одязі. URL: <https://singleprint.com.ua/ua/blog/luchshie-trendy-sezona/>

3. Конспект лекцій: Модні тренди і брендинг в фешн-індустрії. URL: https://msnp.knutd.edu.ua/pluginfile.php/474279/mod_resource/content/1/%D0%9A%D0%BE%D0%BD%D1%81%D0%BF%D0%B5%D0%BA%D1%82%20%D0%BB%D0%B5%D0%BA%D1%86%D1%96%D0%B9.pdf.
4. Bergamo: Тенденції ринку одягу у 2023 році. URL: <https://bergamo.ua/blog/tendenciya-rynku-odyagu-2023>.
5. Attest: How to conduct effective market research for fashion. URL: <https://www.askattest.com/blog/guides/market-research-for-fashion>.
6. Білей-Рубан Н. В., Седоухова Є. В., Галушак Е. І. Основні складові дизайн-прогноза в області моди для розробки trend-book. *Технології та дизайн*. 2016. № 2 (19). URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/td_2016_2_12.
7. Kraimod: Fashion trends. URL: <https://www.kraimod.com/fashiontrends>.
8. Nordstrom: Fashion Forecasting: Art and Science. URL: <https://nordstrom.gcs-web.com/news-releases/news-release-details/fashion-forecasting-art-and-science/>
9. Робіт Бгаргава. Неочевидне: як передбачити майбутнє, аналізуючи тренди. Харків: Vivat, 2019. 228 с.
10. Podium-Lex-Центр прогнозування моди Ліани Білякович: Класифікація та розвиток трендів. URL: <https://podium-lex.com/publikatsii/analitika-mirovykh-trendov/klasifikatsiya-ta-rozvitok-trendiv.html>
11. Triora: Хто стежить за вашим смаком: трендвотчінг? URL: <https://www.triora.ua/kto-sledyt-za-vashym-vkusom-trendvotchyng/>
12. Explainer: Хто вирішує, що буде модним? Пояснюємо, як працює фешн-індустрія. URL: <https://explainer.ua/hto-virishuye-shho-bude-modnim-poyasnyemo-yak-pratsyuje-feshn-industriya/>
13. Рейтинг: Можливості жінок в Україні (1–2.06.2023). URL: [Можливості жінок в Україні \(1-2 червня 2023\) - Україна - Дослідження - Соціологічна група Рейтинг \(ratinggroup.ua\)](https://ratinggroup.ua/ukrainia-doslidzhenня-sotsiologichna-grupa-reyting-ratinggroup.ua).
14. Espirit: Образ української жінки у світі. Як він транслюється через одяг? URL: <https://d-fashion.com.ua/articles/obraz-ukrayinskoyi-zhinki-u-sviti-yak-vin-translyuyetsya-cherez-odyag/17/> UnWomen: Як виглядає гендерна рівність сьогодні. URL: [Як виглядає гендерна рівність сьогодні? | ООН Жінки – Штаб-квартира \(unwomen.org\)](https://unwomen.org/ukrainian-women-empowerment)
15. Business Live: SA research shows the pandemic forever changed fashion retail. Now what? URL: <https://www.businesslive.co.za/redzone/news-insights/2022-08-03-native-sa-research-shows-the-pandemic-forever-changed-fashion-retail-now-what/>
16. FashionRetailAcademy: Fashion Careers: Guide to Fashion Trending Forecasting. URL: <https://www.fashionretailacademy.ac.uk/resources/guide-to-fashion-trend-forecasting>.
17. EWR Digital: Unveiling the Business Impact of Fashion Trends: Analyzing Consumer Behavior and Sales. URL: <https://www.ewrdigital.com/blog/fashion-trends-business-impact>.
18. Економічна правда: Змінюйся або помри. Як штучний інтелект став невід’ємною частиною світової економіки. URL: <https://www.epravda.com.ua/publications/2023/07/24/702480/>
19. Mjournal: Як ми будемо жити у 2025 році. URL: <https://journal.maudau.com.ua/novyny/yak-my-budemo-zhyty-u-2025-roczii/>
20. Український капітал: Сталий розвиток: що це, чому це важливо та до чого тут Україна. URL: [Сталий розвиток: що це, чому це важливо та до чого тут Україна - UCAP.IO](https://ukrainiancapital.com/ukrainian-capital-sustainable-development-what-is-it-why-is-it-important-and-what-is-it-for-ukraine)
21. Consulting for retail: Тренди ритейлу 2023. URL: <https://www.c4r.eu/ukr/blog/trendy-riteyla/trendy-riteyla-2023/>
22. Vogue: Carolina Herrera весна-літо 2024. URL: <https://vogue.ua/ru/collections/carolina-herrera-vesna-lito-2024-8810.html>.
23. YouTube: BOSS FW23 Fashion Show | BOSS. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=haF5CBkfL9E>.
24. Vogue: Loewe весна-літо 2024. URL: <https://vogue.ua/ru/collections/loewe-vesna-lito-2024-8845.html>.