



УДК 745.52

СТІЙКА МОДА ТА КАСТОМІЗАЦІЯ В ДИЗАЙНІ КОРПОРАТИВНОГО ОДЯГУ ДЛЯ ЗВО

МАЗНЕВ Євген, НІЗІН Віталій

Східноукраїнський національний університет ім. Володимира Даля,
Київ, Україна

maznev@snu.edu.ua

Розглянуто один із можливих шляхів створення корпоративного стилю ЗВО на основі дизайну корпоративного одягу. Розглядаються методи персоналізації через інтеграцію принципів кастомізації та брендування з дотриманням основних напрямків стійкої (екологічної) моди.

Ключові слова: корпоративний стиль, корпоративний одяг, кастомізація, брендинг, сталє споживання, стійка мода.

ВСТУП

Формування фірмового (корпоративного) стилю відіграє ключову роль у створенні впізнаваного образу будь-якої організації, зокрема закладів вищої освіти (ЗВО). Він сприяє зміцненню ідентичності та підвищенню рівня довіри. Водночас сучасна фешн-індустрія дедалі більше орієнтується на принципи сталого розвитку, що передбачають мінімізацію відходів виробництва, зниження негативного впливу на довкілля, а також раціональне використання природних ресурсів, необхідних для виготовлення, переробки та утилізації одягу.

ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ

Розробка та впровадження корпоративного (фірмового) одягу для ЗВО є важливим інструментом формування унікальної ідентичності, згуртованості та підвищення впізнаваності. Однак, одним із головних принципів є відповідальний підхід до його дизайну як інструменту «персоналізації», зокрема врахування принципів екологічної (стійкої) моди, кастомізації та брендування. Отже, необхідно розглянути можливості дизайну корпоративного одягу відповідно до ключових напрямів розвитку стійкої моди.

РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ ТА ЇХ ОБГОВОРЕННЯ

Корпоративний одяг відіграє фундаментальну роль у формуванні та зміцненні корпоративної культури закладів вищої освіти. Він виступає не просто уніформою, а потужним інструментом візуальної комунікації, що втілює цінності, місію та філософію ЗВО. Вдалий дизайн корпоративного одягу здатний консолідувати університетську спільноту, створюючи відчуття причетності та єдності серед викладачів, здобувачів освіти та інших споживачів послуг освіти. Більше того, професійний зовнішній вигляд значно підвищує авторитет ЗВО в очах абітурієнтів, партнерів, роботодавців,



стейкхолдерів та громадськості, формуючи образ надійної та прогресивної інституції, що дбає про свій імідж та впізнаваність бренду.

Однак специфіка ЗВО як особливого типу «корпорації» створює унікальний виклик: як забезпечити баланс між єдиним корпоративним стилем та індивідуальною ідентичністю? Адже університетське середовище традиційно цінує академічну свободу, креативність та самовираження. Саме тому інноваційним рішенням цієї дилеми є стратегічне поєднання корпоративного брендування з концепцією масової кастомізації, що дозволяє створити гнучку систему корпоративного одягу, яка одночасно відображає інституційну ідентичність та задовольняє потреби в персоналізації.

Аналіз ключових принципів масової кастомізації (гнучкість, оперативність, персоналізація, економічна доступність) дозволяє ідентифікувати чотири основні підходи, що можуть бути ефективно інтегровані в дизайн-проектування корпоративного одягу для ЗВО:

- косметична кастомізація – включення персоналізованих елементів (індивідуальні фотографії, імена, наукові досягнення, особисті мотиваційні цитати), які надають стандартному корпоративному одягу унікальних рис, що відображають особистість носія без порушення загальної стилістичної концепції;
- експертна кастомізація – розробка спеціалізованого корпоративного одягу відповідно до конкретних функціональних потреб;
- модульна кастомізація – створення комплексної системи взаємодоповнюючих елементів (базовий одяг, змінні аксесуари, додаткові компоненти), які можна комбінувати відповідно до ситуації, сезону чи індивідуальних переваг, зберігаючи при цьому єдність корпоративного стилю;
- адаптивна кастомізація – інтеграція інноваційних технологічних рішень (смайт-текстиль, вмонтовані електронні компоненти, трансформовані елементи), що дозволяють одягу адаптуватися до різних умов використання та потреб користувача.

Розширюючи можливості індивідуалізації, варто також розглянути різноманітні технології кастомізації, які можуть бути гармонійно поєднані з елементами корпоративного брендування: художній розпис тканин, високотехнологічна вишивка (включаючи комп'ютеризовані патерни), аплікація з використанням корпоративної символіки, інноваційне оздоблення та комбінаторні аксесуари.

Принципово важливо, що вся концепція кастомізованого корпоративного одягу для ЗВО має базуватися на фундаментальних засадах стійкої (екологічної) моди, що включає:

- оптимізацію ресурсів на етапі розробки через використання сучасних цифрових технологій проектування, віртуальних примірювальних та 3D-моделювання, що дозволяє мінімізувати відходи матеріалів та енергетичні затрати;
- пріоритетне використання екологічних матеріалів – органічної бавовни, конопляних тканин, перероблених синтетичних волокон, біорозкладних композитів та інших інноваційних екологічних текстилів;



- впровадження модульності як принципу, що забезпечує довговічність гардеробу через можливість заміни окремих компонентів без необхідності утилізації всього виробу;
- інтеграцію технологій апсайклінгу – творче переосмислення та апгрейд існуючих предметів одягу, що продовжує їхній життєвий цикл та зменшує загальний екологічний відбиток;
- забезпечення можливості ресайклінгу – проектування виробів з урахуванням їх потенційної переробки після завершення терміну експлуатації.

ВИСНОВКИ

Такий підхід не тільки допомагає ЗВО створити неповторний корпоративний стиль (бренд), а також формує екологічну свідомість серед споживачів бренду. Загалом, для переходу до стійкої моди необхідний комплексний підхід, який включає зміни у виробництві, споживанні та ставленні до одягу, а також використання новітніх технологій та матеріалів.

ЛІТЕРАТУРА

1. Мазнев Є., Заярнюк І. Індивідуалізація в дизайн-проегуванні корпоративного одягу для ЗВО. *Актуальні проблеми сучасного дизайну*: матеріали МНПК. Київ: КНУТД, 2024. Т1. С. 327-329.
2. Браїлко А. С., Омельченко Н. В. Апсайклінг та ресайклінг – сучасні тенденції у створенні брендового одягу в Україні. *Підприємництво, торгівля: теоретичні підходи та практичні аспекти*: матеріали 1 Міжнар. наук.-практич. інтернет-конф. Полтава: ПУЕТ, 2018. С. 77-79.
3. Мода на екологічність: українські дизайнери та апсайклінг. URL: <https://media.zagoriy.foundation/velyka-istoriya/moda-na-ekologichnist-ukrayinski>
4. Водзінська, О. І. Апсайклінг як джерело творчого натхнення при проектуванні нових моделей одягу. *Актуальні проблеми сучасного дизайну*: матеріали МНПК. Київ: КНУТД, 2024. Т1. С. 270-273.
5. Лагода О. М., Гурдіна В. В., Пасічник В. О. Масова кастомізація одягу як концепція індивідуалізації в сучасних дизайн-практиках. *Art and Design*, 2021, №2. С. 129-140.

MAZNIIEV I., NIZIN V.

SUSTAINABLE FASHION AND CUSTOMIZATION IN THE DESIGN OF CORPORATE CLOTHING FOR HIGHER EDUCATION INSTITUTIONS

One of the possible ways to create a corporate style for higher education institutions (HEIs) based on the design of corporate clothing is considered. Methods of personalization through the integration of customization and branding principles with adherence to the main directions of sustainable (eco-friendly) fashion are discussed.

Key words: corporate style, corporate clothing, customization, branding, sustainable consumption, sustainable fashion.