

**КАПСУЛЬНИЙ ПІДХІД У ФОРМУВАННІ
КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОГО АСОРТИМЕНТУ ВИРОБІВ
З ШТУЧНОГО ХУТРА**

В. В. ВОЙТИШИНА, Т. А. НАДОПТА
Хмельницький національний університет

Сучасний ринок легкої промисловості демонструє постійно змінний попит на нові види матеріалів, серед яких особливо популярним є штучне хутро. Зростання інтересу до цього матеріалу обумовлене як екологічними тенденціями, так і бажанням споживачів отримати вироби з високими естетичними та експлуатаційними характеристиками. Формування високої якості виробів набуває особливої актуальності в умовах глобальної конкуренції. Це стимулює виробників до впровадження інновацій у процес розробки матеріалів, а також до створення конкурентоспроможних виробів, які відповідають сучасним вимогам ринку [1].

З розвитком технологій, штучне хутро стало конкурентоспроможною альтернативою натуральному хутру завдяки своїм функціональним і естетичним характеристикам. Основними перевагами штучного хутра є високі теплоізоляційні властивості, легкість матеріалу, стійкість до зношування, доступна ціна та легкість у догляді [2].

Штучне хутро – це текстильний виріб, який виробляється з використанням різноманітних технологій ткацтва та в'язання, зокрема на трикотажних, в'язальнопрошивних і спеціальних каракулеукладальних машинах. Воно імітує натуральне хутро, але виготовляється з синтетичних або натуральних матеріалів, що забезпечує його широке застосування в моді та інших галузях. Його основні характеристики та призначення залежать від використовуваних матеріалів, технік виробництва та бажаного кінцевого ефекту [3].

Підвищення якості виробів є одним із ключових завдань індустрії моди, особливо в умовах формування ринкових відносин. Як відомо, конкурентоспроможність виробів легкої промисловості визначається їх якістю, забезпеченням функціональних, експлуатаційних властивостей та уподобань споживачів [4].

Якість виробів зі штучного хутра визначається кількома ключовими показниками:

- фізико-механічні властивості (міцність, зносостійкість, стійкість до впливу зовнішніх факторів);
- екологічність (використання безпечних матеріалів та технологій виробництва);
- комфорт та естетичні характеристики (візуальна привабливість, якість обробки швів і деталей);
- функціональність (теплопровідність, водовідштовхувальні властивості).

Асортимент виробів є чинником успіху для підприємств легкої

промисловості, адже він формує споживче сприйняття бренду, задовольняє попит та розвиток позиціонування виробника на ринку.

Для успішного просування виробів зі штучного хутра маркетингова стратегія орієнтована на екологічність, етичність та економічну ефективність [5].

Розробка капсульних колекцій є ефективним підходом для модної індустрії, який відповідає сучасним тенденціям на вище зазначені характеристики.

Запропоновано капсульний гардероб виробів зі штучного хутра, який включає базові речі, котрі легко комбінуються між собою та підходять для різних випадків: офісних буднів, повсякденних прогулянок, вечірніх заходів тощо. Колекція розрахована на осінньо-зимовий сезон і включає теплі, зручні та практичні речі з акцентом на екологічність і довговічність.



Рисунок 1 Колекція капсульного одягу з штучного хутра

Основні елементи капсульного гардеробу:

- класичне пальто зі штучного хутра. Пальто середньої довжини з теплоізоляційними властивостями, виконане зі штучного хутра. Забезпечує комфорт у холодну погоду і має універсальний фасон, який підходить як для повсякденного використання, так і для офіційних заходів;

- трикотажна жилетка з штучним хутром. Базовий виріб нейтрального сіро-бежевого кольору, використовується у поєднанні з будь-якими іншими елементами гардеробу, надаючи тепло та комфорт;

- штани вільного крою. Темно-коричневі штани класичного фасону, які можна носити з сорочкою або жилеткою. Вони підходять для офісу або ділових зустрічей, але також можуть бути частиною повсякденного образу;

- спідниця. Виготовлена з еластичного матеріалу, поєднується як з

блузами, так і зі жилеткою, створюючи строгий, але елегантний образ. Підходить для офіційних зустрічей або вечірніх заходів;

- комбінезон. Комбінезон виконаний у мінімалістичному стилі, з прямими або трохи розкльошеними штанинами, що створює класичний силует;
- черевики та чоботи. До колекції входять дві пари взуття: класичні черевики на низькому ході для повсякденного носіння та високі чоботи на підборах для більш світкових випадків. Обидва варіанти взуття універсальні та підходять для поєднання з усіма елементами гардеробу.

Для створення універсальної капсульної колекції обрана нейтральна кольорова палітра: білий, чорний, сірий, бежевий та темно-синій. Така палітра дозволяє легко комбінувати між собою різні елементи колекції, створюючи різні образи для будь-яких випадків. При цьому кольорова гама залишається елегантною та стриманою.

Отже, формування якості і конкурентоспроможності виробів зі штучного хутра залежить від інноваційних технологій. Капсульна колекція орієнтована на сучасного споживача, який прагне поєднати стильність, комфорт і функціональність у своєму гардеробі. Завдяки використанню нейтральної палітри, базові елементи колекції дозволяють легко створювати різноманітні комбінації, адаптовані до різних життєвих ситуацій — від формальних подій до повсякденного використання. Універсальність моделей і продуманість дизайну гарантують зручність та практичність, роблячи кожен образ завершеним і гармонійним, при цьому зберігаючи естетичність і стиль.

Література

1. Мельник Л.М. Забезпечення сталого розвитку промислових підприємств засобами управління бізнес-процесами: теорія, методологія, практика: монографія. Тернопіль: ФОП Паляниця В.А., 2018. 367 с.
2. Ярощук, О. В., О. П. Бохонько, Н. А. Бойко. "Ієрархічна система показників якості швейних виробів зі штучного хутра за принципом адекватності споживчим вимогам." (2013).
3. Рибальченко, В. В., В. П. Коновал, and Е. П. Дрегуляс. "Матеріалознавство виробів легкої промисловості. Методи випробувань: Навчальний посібник." К.: КНУТД.—2010.—395 с (2010).М
4. Смерічевський С.Ф., Петропавловська С.Є., Радченко О.А. Бренд-менеджмент: навчальний посібник // за заг. ред. С. Ф. Смерічевський, С. Є. Петропавловська, О. А. Радченко. — К. : НАУ, 2019. — 156 с.
5. Зимбалевська, Ю. В., Л.К. ЯЦИШИНА. "Специфіка практичного брендингу в легкій промисловості України." Вісник Хмельницького національного університету 3.5 (2009): 70-74.