

УДК 687.1: 687.03

ДОСЛІДЖЕННЯ СТАВЛЕННЯ СПОЖИВАЧІВ ДО СТАЛОЇ МОДИ

В. В. АЛЬБЕРТОВИЧ, А. С. ГАЮР, Л. В. БУХАНЦОВА

Хмельницький національний університет

Сьогодні у швейній промисловості спостерігається тенденція «швидкої моди» (fast fashion), яка негативно впливає на навколишнє середовище та життя людей у всьому світі. Наслідками цього є наповнення сміттєзвалищ мікрОВОлокнами, забруднення води та повітря хімічними речовинами, небезпека для здоров'я людей та соціальні проблеми. Такі «модні» відходи щорічно коштують світовій економіці понад 400 мільярдів доларів [1].

Причинами проблеми відходів моди є дешевий одяг, короткий час виробництва, що призводить до погіршення якості виробів та спонукає споживачів купувати їх більше. Недостатня кваліфікація робітників, і як наслідок – втрата якості продукції призводять до того, що споживач швидко викидає одяг і купляє новий. Крім того, соціальні медіа створили та зміцнили бізнес-модель швидкої моди [1].

У той же час, стійкість чи сталість моди (sustainable fashion) означає її здатність підтримуватися на певному рівні. У випадку із навколишнім середовищем це свідчить про уникнення виснаження природних ресурсів та підтримання екологічної рівноваги на планеті. Саме тому, актуальним є визначення ставлення українців до сталої моди з метою впровадження в Україні екологічних принципів споживання.

Дослідження ставлення споживачів до сталої моди проведено методом соціологічного опитування. Сучасні тенденції розвитку методів збору соціологічної інформації в Україні збігаються із загальносвітовими, що вказує на невинне зростання частки Інтернет-опитувань

Перевагами онлайн-експерименту [2] є те, що респонденти можуть репрезентувати широку демографічну вибірку, включаючи тих людей, які б не погодились на проведення експерименту за інших умов.

Для проведення дослідження сформовано анкету із 15-ти запитань, завантажену в Google Forms. Шляхами поширення анкети були посилання у групах користувачів соціальних мереж та Viber України. Для зменшення незручності респондента та мінімізації спотворення інформації опитування було анонімним.

Серед 52 респондентів 11,5 % були особи до 20 років, 65,4 % – від 20 до 30 років, 13,5 % – від 30 до 40 років, 9,6 % – більше 40 років, 71,2 % усіх опитуваних – це чоловіки. Визначено, що 36,5 % респондентів є студентами, 44,2 % – працюючі особи, 11,5 % – мають власний бізнес, і тільки 9,6 % – не працюючі і не відносяться до вище вказаних категорій.

Респонденти періодично купують новий одяг та аксесуари щомісяця – 23,1 %, щосезону – 48,1 %, один чи два рази на рік – 28,8 %. Серед них 9,6 % опитуваних віддають перевагу купівлі дорогому та якісному одягу, 19,2 % – дешевому та менш якісному, а 71,2 % осіб можуть придбати і дорогий, і дешевий одяг.

Швейна та текстильна промисловості виснажують невідновлювані ресурси планети, викидають величезну кількість парникових газів і використовують величезну кількість енергії, хімічних речовин і води. Синтетичні волокна (поліестер, нейлон і акрил), які часто використовують при швидкій моді, є різновидами пластику, виготовленого із нафти. Це означає, що для їхнього біорозпаду може знадобитися до тисячі років. Опитування показало, що 65,4 % респондентів звертають увагу на сировинний склад матеріалів одягу, 28,8 % віддають перевагу купівлі виробів із натуральних матеріалів, а 67,3 % – одягу і з натуральних, і з синтетичних. Крім того, 7,7 % опитуваних купують товари з натурального хутра та шкіри, 19,2 % – з штучного хутра та шкіри, 44,2 % – не купують такі речі, а для 28,8 % – ця позиція є неважливою.

Проведене соціологічне опитування показує, що 88,5 % осіб готові скористатися пунктами прийому одягу для його переробки чи утилізації. Крім того, існують інші способи надання одягу «другого» життя, тобто повторного його використання чи продовження його життєвого циклу (рис. 1).

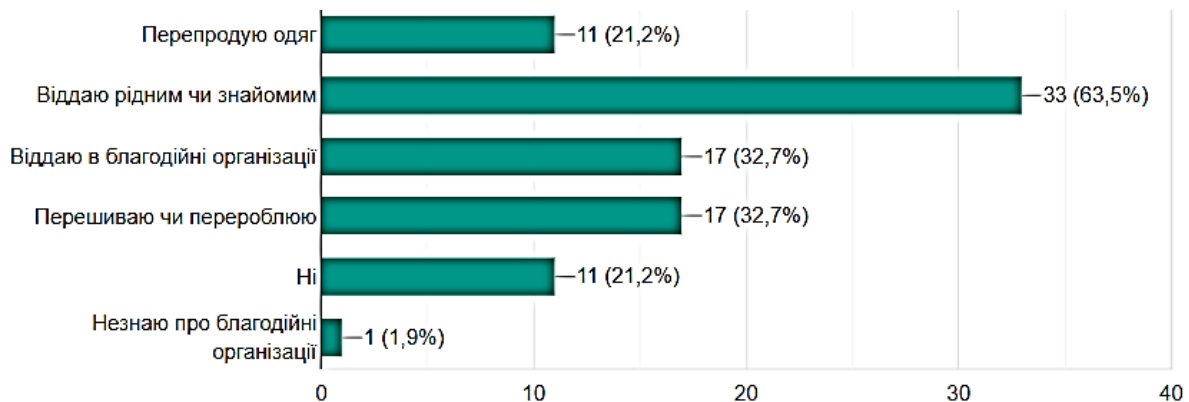


Рис. 1. Результати опитування на запитання: «Чи дасте Ви одягу друге життя?»

Таким чином, проведені дослідження показують позитивне ставлення українських споживачів до сталої моди, їхню готовність купляти одяг із натуральних матеріалів, користуватися пунктами прийому одягу для переробки чи утилізації, а також вже використовують способи повторного використання одягу. Зазначене є достатнім підґрунтям для подальшого впровадження принципів сталої моди в швейну та текстильну промисловості України.

Література

1. Wesustainabletextileforum. Big data “The need of textile industry” // [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://wesustainabletextileforum.com/2018/09/12/big-data-the-need-of-textile-industry/>. – Назва з екрана.
2. Методи дослідження Інтернет-аудиторії // [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://uk.wikipedia.org/>. – Назва з екрана.
3. Wesustainabletextileforum. Fashion waste // [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://wesustainabletextileforum.com/2020/09/26/fashion-waste/>. – Назва з екрана.