

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ В. Н.
КАРАЗІНА**

Факультет геології, географії, рекреації і туризму

Кафедра фізичної географії та картографії

До захисту допустити

Завідувач кафедри _____ Юлія ПРАСУЛ

« ____ » _____ 2023 р.

**FASHION-ТУРИЗМ В УКРАЇНІ: СУЧАСНИЙ СТАН ТА
ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ**

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА БАКАЛАВРА

Виконала: студентка 5 курсу, групи ГР-51 ЗФН
спеціальності 106 «Географія»,

ОПП «Географія рекреації та туризму»

Гниленко Юліана Юліївна

Науковий керівник:

к. геогр. наук, доцент Прасул Юлія Іванівна

Кваліфікаційна робота захищена з оцінкою

Голова ЕК Павло ШУКАНОВ

Секретар ЕК Євгенія ТЕЛЕБЕНЄВА

« ____ » _____ 2023 р.

Харків-2023

ЗМІСТ

	стор.
ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ФЕШН-ТУРИЗМУ.....	6
1.1. Фешн-туризм як напрям туризму.....	6
1.2. Ресурси та чинники розвитку фешн-туризму.....	9
1.3. Історія розвитку фешн-туризму у світі.....	10
1.4. Дієві практики розвитку фешн-туризму у Франції, Японії та США.....	12
РОЗДІЛ 2. ДОСВІД ТА СУЧАСНИЙ СТАН ФЕШН-ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ.....	23
2.1. Огляд сучасного стану ринку фешн-туризму в Україні.....	23
2.2. Бренди як туристичний ресурс.....	27
2.3. Ресурси фешн-туризму в Україні.....	38
РОЗДІЛ 3. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ФЕШН-ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ..	45
3.1. Перспективи розвитку фешн-туризму в Україні.	45
3.2. Рекомендації по просуванню та розвитку фешн-туризм в Україні.....	47
3.3. Залучення світових практик для розвитку фешн-туризму в Україні.....	52
3.4. Інноваційні підходи до розвитку фешн-туризму в Україні.....	56
ВИСНОВКИ.....	58
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	60

ВСТУП

Сьогодні туризм являє собою одну з найбільш стрімко зростаючих галузей світової економіки, яка забезпечує збільшення доходів країни та створює нові робочі місця. За останні роки зросла популярність такого напрямку туризму, як «фешн-туризм», який поєднує в собі дві складові – світ моди та подорожі. Фешн-туризм є одним зі способів пізнання культурного середовища та мистецтва країни, яку відвідує турист.

Туризм України у 2017 році загалом прийняв близько 14,2 млн відвідувачів [1], а лише за перше півріччя цифри зросли на 8%, в порівнянні з аналогічним періодом у 2016 році [2]. Однак ці цифри не збігаються з потенціалом українського туристичного сектору через те, що країна має ряд переваг, зокрема географічні, культурної спадщини, кухні, природи тощо. Але рівень економічного розвитку та розвитку інфраструктури в Україні відстає від інших популярних туристичних напрямків світу.

Споживачі туристичних послуг все більше зацікавлені в нестандартних туристичних напрямках, серед яких фешн-туризм займає важливе місце. Цей напрямок туризму дає можливість поєднувати подорожі зі шопінгом та відвідуванням модних подій, музеїв, виставок та інших заходів, пов'язаних зі світом моди. Варто зазначити, що мода є рушійною силою глобальної економіки, постійної еволюції цінностей, значень і символів. Швидкий розвиток цифрових технологій та електронної комерції також сприяє глобальному поширенню модних товарів. Українська мода розвивається стрімкими темпами. Наявність молодих і талановитих дизайнерів, які створюють унікальні колекції, сприяє активному просуванню українських брендів, наприклад, Ksenia Schneider, Vita Kin, Ruslan Baginskiy.

Ця позитивна тенденція створює серйозні виклики для української туристичної галузі, яка, зокрема, демонструє її недоліки: низьку якість обслуговування, відсутність інсентив-програм, низьку інвестиційну привабливість. Подорожуючи на покази мод і тематичні тури на фабрики, музеї, майстерні, «модні туристи» готові відвідати країну з розвиненою

інфраструктурою, багатим культурним капіталом і високим рівнем обслуговування.

Основною складовою сучасного модного туризму є бренд. Розвиток і просування брендів, створення правильного клієнтського досвіду, що дозволяє використовувати весь потенціал цього сегменту ринку, потребує комплексного підходу та співпраці всіх зацікавлених сторін. Головною проблемою є фрагментарність туристичної та фешн-індустрій, а також низький рівень їх інституціоналізації.

Україна має величезний туристичний потенціал, який може бути використаний для розвитку фешн-туризму. У країні діють багато місцевих дизайнерів та брендів, які займають важливе місце в світі моди. Крім того, в Україні є багато історичних та культурних пам'яток, які можуть стати цікавими для туристів, зацікавлених у фешн-туризмі. Водночас, сьогодні відсутня комплексна аналітика розвитку цього напрямку туризму в Україні, що ускладнює його популяризацію та розвиток.

В Україні досі достатньо не розвинутий цей напрямок туризму. Брак інформації про потенціал України у фешн-туризмі, недостатня реклама та відсутність необхідної інфраструктури є головними причинами обмеженого розвитку фешн-туризму в країні.

Таким чином, **актуальність** теми «Fashion-туризм в Україні: сучасний стан та перспективи розвитку» полягає в тому, щоб дослідити потенціал розвитку фешн-туризму в Україні, з'ясувати його переваги та недоліки, а також запропонувати рекомендації для розвитку цього напрямку туризму в Україні. Результати дослідження можуть бути корисними для туристичних компаній, місцевих брендів та дизайнерів, власників приватних колекцій, кураторам музеїв, журналістам, маркетологам, PR-спеціалістам.

Об'єкт дослідження: фешн-туризм в Україні.

Предмет дослідження: сучасний стан та перспективи розвитку fashion-туризму в Україні.

Мета дослідження: визначити потенціал фешн-туризму в Україні та напрями його розвитку.

Задачі дослідження:

1. Дослідити теоретичні аспекти фешн-туризму та визначити його особливості як напрямку туризму.
2. Проаналізувати досвід розвитку фешн-туризму в світі та визначити кращі практики, які можна застосувати в Україні.
3. Оцінити сучасний стан розвитку fashion-туризму в Україні, проаналізувати його потенціал та проблеми.
4. Визначити перспективні напрями розвитку fashion-туризму в Україні.
5. Зробити висновки щодо можливостей розвитку fashion-туризму в Україні та рекомендації щодо подальших досліджень та розвитку цього напрямку туризму.

Елементи новизни дослідження полягають в аналізі потенційних можливостей розвитку fashion-туризму в Україні та ролі у цьому місцевих брендів і дизайнерів.

Методологічна база дослідження ґрунтується на мультиметодичному підході, до якого входить розробка авторських рекомендацій щодо просування та розвитку фешн-туризму в Україні, аналіз статистичних даних, аналіз кейсів по темі, аналіз науково-літературної бази, але варто зазначити, що комплексна наукова робота відсутня з даної теми.

При написанні представленої роботи бакалавра були використані матеріали Національної бібліотеки імені В.І.Вернадського та інтернет-ресурси.

Кваліфікаційна робота бакалавра складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (55 найменувань), що викладені на 66 сторінках; включає 28 рисунків.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ФЕШН-ТУРИЗМУ

1.1. Фешн-туризм як напрям туризму

Fashion-туризм є однією з стрімко зростаючих галузей туризму в світі (рис. 1.1). За останні декілька років спостерігається значний ріст попиту на такі подорожі. У світі fashion-туризм відіграє важливу роль у економіці, сприяючи зростанню туристичного бізнесу, модної індустрії та місцевої економіки міст, де проводяться модні заходи.

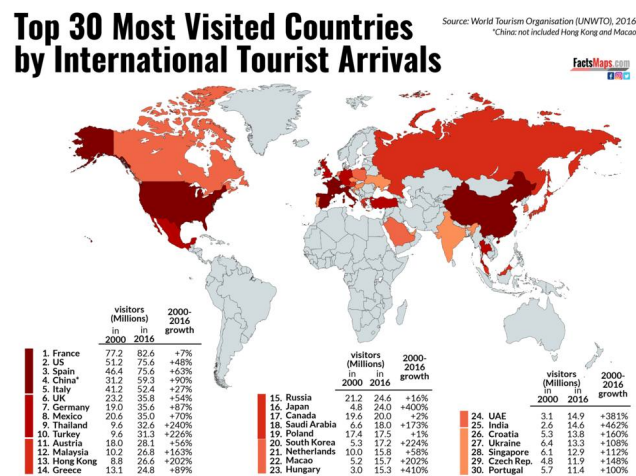


Рис.1.1. Відвідування країн іноземними туристами [5]

Fashion-туризм – це різновид туризму, що об'єднує моду та подорожі. Цей напрямок туризму дозволяє людям досліджувати світ моди та стилю в різних країнах і містах. Fashion-туристи подорожують з метою пізнання місцевої моди, відвідують модні магазини, шоуруми, музеї моди, фешн-виставки, фешн-шоу та інші події, пов'язані зі світом моди [3].

Розвиток фешн-туризму стає все більш значущим у світі, і це стає очевидним з року в рік. Згідно зі звітом Global Wellness Institute 2021 року, світовий ринок модного туризму оцінюється в 564 мільярди доларів, що становить близько 8 % від загального обсягу світового туристичного ринку та за іншими даними дослідницьких агентств, цей ринок зростає на 8-10 % щорічно, і очікується, що вартість цього ринку досягне 1,2 трильйона доларів США до 2027 року [4].

Основними популярними напрямками fashion-туризму є Європа, Америка та Азія. Серед країн, що мають найбільш розвинений ринок fashion-туризму, можна відзначити Францію, Італію, США, Японію, Великобританію та інші. У цих країнах діють цілий ряд модних заходів, таких як Тиждень моди в Парижі, Нью-Йорк fashion week, Токійський тиждень моди, Лондонський тиждень моди та інші. Також в цих країнах є безліч музеїв моди, галерей, бутиків та інших місць, які присвячені моді та є обов'язковими для відвідування модним туристам.

Франція та Італія є провідними країнами у світі щодо моди та стилю, і пропонують безліч можливостей для модних туристів. Тут можна відвідати виставки, музеї, бутики, а також побачити відомі архітектурні споруди, які мають велике значення для світової моди.

У США Нью-Йорк Fashion week є провідною подією для модних туристів, де можна побачити колекції відомих дизайнерів, відвідати виставки та побачити світові тренди у модній індустрії.

У Азії Японія відома своєю унікальною модою та стилем, що змушує модних туристів з усього світу відвідувати країну. Токійський тиждень моди є одним з найбільш популярних заходів у світі для модних туристів.

Варто зазначити, що модні тури можуть бути спрямовані як на людей, які працюють у модній індустрії та мають професійний інтерес до цього напрямку, так і на звичайних людей, які просто цікавляться модою та бажають побачити, як вона виробляється та функціонує у різних країнах. Загалом, fashion-туризм стає все більш популярним у світі та стає важливим напрямком для розвитку туристичного бізнесу.

Фешн-туризм орієнтований на людей, які зацікавлені в моді, дизайні, історії моди, а також бажають на власні очі побачити місця, пов'язані з цими темами. Це можуть бути музеї моди, виставки, тижні моди, шопінг тури, екскурсії по відомим модним вулицях, магазини, аутлети та багато іншого. Фешн-туризм може бути доступним для всіх, оскільки мода і дизайн є всюди навколо нас. Кожна країна має свої унікальні традиції та стилі, які можуть бути цікавими для туристів.

Крім того, фешн-туризм може бути доступним для людей з різним рівнем доходу. Наприклад, відвідання музеїв моди, вуличних фешн-фестивалів та модних виставок може бути досить доступним, а купівля предметів одягу може бути необов'язковою частиною таких турів. Отже, фешн-туризм може бути цікавим для широкого кола людей, а також доступним для більшості туристів, оскільки це не обов'язково пов'язано з великими витратами [6].

До особливостей fashion-туризму відносять [7]:

- фокус на моді: fashion-туризм зосереджується на моді, тому він привертає увагу тих, хто зацікавлений в цій сфері;
- Культурний аспект: fashion-туризм також має культурний аспект, оскільки дозволяє відвідувачам досліджувати місцеві традиції, історію та культуру;
- високий рівень комфорту: цей тип туризму зазвичай є більш комфортним та ексклюзивним, ніж інші види туризму, тому він відповідає вимогам людей, які шукають розкішні враження та високий рівень обслуговування;
- широкий спектр послуг: fashion-туризм має широкий спектр послуг, включаючи екскурсії, закупівлі, спеціалізовані майстер-класи та інші події, що дозволяють пізнавати світ моди та стилю.

У світі дедалі більше туристів прагнуть отримати нові враження від своїх поїздок, тому fashion-туризм стає все більш популярним як альтернатива традиційному відпочинку. Окрім того, з'являється все більше компаній, які спеціалізуються на наданні послуг з організації модних турів, що дозволяє туристам з усього світу більш легко і швидко знайти відповідний тур.

Водночас, в період пандемії COVID-19, fashion-туризм як і більшість інших сфер життя, стикнувся з великими викликами та перешкодами. Закриття кордонів, заборона масових заходів, та обмеження на пересування стали причиною зменшення популярності цього напрямку туризму. Однак, з поступовим відновленням туризму та введенням спеціальних протоколів

безпеки, fashion-туризм повертається до свого попереднього рівня розвитку та навіть збільшує свою популярність [8].

1.2. Ресурси та чинники розвитку фешн-туризму

Розвиток Fashion-туризму залежить від різних чинників, серед яких можна виділити наступні [9]:

- Розвиток модної індустрії: зростання популярності модних брендів та дизайнерів стимулює попит на fashion-туризм, оскільки багато людей хочуть побачити колекції улюблених брендів та придбати їхні речі.
- Медіа та соціальні мережі: медіа та соціальні мережі широко використовуються для популяризації моди та стилю, що дозволяє людям більше дізнаватися про останні тенденції в цій сфері та спонукає до подорожей, щоб побачити ці тенденції в дії.
- Розвиток туризму загалом: зростання туристичного руху та популярності подорожей до різних країн світу стимулює розвиток інших напрямків туризму, включаючи fashion-туризм.
- Підвищення рівня життя та доходів населення: збільшення доходів населення дозволяє більшій кількості людей дозволити собі подорожі, у тому числі й на модні заходи.
- Зростання рівня освіти та культури: більш високий рівень освіти та культури сприяє формуванню інтересу до моди та стилю, що знову ж таки сприяє розвитку fashion-туризму.

Усі ці чинники забезпечують розвиток Fashion-туризму та впливають на його популярність та зростання.

Fashion-туризм базується на різноманітних ресурсах, які дозволяють людям отримати інформацію про світ моди та стилю. Основними складовими ресурсного потенціалу є інфраструктурна складова, зокрема торгівельні мережі, соціо-культурна складова, зокрема музеї подієві ресурси, інформаційна складова.

До основних ресурсів, які використовуються в цьому напрямку туризму, належать [10]:

- видання та актуальні ресурси про моду: журнали про моду, веб-сайти та блоги допомагають людям ознайомитися з останніми тенденціями моди та стилю, а також знайти ідеї для свого стилю або конкретного образу;
- модні магазини та бутіки: модні магазини та бутіки, які пропонують ексклюзивні колекції відомих дизайнерів, можуть бути місцем призначення для fashion-туристів, які шукають унікальні речі для свого гардеробу;
- музеї моди: музеї моди та виставкові зали, які присвячені історії моди та її розвитку, є ідеальним місцем для тих, хто цікавиться цією темою;
- фешн-вікенди та фешн-шоу: різноманітні фешн-шоу, які проводяться в різних країнах світу, привертають fashion-туристів з усього світу, які хочуть побачити останні колекції відомих дизайнерів та модних брендів. Одним з найбільших світових подій у сфері моди є Тиждень моди в Парижі, який проходить двічі на рік та збирає велику кількість відвідувачів з усього світу. Окрім Парижа, інші міста також проводять свої Тижні моди, такі як Лондон, Мілан, Нью-Йорк, Токіо та Сідней.
- туристичні агентства: деякі туристичні агентства пропонують спеціальні пакети для fashion-туристів, які включають екскурсії до магазинів, музеїв моди та участь у фешн-івентах.

Усі ці ресурси допомагають людям отримати незабутні враження від світу моди та стилю, поглибити свої знання в цій сфері та знайти унікальні речі для свого гардеробу.

1.3. Історія розвитку fashion-туризму у світі

Fashion-туризм з'явився у світі внаслідок розвитку модної індустрії та збільшення інтересу до моди та стилю серед населення [11]. Перші спроби розвитку fashion-туризму відбувалися в 1950-х роках у Парижі, коли почали проводитися модні покази відомих дизайнерів, таких як Christian Dior (рис. 1.2), Schiaparelli та Givenchy та інші.



Рис. 1.2. Архівне фото з першого показу Dior. Париж, 1950 рік [12]

У 1950-х роках з'явилися перші модні тури, які включали в себе відвідування магазинів, виставок та тижнів моди. У 1960-х роках модний туризм став більш популярним, коли з'явилися перші масові туристичні компанії та знизилися ціни на подорожі. Люди почали подорожувати до міст, де проходили модні покази та виставки. У цей період часу виникли нові модні центри, такі як Нью-Йорк, Мілан, Лондон та Токіо.

У 1980-х роках фешн-туризм став більш ексклюзивним та набув нових форм. Тоді з'явилися тури, які включали в себе відвідування ательє відомих дизайнерів, персональні шопінг-турі, які організовувалися для окремих клієнтів, та індивідуальні екскурсії по музеях моди, той самий момент часу галузь також стала більш доступною для звичайних людей, завдяки зростанню популярності поп-культури та розвитку доволі молодих модних брендів, таких як Calvin Klein, Polo Ralph Lauren та Tommy Hilfiger. Багато людей з усього світу приїздили до Нью-Йорка та Лос-Анджелеса, щоб купувати речі цих брендів та відвідувати їхні магазини.[13]

У 1990-х роках fashion-туризм продовжував свій розвиток, завдяки зростанню технологій та появі Інтернету, що сприяло збільшенню доступності інформації про моду та стиль. Відвідування модних показів та

виставок стали більш доступними завдяки можливості отримувати актуальну інформацію швидше.

У сучасному світі fashion-туризм став дуже популярним та затребуваним серед туристів. На сьогоднішній день, модні покази та виставки проводяться у більшості великих міст світу, таких як Мілан, Париж, Лондон, Нью-Йорк, Токіо та інші. Крім того, з'являються нові напрямки fashion-туризму, такі як шопінг-туризм, туризм з відвідуванням магазинів вінтажної моди та магазинів з еко-одягом.[14] Зростання інтересу до еко-одягу та стійкої моди є однією з важливих тенденцій у світі fashion-туризму. Туристи все частіше відвідують магазини з еко-одягом та вінтажні магазини, щоб купити унікальні речі та підтримати сталість у модній індустрії. Також новим напрямом може бути відвідування фабрик виробників взуття, одягу та аксесуарів, квестів та інших подій, що пропонують учасникам поглибити свої знання про модну індустрію. Дедалі популярнішими стають тури, що присвячені окремим брендам. Наприклад, Prada пропонують своїм клієнтам віртуальні тури, під час яких можна побачити виробництво, відвідати магазини та взяти участь в особливих заходах [15].

1.4. Дієві практики розвитку фешн-туризму у Франції, Японії та США

Франція – це одна з країн, яка стала піонером у розвитку fashion-туризму. Вона займає одне з перших місць у світі у цьому напрямку туризму завдяки своїй багатій історії, культурі та світовій репутації у сфері моди. Розглянемо деякі аспекти моделі Fashion-туризму Франції та найкращі практики, які можна взяти до уваги:

- Модні події та шоу: Франція – це домівка багатьох світових модних подій та шоу, таких як Paris Fashion Week, Haute Couture Week, Couture Fashion Week та інші. Ці події є найбільш значущими для модної індустрії та залучають тисячі туристів зі всього світу.

- Музеї моди: Франція має багато музеїв моди, таких як Музей Ів Сен Лорана, Музей Моди та Костюму, Музей Віктора і Рольфа та багато інших, які залучають туристів з усього світу. Ці музеї дозволяють відвідувачам

побачити експонати з історії моди та дізнатися більше про розвиток модної індустрії.

- Шопінг: Франція відома своїми елітними бутиками, такими як Chanel, Dior, Louis Vuitton та багато інших. Крім того, вона має велику кількість магазинів з вишуканими речами та винятковими аксесуарами, які пропонують місцеві дизайнери.

- Експерсії та тури: Франція пропонує багато експерсій та турів, спрямованих на підтримку fashion-туризму.

Однією з найкращих практик у Франції є підтримка розвитку малих місцевих брендів та магазинів. Влада активно сприяє їхньому розвитку та просуванню через спеціальні програми та підтримку інноваційних проектів.

У Франції розвинені такі формати fashion-туризму, як магазинні тури, тури на модні виставки та покази, експерсії на фабрики та мануфактури відомих модних брендів, а також відвідування магазинів вуличної моди в рамках турів по стильним кварталам Парижа.

Окрім того, у Франції досить розвинені екологічні формати fashion-туризму, спрямовані на популяризацію екологічної моди та стилю життя. Наприклад, проводяться тури до ферм, де вирощують органічні матеріали для одягу, експерсії до магазинів, що продають еко-одяг, лекції від експертів з екологічної моди [16].

Крім того, у Франції існують спеціальні програми та ініціативи з просування модного туризму, зокрема, фестивалі моди та конкурси для дизайнерів, що привертають увагу як місцевих, так і зарубіжних туристів.

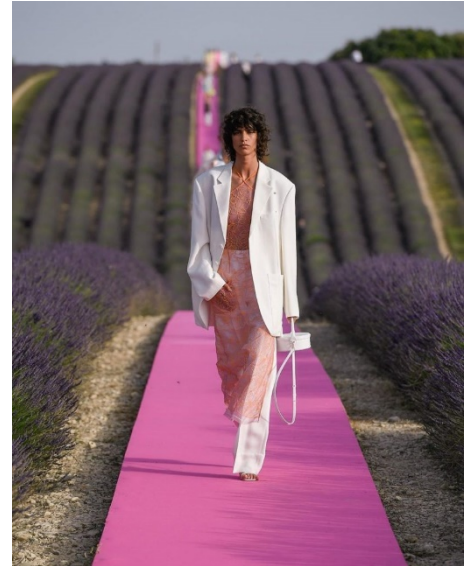
Ще одним цікавим напрямком Fashion-туризму в Франції є знайомство зі світом парфумерії. Наприклад, в Провансі відбуваються експерсії до місць вирощування ароматичних рослин, таких як лаванда, розмарин та інших, з яких пізніше виготовляють парфуми. Такі експерсії включають відвідування фабрик та ательє, де виробляють парфуми, можливість створити свій власний аромат та купити унікальні парфуми з підписом від автора.

Ще один приклад – Паризький тиждень моди (Paris Fashion Week), який відбувається двічі на рік і є одним з найпрестижніших подій у світі моди. Ця

подія збирає модельєрів, дизайнерів, редакторів модних журналів, блогерів та інших представників індустрії з усього світу. Багато туристів приїжджають до Парижа спеціально для того, щоб відвідати цей тиждень моди та побачити виставки, презентації та покази модних домів (рис. 1.3).



а)



б)

Рис. 1.3. Традиційні покази: а) Yves Saint Laurent на фоні Ейфелевої вежі [17]; б) Jacquemus на лавандовому полі [18]

Ще однією цікавою практикою є відвідування антикварних магазинів та блошиних ринків (рис. 1.4). Вони є не тільки місцем для покупок, але й відображають культурну спадщину Франції та її стиль. Такі магазини знаходяться по всій Франції, зокрема у Парижі, Ліллі, Ліоні та Марселі.

Окрім цього, Франція має великий потенціал для розробки та розвитку різних форм Fashion-туризму, наприклад, на основі кутюр'є та дизайнерських магазинів, музеїв моди, тематичних екскурсій тощо. Найкращим прикладом є Париж, який вважається світовою столицею моди та має безліч магазинів, які пропонують широкий вибір ексклюзивного одягу та аксесуарів від провідних дизайнерів.

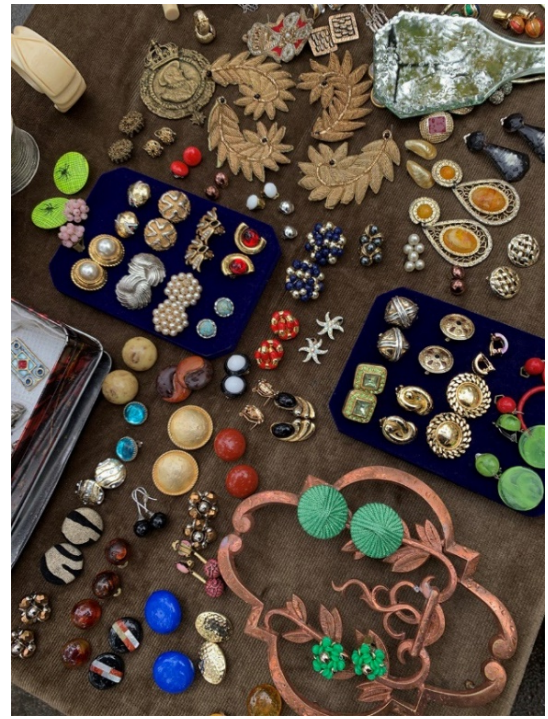


Рис. 1.4. Аматорське фото з барахолки в Парижі [19]

Крім того, Франція є домом для багатьох відомих модних брендів, таких як Chanel, Louis Vuitton, Dior, Yves Saint Laurent, Givanchy (рис. 1.5) та інших, які привертають туристів з усього світу. Багато з цих брендів також мають власні музеї та архіви, які можуть бути цікавими для туристів.



Рис. 1.5. Архівне фото з колекції Givenchy [20]

Загалом, Франція має довгу історію у світі моди та вважається однією з найважливіших країн у світі Fashion-туризму. Багато країн можуть взяти приклад з французької моделі та розвивати свій власний Fashion-туризм, створюючи унікальні та неповторні пропозиції для туристів, які зацікавлені в моді та стилі.

Отже, можна відзначити, що найкращими практиками у Франції є підтримка малих місцевих брендів та магазинів (рис. 1.6), розвиток екологічних форматів fashion-туризму, проведення модних фестивалів та конкурсів, а також створення спеціальних магазинів та турів.

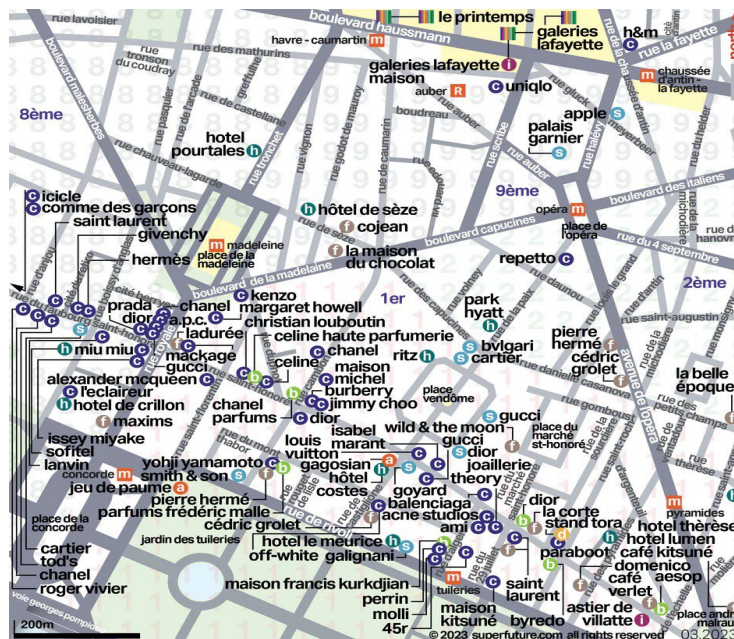


Рис. 1.6. Карта бутиків для фешн-туристів у Парижі [21]

Японія також має успішну модель розвитку fashion-туризму, яка базується на багатовіковій історії та культурі країни. Японська мода відома своєю унікальністю, інноваційністю та якістю, що залучає багато туристів з усього світу [22].

Однією з ключових атракцій для фешн-туристів є шопінг у традиційних японських магазинах та бутиках, таких як Uniqlo, Muji та інших. Крім того, японські вуличні ринки, такі як Нагайюкі та Шібуя, є дуже популярними серед молодіжного фешн-туризму, де можна придбати унікальний одяг та аксесуари.

Також кожний бренд, який виходить на ринок Японії, просто зобов'язаний слідувати за мовчазними правилами реклами та все від зовнішнього фасаду до дизайну всередині має бути яскравим та оригінальним (рис. 1.7), інакше магазини будуть оминати стороною та йти до конкурентів, які вклались в «обкладинку».



Рис. 1.7. Бутик Louis Vuitton у Токіо [23]

Японія також відома своєю культурою косметики та краси, що стає все більш популярною серед туристів. Такі магазини, як Shiseido, пропонують великий вибір косметичних засобів, які виготовляються в Японії.

Крім того, Японія має безліч заходів та фестивалів, присвячених моді, таких як Tokyo Fashion Week (рис. 1.8), Osaka Fashion Week, Sapporo Collection і багато інших. Ці заходи збирають дизайнерів, моделей та журналістів з усього світу, які приходять подивитися на нові тенденції та вражаючі шоу.

Японія має безліч музеїв, які присвячені моді та текстилю, таких як Музей Моди та Текстилю в Токіо, який містить колекції японського одягу та текстилю з минулих століть. Також варто відвідати магазини традиційного японського одягу, такі як kimono, yukata та інші, де можна не тільки придбати собі ексклюзивну річ, але й дізнатися більше про історію та культуру Японії.

Такі магазини часто відображають унікальні традиції та ремесла, що входять до культурного надбання країни. Зокрема, однією з відомих традицій японського одягу є кімоно, яке використовується як національний одяг та для особливих подій. У таких магазинах можна придбати кімоно з різними дизайнами та матеріалами, включаючи ручну роботу, які є чудовою пам'яткою з Японії [25].



Рис. 1.8. Стріт-стайл на Tokyo Fashion Week [24]

Крім традиційного одягу, Японія також відома своїми сучасними дизайнерами та брендами, такими як Comme des Garçons, Issey Miyake, Yohji Yamamoto (рис. 1.9) та багато інших. Ці дизайнери відомі своєю інноваційністю та експериментами з традиційними формами, кольорами та матеріалами. Їхні колекції можна придбати в багатьох бутиках у Токіо та інших містах Японії.



Рис. 1.9. Йоджи Ямамото у своєму модному домі під час роботи над новою колекцією [26]

Усе це робить Японію привабливим місцем для туристів, які зацікавлені в моді та культурі. Крім того, Японія має велику кількість аутентичних ресторанів, кафе та барів, які також відображають унікальну культуру та інноваційність країни. Таким чином, фешн-туризм є важливим напрямом розвитку туризму в Японії, що привертає увагу багатьох людей з усього світу.

Модель розвитку фешн-туризму у США ґрунтується на використанні багатих культурних, історичних та природних ресурсів країни, щоб створити унікальний досвід для туристів, які зацікавлені в моді та шопінгу.

Ця модель передбачає створення турпакетів, що включають в себе не тільки магазини та бутіки зі всесвітньо відомими брендами, але й відвідування музеїв, галерей, виставок та інших місць, тісно пов'язаних з історією та розвитком моди у США.

Крім того, фешн-туризм у США включає в себе організацію різноманітних подій, таких як тижні моди, ярмарки, які пропонують відвідувачам можливість придбати унікальні речі від молодих дизайнерів та інших виробників (рис. 1.10).



Рис. 1.10. Стріт-стайл на New-York Fashion Week [27]

Також у США активно розвивається онлайн-шопінг, який дозволяє туристам купувати речі улюблених брендів та дизайнерів незалежно від місця перебування.

Також в Америці та й світі важливу роль відіграє культове кіно та зірки першої величини, наприклад одним з яскравих прикладів є вплив сукні

Юбера де Живанші в симбіозі з Одрі Хепберн, яка зіграла головну роль в фільмі «Сніданок у Тіффані». Ця сукня стала культовим символом стилю та елегантності, а сам фільм став іконою кінематографічної історії (рис. 1.11). Крім того, Одрі Хепберн як зірка кіно стала іконою стилю та моди, а її елегантні образи та вбрання стали популярними у всьому світі. Це призвело до того, що багато людей почали подорожувати до Нью-Йорка, щоб відвідати магазин Tiffany&Co та знімальні місця фільму. Це сприяло розвитку туризму в цьому регіоні та стало одним з визначальних моментів у розвитку фешн-туризму.



Рис. 1.11. Легендарне фото Одрі Хепберн у сукні від Givenchy [28]

Отже, кіно та зірки мають значний вплив на розвиток фешн-туризму, оскільки вони є важливим джерелом натхнення та впливають на модні тенденції. Вони привертають увагу туристів, які хочуть побачити світ у своєму найкращому вигляді та дослідити світ моди та стилю.

Однією з головних цілей розвитку фешн-туризму у США є привернення туристів зі всього світу та збільшення їх витрат під час подорожі. Тому національні туристичні організації співпрацюють з магазинами, готелями та іншими підприємствами, що допомагає створювати інтегровані пропозиції та пакети для туристів, які мають інтерес до моди та шопінгу. І це приносить свої результати. Так, за даними LokalFokus,

тиждень моди у Нью-Йорку у 2017 році приніс місту та місцевим бізнесам понад 540 млн. євро (рис. 1.12).

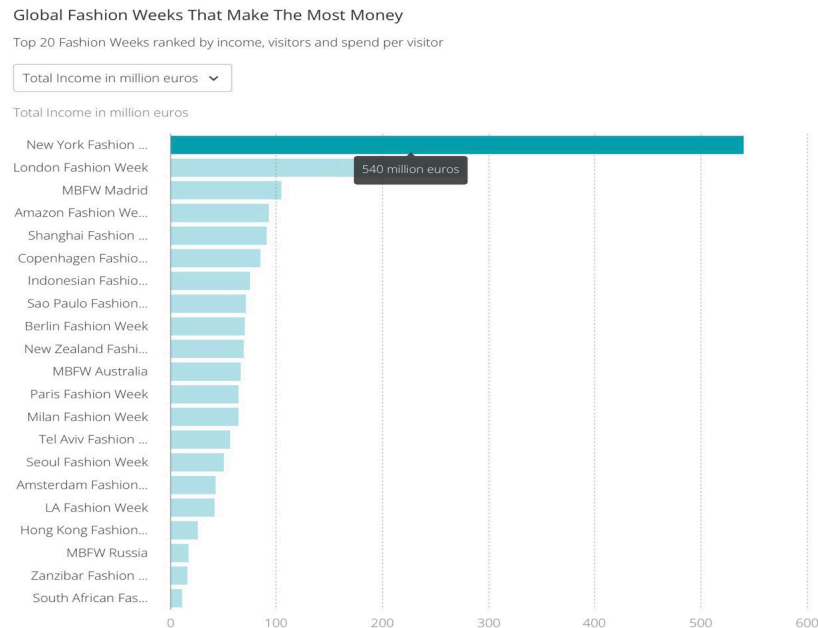


Рис. 1.12. Прибутки за фешн-вік у різних містах світу [29]

На підтримку фешн-туризму в США діє також федеральна програма, яка спрямована на підтримку розвитку туризму, яка надає фінансову підтримку проектам, що сприяють розвитку фешн-туризму, таких як організація фешн-шоу та ярмарок, побудова нових торгових центрів, збільшення числа готелів та інфраструктури, пов'язаної зі шопінгом та модою.

У США також існують різні маршрути та туристичні програми, спрямовані на задоволення різних потреб туристів, що шукають відпочинок із акцентами на моду та шопінг. Наприклад, у Нью-Йорку можна відвідати Сьому Авеню, яка є символом шопінгу та моди, а також побачити популярні магазини та бутики, такі як Bloomingdale's, Bergdorf Goodman, Saks Fifth Avenue та інші (рис. 1.13). Також у Нью-Йорку проходять щорічні тижні моди, де можна побачити колекції відомих дизайнерів.

У Лос-Анджелесі, крім магазинів та торгових центрів, можна відвідати Музей моди та ювелірного мистецтва, де експонуються витвори мистецтва та дизайну, пов'язані зі світом моди.



Рис.1.13. Карта бутиків для фешн-туристів у Нью-Йорку [30]

У Чикаго є велика кількість магазинів та бутиків, а також можна відвідати Музей моди Чикаго, де представлені експонати, пов'язані з історією та розвитком моди в Чикаго та США.

Отже, модель розвитку фешн-туризму у США базується на використанні різноманітних ресурсів та можливостей, пов'язаних зі світом моди та шопінгу, та спрямована на привернення туристів зі світу та збільшення їх витрат під час подорожі [31].

Як ми змогли побачити, в Україні та вищезгаданих країн є багато спільного, але потенціал України у данному напрямку ще не набрав обертів, тому у підрозділі роботи 3.3 буде більш детально розкрито, які конкретні елементи та стратегії можуть бути застосовані в Україні з урахуванням досвіду цих країн-лідерів у сегменті фешн-туризму.

РОЗДІЛ 2

ДОСВІД ТА СУЧАСНИЙ СТАН ФЕШН-ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

2.1. Огляд сучасного стану ринку фешн-туризму в Україні

Фешн-туризм – це відносно новий тип туризму в Україні, який тільки починає заростати корінням. Проте, за останні кілька років, у країні з'явилися деякі прориви в цьому напрямку.

Fashion-туризм України почав розвиватися лише в останні десятиліття. Одним з перших і найвідоміших проєктів, що спрямований на розвиток цього напрямку туризму в Україні, став Ukrainian Fashion Week, який проводиться з 1997 року. Українські дизайнери, такі як Андре Тан, Олена Репіна, Світлана Бевза та інші, брали участь в цьому заході і представляли свої колекції українському та світовому глядачеві.

Згодом в Україні почали з'являтися інші модні заходи, такі як Mercedes Benz Fashion Days, Lviv Fashion Week та інші, які дозволяють відвідувачам насолоджуватися українською модою та культурою. Окрім модних заходів, в Україні також з'являється цілий ряд туроператорів та агентств, які пропонують fashion-тури в Україні, які включають відвідування музеїв моди, шопінг-тури та інші. Окрім цього, в Україні діє цілий ряд модних брендів, які допомагають просувати українську моду в світі. До них належать такі відомі імена, як FROLOV, Ksenia Schnaider, Poustovit та інші.

За останні роки українська мода стала все більш популярною, яка в свою чергу приваблює туристів. В Україні з'являється все більше молодих дизайнерів, які працюють над створенням оригінальних колекцій. Крім того, українські розробники активно використовують технології та інновації, що робить їхні колекції цікавими та відповідними світовим стандартам.

Україна відома своєю національною вишивкою, яка є однією з найголовніших частин українського культурного спадку. Тому, багато туристів, які відвідують Україну, з нетерпінням чекають зустрічі з магазинами з національними вишитими речами. Українська вишивка також стала досить популярною серед дизайнерів та брендів. Відомі українські

бренди, які працюють з вишивкою, це Vita Kin, KRAINA, THEO, Paskal та інші. Також, національна вишивка входить до складу знакових символів України, і тому, може бути важливою частиною для приваблення Fashion-туристів.

Загалом, fashion-туризм в Україні все більше заробляє популярності та стає важливою галуззю для розвитку всіх напрямків туристичного бізнесу в країні.

На сьогоднішній день, основне місто, яке залучає туристів на фешн-туризм в Україні – це Київ. У Києві діють такі модні події, як Ukrainian Fashion Week та Mercedes Benz Fashion days, які залучають багато гостей з різних країн. Також у місті можна знайти безліч магазинів відомих брендів та дизайнерів, таких як Ksenia Schnaider, Anna K, Flow the Label, LITKOVSKAJA та інші. Крім того, у Києві є кілька музеїв та виставок, які присвячені моді та текстилю. Крім того, у Києві з'явилась ініціатива «Kyiv Fashion Tour», яка пропонує туристам огляди модних магазинів та ательє столиці [32], а також щорічна виставка моди «Kyiv Fashion», що об'єднує малий та середній бізнес, дизайнерів, виробників фурнітури, тканин, обладнання [33].

Також можна виділити кілька фешн-заходів, які проходять в Україні щорічно та привертають увагу туристів. Наприклад, Ukrainian Fashion Week, який проходить двічі на рік в Києві та є одним з найбільших модних заходів в Східній Європі. Також в Україні проводяться фестивалі вишиванок, які забезпечують гарний спосіб познайомитися з традиціями та культурою країни. Також можна зазначити, що в Україні є певний потенціал для розвитку екологічного та сталого виробництва.

Крім Києва, Львів також робить певні кроки для розвитку фешн-туризму. У Львові діє кілька брендів, які створюють власні колекції українського одягу та аксесуарів. Також у Львові можна відвідати магазини, які продають традиційні українські вишиванки та інші елементи одягу.

Що стосується інфраструктури, то в Україні з'являється все більше готелів та ресторанів, які відповідають вимогам туристів, проте їхня кількість

є недостатньою для того, щоб забезпечити всім необхідним цю туристичну галузь.

Стан ринку Fashion-туризму в Україні на сьогоднішній день можна оцінити як перспективний, але ще не належним чином розвинений. Україна має величезний потенціал в області моди та туризму, який можна використати для розвитку цього напрямку. Fashion-туризм в Україні не отримав належного розвитку через низький рівень інфраструктури та нестабільність в країні. Багато магазинів, бутиків та студій дизайнерів не мають достатньої реклами, що ускладнює їхнє впізнавання і популяризацію.

Нині не існує чіткої стратегії розвитку фешн-туризму, яка б враховувала усі аспекти, необхідні для успішного розвитку цього напрямку туризму. Одним із головних викликів індустрії моди в Україні є відсутність підтримки з боку держави. Український уряд не запровадив жодної політики підтримки індустрії моди, що ускладнює конкуренцію дизайнерів і брендів країни з міжнародними брендами. Також в Україні мало уваги приділяється популяризації місць, пов'язаних з модою та текстилем, серед туристів.

Також, війна в Україні вплинула на впізнаваність та зацікавленість в українській моді. Вона негативно вплинула на економіку країни та втрату контролю над певними територіями. Проте, на сьогоднішній день українська мода змогла зберегти свою унікальність та ідентичність, яка зацікавляє туристів. Національні етнічні мотиви та традиції українського народу стали досить популярними в світі, що сприяє популяризації української моди та збільшенню зацікавленості туристів в цьому напрямку.

Для розвитку фешн-туризму в Україні необхідно зробити кроки щодо привабливості країни як туристичного напрямку. Важливо створити інфраструктуру, яка б відповідала світовим стандартам, а також продовжувати популяризацію української моди на міжнародній арені.

Крім того, для просування української моди на міжнародному ринку необхідно проводити спеціальні заходи, такі як тижні моди, виставки та презентації, що допоможуть залучити увагу іноземних покупців та туристів.

Також, варто взяти до уваги, що Fashion-туризм може стати надважливим інструментом для розвитку економіки регіонів України, де розміщуються студії дизайнерів та виробництва. Використання цього напрямку для розвитку туризму може допомогти збільшити доходи місцевих жителів та розвивати місцеву інфраструктуру.

Отже, Fashion-туризм має величезний потенціал у розвитку української економіки та туристичної галузі. Проте, для реалізації цього потенціалу необхідні спеціальні заходи та інфраструктура.

Ринок Fashion-туризму в Україні має певні проблеми. Основні проблеми, які необхідно вирішувати, щоб зробити ринок привабливішим для туристів, наступні:

- Недостатня інфраструктура. Україна має обмежену кількість готелів та інших туристичних послуг, які можуть задовольнити потреби Fashion-туристів. Для розвитку цього ринку необхідно побудувати нові готелі, ресторани, магазини, розвинути інші послуги.
- Недостатня підготовка персоналу. Українські фахівці в галузі туризму та моди повинні бути добре підготовлені та володіти міжнародними стандартами обслуговування туристів. Необхідно проводити спеціальні курси підготовки для персоналу, які б відповідали світовим стандартам обслуговування.
- Низький рівень безпеки. Війна на сході України та деякі інші проблеми з безпекою можуть створювати негативний імідж для туристів. Уряд України повинен забезпечити достатній рівень безпеки для туристів, що може зробити країну привабливішою для відвідування.

Незважаючи на ці проблеми, ринок Fashion-туризму має великий потенціал для розвитку.

Основні переваги ринку такі:

- Унікальна культура та історія. Україна має багату історію та культуру, які можуть зацікавити туристів, які цінують традиції та національні особливості.

- Модні дизайнери та бренди. Україна має багато талановитих дизайнерів та відомих модних брендів, які набувають все більшої популярності в світі моди. Такі бренди, як Ksenia Schneider, Poustovit, The Coat by Katya Silchenko та інші, привертають увагу світових медіа та покупців своїми оригінальними та стильними колекціями. Це може бути цікаво для туристів, які цінують модну індустрію та бажають дізнатися більше про нові тенденції в моді.

- Розвиток інфраструктури. В Україні останнім часом відбувається значний розвиток туристичної інфраструктури, таких як, готелів, ресторанів, магазинів та інших закладів. Це дозволяє забезпечувати зручний та комфортний відпочинок для туристів, які приїжджають до країни з метою відвідати фешн-івенти та магазини.

- Різноманітність місцевих фешн-івентів. Україна має різноманітні фешн-івенти, які можуть зацікавити відвідувачів з різних країн світу.

Таким чином, ринок Fashion-туризму в Україні має всі дані для розвитку, незважаючи на певні проблеми, з якими стикається країна. Розвиток цього ринку може стати важливим стимулом для розвитку туризму в Україні та сприяти підвищенню економічного рівня країни.

2.2. Бренди як туристичний ресурс

Україна відома своєю багатою історією, культурою та національними традиціями. Проте, на протязі останніх років вона стала також відома як країна з насиченою модною індустрією та талановитими дизайнерами. Поява сучасних українських дизайнерів та брендів не тільки збільшила впізнаваність України на міжнародному рівні, але й позитивно вплинула на розвиток галузі Fashion-туризму в Україні.

Поява сучасних українських дизайнерів та брендів суттєво вплинула на галузь fashion-туризму в Україні. Сьогодні українські дизайнери стали популярні не тільки в Україні, а й у світі, тому відвідувачі з інших країн також цікавляться модними трендами України.

Українські дизайнери часто використовують традиційні елементи української культури у своїх колекціях, що робить їх унікальними та

цікавими для іноземних туристів. Крім того, багато українських дизайнерів співпрацюють з виробниками українських тканин та використовують місцеві матеріали, що додає автентичності їхнім колекціям.

Це призводить до того, що українські міста, такі як Київ, Львів та Одеса, стають все більш популярними серед туристів, які хочуть побачити виставки, модні покази та магазини з одягом українських дизайнерів.

Отже, можна сказати, що поява сучасних українських дизайнерів та брендів має позитивний вплив на галузь fashion-туризму в Україні, тому що вона додає нових цікавих місць для відвідування та розвитку індустрії.

Україна має багато талановитих дизайнерів, які стали відомими не тільки в Україні, а й у світі моди. Ось декілька найвідоміших українських дизайнерів та їх місце в світі моди:

1) На сьогоднішній день одним з найвідоміших українських брендів є Ksenia Schnaider (рис. 2.1), який заснований Ксенією та Антоном Шнайдерами в 2011 році. Їхні колекції відзначаються нестандартними кроями та комбінаціями матеріалів, що робить їх унікальними та незабутніми. На початку бренд спеціалізувався на жіночому денім одязі, експериментах з формами та кроєм, що зробило їх дизайн визнаним у світі, а згодом асортимент розширився до інших видів чоловічого та жіночого одягу. А зараз Ksenia Schnaider успішно працює з міжнародними брендами та була відзначена різними нагородами за свої досягнення в галузі моди.

У 2012 році Ksenia Schnaider презентувала свою колекцію на Fashion Scout в Лондоні, де бренд отримав значну увагу з боку міжнародних ЗМІ та індустрії моди. З того часу Ksenia Schnaider регулярно бере участь у таких відомих подіях, як Ukrainian Fashion Week, Paris Fashion Week, Pitti Immagine Uomo, і є постійним учасником виставки Who's Next у Парижі [34].



Рис. 2.1. Фото з показу Ksenia Schnaider. London Fashion Week [35]

У 2018 році Ksenia Schnaider отримала престижну нагороду від Vogue Italia, ставши переможцем у номінації "Who Is On Next?" у категорії Womenswear. А вже у 2021 році Ксенія потрапила в топ 50 найвпливовіших людей у світі доніму [36]. Це значно підвищило відомість бренду та допомогло залучити нових клієнтів.

Зараз Ksenia Schnaider є одним із найвідоміших українських брендів та має свій власний шоурум у Києві, де можна придбати продукцію бренду. Крім того, їхній одяг можна знайти в онлайн-магазинах та магазинах різних країн світу, таких як США, Японія, Франція, Німеччина та інші [37]. Компанія активно розвивається та постійно випускає нові колекції, залучаючи до співпраці різних дизайнерів та артистів.

Таким чином, Ksenia Schnaider – це успішний український бренд, який заснували молоді талановиті дизайнери та змогли здобути визнання на міжнародній арені моди завдяки своєму унікальному стилю. Використання природних матеріалів та підтримка української культури робить бренд ще більш привабливим для споживачів та допомагає залучити нових клієнтів.

2) Бренд Cult Naked є одним з найцікавіших українських брендів одягу, створених Марією Фуртас. Бренд був заснований у 2017 році та з того часу зарекомендував себе на українському та світовому ринках. Історія заснування

бренду почалася з колекції «Cult» весна-літо 2017 року. Марія Фуртас створила бренд з метою відображення свого погляду на моду. Вона завжди була захоплена мистецтвом та модою та вирішила створити бренд, який буде відображати її особистість та ідеали. Бренд Cult Naked пропонує унікальні моделі одягу та аксесуарів, які відрізняються від традиційних тенденцій та мають індивідуальний стиль (рис. 2.2). Бренд Cult Naked отримав значний резонанс, коли його одяг взяли до свого гардеробу такі світові зірки, як Кайлі Дженнер, Кендалл Дженнер, Белла Хадід, Ріанна, Карді Бі, Тейлор Свіфт та інші. Колекції Cult Naked завжди є адаптованими до сучасних тенденцій та побажань покупців.



Рис. 2.2. Кендалл Дженнер обрала український бренд Cult Naked [38]

Бренд дбайливо обирає тканини та аксесуари, щоб забезпечити максимальний комфорт та безпеку для своїх клієнтів.

Бренд Cult Naked має свій магазин-студію в Києві, а також продає свої колекції через свій онлайн-магазин та різноманітні магазини по всьому світу.

За словами засновників, мета бренду полягає у створенні якісних та стильних речей, які зможуть слугувати своїм власникам протягом довгого часу, не завдаючи шкоди навколишньому середовищу. Cult naked активно працює над тим, щоб стати відомим брендом не лише на території України, але й у світі, представляючи українську моду на міжнародному рівні [39].

3) Ruslan Baginskiy – український бренд, що став відомим завдяки своїм унікальним головним уборам зі специфічним козирком, що надає їм неповторний стиль та розпізнаваність. А також на сьогоднішній день Руслан є найвідомішим діючим кутюр'є головних уборів у світі.

Історія бренду почалась у 2014 році, коли Руслан Багінський вирішив створити свою першу колекцію головних уборів. Зараз бренд представлений у понад 50 країнах світу, а його продукція доступна в різних рівнях цінової категорії. Унікальність бренду полягає в тому, що він зберігає традиції галузі, одночасно привносячи в неї свіже бачення та інновації. Багінський використовує різні матеріали, які здатні робити головні убори витонченими та незабутніми. У кожній колекції Ruslan Baginskiy вдається об'єднати унікальність та класичний стиль, створюючи головні убори, що нагадують про минуле, але одночасно мають свіже, сучасне відчуття. Це робить бренд популярним серед цінителів моди по всьому світу.

Бренд Ruslan Baginskiy має численні відзнаки та нагороди, серед яких, наприклад, «Прорив року» на Ukrainian Fashion Awards (2018, 2021 роки); «Кращий дизайнер аксесуарів» на Ukrainian Fashion Awards (2017, 2018, 2019, 2020 роки) [40].

У 2019 році Руслан Багінський відкрив перший магазин у Києві, де продає свої головні убори, а також інші аксесуари, такі як шарфи, рукавиці. Крім того, він має власний інтернет-магазин. За роки своєї діяльності Руслан Багінський зарекомендував себе не лише в Україні, а й за кордоном. Його головні убори носили такі знаменитості, як Bella Hadid, Dua Lipa, Rita Ora, Karlie Kloss та багато інших. А найбільшою прихильницею українського бренду є легендарна Мадонна (рис. 2.3). Його бренд отримав визнання від світових модних видань, таких як Vogue, Harper's Bazaar, Elle, Forbes і Vanity Fair.



Рис. 2.3. Мадонна на обкладинці Vogue Italia з капелюхом Руслана Багінського [38]

4) Frolov – це український бренд жіночого вечірнього одягу, заснований в 2014 році дизайнером Іваном Фроловим.

Перша колекція Frolov була представлена в 2015 році, і вона одразу ж здобула велику популярність серед українських модниць. Бренд став відомим завдяки своїм жіночним сукням, які поєднують в собі простоту та елегантність. У своїх роботах Фролов використовує тільки високоякісні матеріали, такі як шовк, бавовна, льон та вовна та дорогоцінне каміння.

У 2016 році бренд Frolov взяв участь в Ukrainian Fashion Week та отримав велику увагу з боку журналістів та модних експертів. З того часу Frolov став постійним учасником Ukrainian Fashion Week та зарекомендував себе як один з провідних українських брендів. Іван Фролов – є відомим українським дизайнером та фешн-експертом.

Особливістю бренду Frolov є ручна робота над кожним виробом, що забезпечує високу якість та тривалість експлуатації. Крім того, бренд активно співпрацює з українськими майстрами та виробниками, підтримуючи вітчизняну виробничу базу.

За короткий час свого існування бренд Frolov здобув велику популярність не тільки на внутрішньому ринку, але й за його межами. Він представляв Україну на міжнародних показах мод у Парижі, Лондоні та

Токіо. Крім того, бренд отримав визнання від відомих модних видань, таких як Vogue, Harper's Bazaar, Elle, WWD та багатьох інших. У 2020 році бренд Frolow отримав престижну нагороду Vogue Talents. У 2022 році всі заговорили про бренд з новою силою, коли сукню від Фролов вдягла Бейонсе для свого виступу, вперше за 5 років (рис. 2.4).



Рис. 2.4. Для свого концерту Бейонсе обрала сукню Frolow [41]

5) Бренд Pustovit був заснований у 2005 році українською дизайнеркою Лілією Пустовіт. Зараз це один з провідних українських брендів, який відомий своїми колекціями жіночого одягу від класики до еkleктики.

Початок кар'єри Лілії Пустовіт був пов'язаний з модельним бізнесом, проте її мрією була робота в сфері дизайну. Вона почала з маленького ательє в домашніх умовах, де сама розробляла та виготовляла одяг для своїх перших клієнтів. Перші колекції Pustovit вийшли у 2006 році, і вже в 2007 р. бренд презентували на Fashion Scout у Лондоні. У 2010 році Pustovit виграла Ukrainian Fashion Week Award в номінації «Найкращий дизайнер року» та отримала нагороду за внесок у розвиток української моди [42]. З того часу бренд постійно зростає та розвивається.

Унікальність бренду полягає у поєднанні ретро-стилю з сучасним дизайном та використанні традиційних українських мотивів та візерунків в колекціях. Колекції Pustovit мають яскраві та насичені кольори, нестандартні

форми та розрізи. Pustovit продовжує здивовувати своїх прихильників новими ідеями та експериментами в дизайні, а також активно розширює свої межі за межами України, представляючи українську моду на світових подіумах.

6) Bevza – український бренд жіночого одягу, заснований у 2006 році дизайнером Світланою Бевзою. Бренд відомий своїми мінімалістичними формами, чистими лініями та сучасними технологіями вишивки.

Bevza став популярним не лише в Україні, а й за її межами. У 2014 році бренд вперше представив свою колекцію на Нью-Йоркському тижні моди. Бренд отримав велику увагу з боку світових ЗМІ та став популярним серед зірок та модних блогерів (рис. 2.5) [43].



Рис. 2.5. Емілі Ратаковскі в Bevza [38]

Однією з особливостей бренду Bevza є його мінімалістичний дизайн. Кожна колекція відображає простоту та елегантність, що створює образ модерної та стильної жінки. Також бренд відомий своїми вишивками, які поєднують українську традицію та сучасний дизайн.

Bevza отримала декілька престижних відзнак, серед яких премія Vogue Talent (2016) та Ukrainian Fashion Awards (2018) [44]. Крім того, бренд став учасником Міжнародної мережі Slow Fashion, яка підтримує створення

екологічної та етичної моди. Також неможливо оминати те, що Світлана Бевза стала першим українським дизайнером, запрошеним на благодійний бал Met Gala, який проходить кожен рік у Метрополітан музеї в Нью-Йорку.

7) Litkovska – український бренд високої моди, заснований дизайнером Лілією Літковською в Києві в 2009 році. Перша колекція бренду була представлена в 2009 році на Ukrainian Fashion Week, де зібрала значну увагу з пресою та публікою. У 2012 році Лілія Літковська перемогла у конкурсі для молодих дизайнерів Vogue Italia, що ще більше підняло її ім'я на світову арену. Зараз бренд Litkovska відомий у всьому світі, його колекції регулярно демонструють на Тижнях моди в Парижі та Нью-Йорку, а також в Києві. Кожна колекція бренду створюється з використанням високоякісних матеріалів та за допомогою високотехнологічного обладнання.

Варто зазначити, що бренд Litkovska є єдиним українським брендом, який постійно демонструє свої колекції в рамках офіційного розкладу Paris fashion week [45]. У 2018 році бренд отримав престижну нагороду Ukrainian Fashion Awards у номінації «Кращий дизайнер року» [46], а також входить до списку 500 кращих брендів світу за версією авторитетного видання Vogue Italia [47].

Основна ідея бренду Litkovska полягає в поєднанні сучасного дизайну та українських елементів, що відображається в кожній колекції. Кожен образ Litkovska – це крім технічної складності, яка потрібна для створення вишуканих форм та розкішних тканин, також й історія та глибокий зміст, який дизайнер намагається передати через свої творіння [48]. Вироби бренду мають чисті лінії, прості форми та високу якість пошиву, що робить їх унікальними і популярними серед вимогливих покупців.

Закордонні видання дедалі частіше звертають увагу на українських дизайнерів і бренди, серед яких і Litkovska. Відомі зарубіжні журнали, такі як Vogue, Harper's Bazaar, W Magazine, The New York Times та The Guardian, писали про творчість та успіхи дизайнера.

Крім того, бренд Litkovska має успіх і серед знаменитостей (рис. 2.6). Його одяг вдягають й українські, й зарубіжні зірки, зокрема, українська співачка Jamala та світова супермодель Gigi Hadid.



Рис. 2.6. Наомі Кемпбел у Litkovska [38]

Ці дизайнери та їхні бренди стали відомими у світі моди завдяки своїй унікальності та творчості. Вони активно співпрацюють з міжнародними брендами, беруть участь у виставках та тижнях моди: Paris Fashion Week, Milan Fashion Week, New York Fashion Week та інші, це дає їм можливість показати свій дизайн та отримати визнання від глобальної модної індустрії.

З появою таких відомих українських дизайнерів та їхніх брендів, українська модна індустрія отримала новий імпульс розвитку. Це привело до збільшення інтересу до української моди з боку туристів та людей, які зацікавлені в моді. Відвідування музеїв, butikів, тижнів моди та інших подій, пов'язаних з українською модою, стало популярними формами fashion-туризму в Україні.

Крім того, успіх українських дизайнерів та їхніх брендів сприяє популяризації неймовірної української культури та традицій в світі. Українські орнаменти, тканини та інші елементи української культури стали

популярними серед міжнародних дизайнерів, що сприяє розвитку української моди та культури в цілому.

Отже, можна сказати, що поява відомих українських дизайнерів та їхніх брендів вплинула на галузь fashion-туризму в Україні позитивно, привернувши увагу до української моди та культури з боку туристів та любителів моди з усього світу.

Ці успіхи українських дизайнерів та брендів мають значний вплив на розвиток галузі Fashion-туризму в Україні. Туристи з усього світу можуть бути зацікавлені відвідати країну, де продуктивно працюють талановиті та інноваційні дизайнери.

Також варто відзначити, що після 2014 року українська мода отримала значний буст, що став результатом багатьох факторів, таких як політичні зміни в Україні, підвищення патріотизму та попит на продукцію вітчизняних виробників, а також зростання молодого покоління, яке більш свідомо сприймає моду та починає звертати увагу на екологічність та етичність виробництва.

Одним з яскравих прикладів українського модного бунту є поява нових брендів, які представляються як альтернатива масовим виробникам. Ще одним важливим аспектом української моди після 2014 року є розвиток екологічних та етичних принципів виробництва. Багато виробників почали звертати увагу на використання екологічних матеріалів, а також на умови праці своїх працівників.

Крім того, в українській моді з'явилися нові тенденції, які відрізняються від класичних модних трендів. Наприклад, велику популярність здобули вишиванки та етнічні мотиви, що відображають національну культуру та історію.

Усі ці фактори дозволили українській моді зайняти своє місце на світовій модній сцені та зарекомендувати себе як яскравий та оригінальний гравець у світі моди.

2.3. Ресурси фешн-туризму в Україні

Одним з ресурсів фешн-туризму, яким може похизуватись Україна, є кілька модних подій, серед яких: Ukraine Fashion Week та Mercedes-Benz Fashion Days. Ці події є важливими ресурсами в галузі фешн-туризму в Україні, оскільки вони привертають увагу як місцевих, так і зарубіжних гостей.

Ukraine Fashion Week – це найбільша та найвідоміша фешн-подія в Україні, що відбувається двічі на рік у Києві (рис. 2.7).

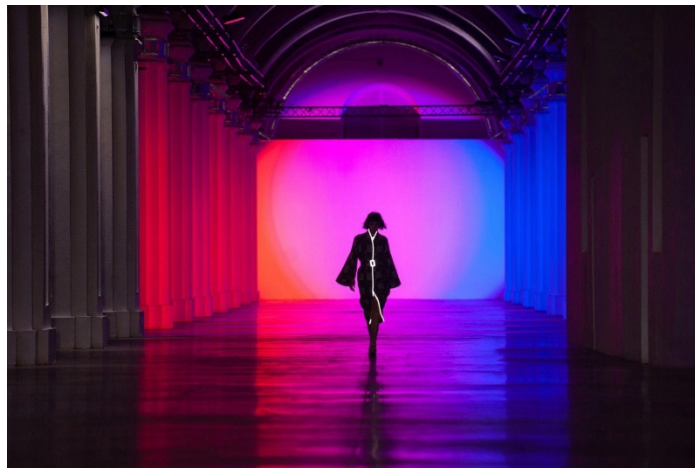


Рис. 2.7. Фото-презентація Ukraine Fashion Week [49]

Ця подія збирає представників модної індустрії зі всього світу, зокрема дизайнерів, моделей, стилістів, журналістів та фешн-блогерів. Участь у Ukraine Fashion Week дозволяє українським дизайнерам показати свої колекції широкій аудиторії та знайти нових клієнтів, а також дає змогу відвідувачам зарядитися енергією та натхненням від демонстрації нових тенденцій та креативних рішень в модній індустрії.

У 1997 р. у світі тижні моди вже стали звичним явищем, але Україна тільки почала свій шлях в цьому напрямку. Тоді ніхто не розумів, як працюють тижні моди. Захоплені ідеєю, І. Данилевська і С. Бизов відправили листа до Палати моди Франції і попросили надати положення, які допоможуть провести перший в Україні тиждень моди. Відповідь не змусила себе довго чекати і від ідеї до реалізації пройшло всього півроку, тоді на подіумі дебютувало 13 українських дизайнерів (рис. 2.8) [49].



Рис. 2.8. Архівне фото бекстейджу з першого Ukraine Fashion Week [49]

Також ще на початку свого існування команда поставила перед собою задачу підтримувати молодих дизайнерів. І це реалізувалось у конкурсі «Погляд у майбутнє». Цей конкурс став плацдармом для багатьох, які за перемогу у конкурсі мали можливість представити свої колекції в рамках тижня моди, а також отримати можливість стажування закордоном.

Також жоден тиждень моди не проходить без закордонних дизайнерів зі світовим ім'ям, таких як Елі Сааб та Стефан Роллан. Також досягненням Ukraine Fashion Week можна вважати започаткування першої в країні модної премії, яка носить назву Best fashion awards. Сьогодні без Українського тижня моди важко уявити сезони в Центральній та Східній Європі.

На протипагу традиційній системі тижня моди в Україні виникає Mercedes-Benz Fashion Days – який відбувається у Києві. Ця подія збирає відомих, але ще доволі молодих дизайнерів та відвідувачів з різних країн світу, що робить її привабливою для туристів, які цікавляться модою та дизайном. На відміну від Ukraine Fashion Week, в рамках Mercedes-Benz Fashion Days проходять не тільки покази нових колекцій дизайнерів, а й лекції про модні тенденції та тренди, перформанси, виставки, майстер-класи

та інші заходи, що дозволяють гостям більш детально познайомитися з модною індустрією України.

Ще одним ресурсом є велика кількість виробництв та швейних фабрик. Україна є однією з найбільших країн-виробників текстилю та одягу в Східній Європі. Українські виробники одягу відомі своїм вмінням виготовляти якісний та стильний одяг. У країні працює багато швейних виробництв, де виготовляються як відомі бренди, так і місцеві марки. Для туристів, які цікавляться модою, відвідування таких виробництв може бути цікавим та пізнавальним досвідом. Вони зможуть побачити, як саме виготовляється одяг та інші текстильні вироби, і дізнатися про процес проектування та виготовлення. Багато таких підприємств пропонують екскурсії по своїх виробництвах, показують техніки та технології виготовлення одягу, а також дають можливість придбати одяг безпосередньо від виробника. В цілому виробництва розкидані по всій Україні, але найбільша концентрація спостерігається у Києві та області, Черкасах та Луцьку. В приклад успішних та великих виробництв, деякі з яких працюють не один десяток років, можна привести взуттєві фабрики Ikos (Луцьк) та Kacharovska (Житомир), виробника шкарпеток та спідньої білизни Dodo socks (до 2022 у Рубіжному, Луганська область; з березня 2022 Київ), виробників сумок Baglet (Київ) та виробників одягу Jul (Бровари), Парауа (Івано-Франківськ), Ksenia Schneider (Київ), Usual clothes (Черкаси) та майже будь-який український бренд, навіть маленький, має свої потужності.

Виставки та музеї моди є важливими ресурсами фешн-туризму в Україні. Вони пропонують відвідувачам можливість побачити витвори мистецтва відомих дизайнерів та дізнатися більше про історію моди та її розвиток.

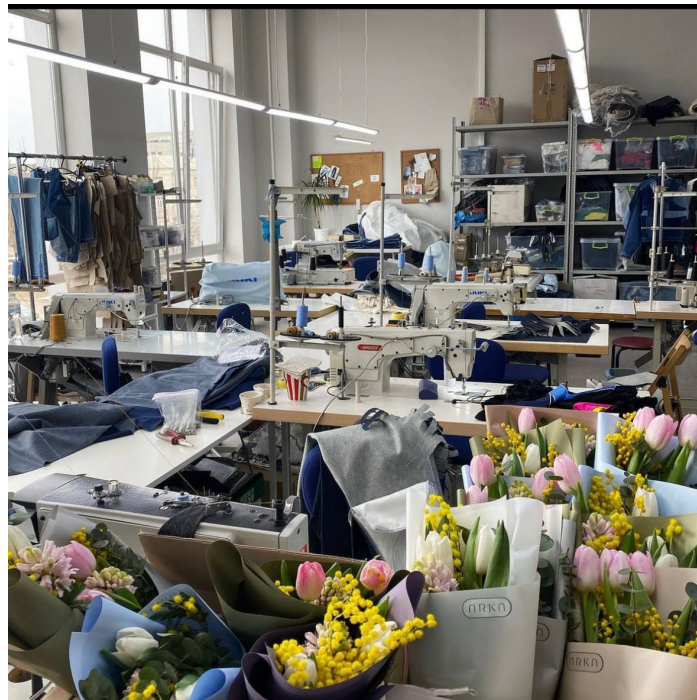


Рис. 2.9. Фото швейного виробництва бренда Ksenia Schneider у Києві [50]

Цікавою атракцією можуть стати Музеї моди. Україна має кілька музеїв моди, які пропонують цікаві експозиції, що представляють історію моди в країні та по всьому світу. Один з таких музеїв – приватний Музей історії моди у Києві, який був створений у 1993 році.

Експозиція музею (рис. 2.10) охоплює історію моди від XVIII століття до сьогодення, включаючи колекції відомих дизайнерів та модельєрів з різних країн. Крім того, в музеї проводяться тематичні виставки та заходи, що привертають увагу як місцевих мешканців, так і туристів.



Рис. 2.10. Фото з музею моди у місті Київ [51]

Національний музей народної архітектури та побуту України представляє експонати з різних епох, що дозволяє пізнати історію розвитку моди в Україні. Також у Києві є Музей Вишиванки, який присвячений вишивці та національному одягу. У музеї можна оглянути велику кількість експонатів з різних регіонів України, а також дізнатись про техніки та традиції вишивки.

Також в «доковідні часи» в Україні почали набирати оберти виставки з історії та розвитку української моди. Однією з таких стала виставка Зої Звиняцьківської «In Progress. Дрес-код України доби Незалежності» (рис. 2.11).



Рис. 2.11. Фото з виставки «In Progress. Дрес-код України часів незалежності» [52]

Це був масштабний проект, де були представлені 200 робіт від 40 українських дизайнерів. Розмах проекту вражав, бо окрім одягу були представлені багато інсталяцій та навіть декорації з шоу українських артистів.

Метою проекту було привернути увагу до того, який шлях пройшла українська мода, її зародження та розвиток по сьогоднішній день, а також залучити увагу до того, що вже зараз необхідно робити більше музеїв та архівів, бо скільки неймовірних творінь українських дизайнерів світ більше не побачить, бо на початку шляху ні в кого не було можливості утримувати такий архів [52].

Також Україна може похвалитись своїми розробками в віртуальному фен-світі, який стає кардинально новим ресурсом у фешн-туризмі.

DressX – це інтернет-магазин (рис. 2.12), який спеціалізується на продажі цифрового одягу, який можна одягнути на своєму фото або на фото моделі. Це новий формат моди, який поєднує в собі технології та дизайн. DressX був заснований у 2020 році українськими підприємцями Д. Шаповаловою та Н. Моденовою. Їхня мета полягає у створенні екологічної та економічної стійкої моди, яка би не завдавала шкоди природі.

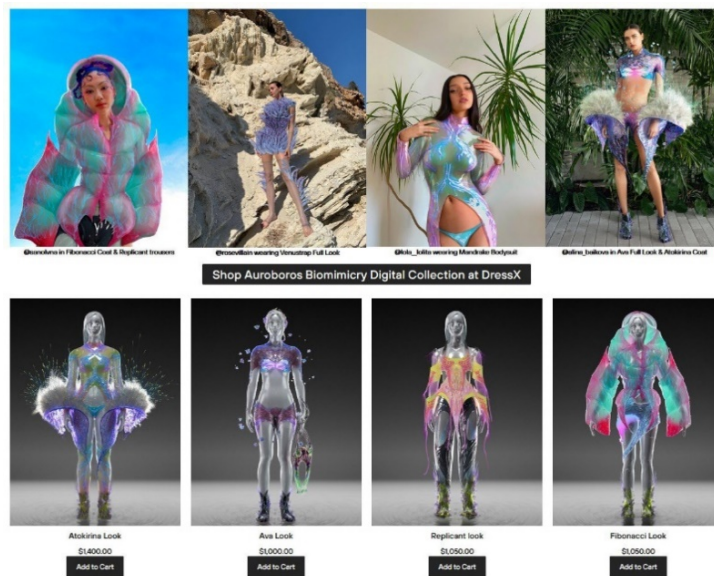


Рис. 2.12. Платформа DressX [53]

Суть стартапу полягає в тому, що користувач може обрати на сайті DressX одяг з віртуального каталогу, вказати свої параметри та завантажити своє фото. Після цього одяг створюється на основі 3D-моделювання та зображення з'являється на фото користувача. Такий одяг не має реальної форми та фактури, але він може виглядати досить реалістично завдяки використанню високотехнологічних рішень. Одяг, представлений на DressX, розробляється дизайнерами з усього світу, серед яких є як відомі, так і молоді. Цей формат моди не тільки відкриває нові можливості для дизайнерів та споживачів, але й може внести свій внесок у зменшення відходів та виробництва нового одягу. Стартап DressX надає унікальну можливість спробувати на собі дизайнерський одяг, який може бути недоступним в звичайних магазинах. За допомогою DressX можна зменшити вплив модної

індустрії на довкілля, адже відсутність реальних одягів вимагає меншого виробництва матеріалів та відходів, що пов'язані зі звичайним процесом виробництва одягу. Такий формат може стати екологічною альтернативою для тих, хто хоче бути в тренді, але дбає про навколишнє середовище.

Крім того, DressX може бути корисним ресурсом для фешн-туризму, оскільки туристи можуть відвідати виставки та покази певного бренду та спробувати на собі унікальні дизайнерські образи. Це може стати новою формою відпочинку для любителів моди, які шукають нові способи відкриття світу моди та нових тенденцій. Таким чином, DressX може стати важливим ресурсом для фешн туризму та екологічної моди, внеском у зменшення впливу модної індустрії на навколишнє середовище [53].

Також свій вклад у сталий розвиток модної індустрії роблять бренди, які переробляють старі речі на нові, вінтажні магазини, які отримали буст останні кілька років, ініціативи, які поєднують в собі відпочинок, покупки та благодійність.

Усі ці ресурси фешн туризму в Україні надають можливість туристам пізнати історію та сучасність української моди, а також відвідати виробництва та зустрітись з дизайнерами. Вони також приваблюють увагу модних експертів та інвесторів, що сприяє подальшому розвитку індустрії моди в Україні.

РОЗДІЛ 3

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ФЕШН-ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

3.1. Перспективи розвитку фешн-туризму в Україні

Фешн туризм в Україні має всі переваги для розвитку, оскільки країна має багату історію та культуру, а також сильні традиції в галузі моди. Крім того, українські дизайнери та бренди стають все більш відомими у світі, що сприяє популяризації моди в Україні та збільшенню інтересу до неї.

Необхідно активно працювати над просуванням української моди на міжнародному рівні, залучати іноземних туристів на українські заходи моди, створювати умови для їх комфортного перебування та подорожування по країні. Для розвитку фешн туризму також необхідна підтримка від держави та інвесторів. Державні органи можуть сприяти розвитку фешн інфраструктури в країні, залучати інвестиції на створення нових шоурумів, модних кластерів, музеїв та виставок. Крім того, важливим елементом розвитку фешн туризму є маркетингова стратегія. Необхідно створювати якісний та привабливий контент про українську моду та фешн індустрію, що сприятиме її популяризації та залученню більшої кількості туристів. Важливим елементом такої стратегії є рекламні кампанії та PR-акції. Ураховуючи всі переваги та можливості, які надає українська модна індустрія, можна стверджувати, що вона стане одним з ключових напрямів розвитку туризму в Україні в майбутньому, бо перш за все, Україна має відомі модні події, такі як Ukraine Fashion Week та Mercedes Benz Fashion Days, які можуть стати приводом для приїзду туристів з інших країн. Відвідувачі можуть побачити найновіші колекції українських дизайнерів та познайомитися зі стильними трендами країни [54].

Крім того, Україна має розвинуту індустрію швейного виробництва, яка виготовляє високоякісний одяг за доступними цінами. Туристи можуть відвідати фабрики та магазини, де працюють майстри з багаторічним досвідом, а також придбати унікальні речі.

Також у країні є кілька музеїв моди, де можна побачити експозиції, що представляють історію моди в Україні та по всьому світу. Це може бути цікавим для туристів, які цікавляться історією моди та її впливом на культуру та суспільство.

Окрім цього, українські дизайнери продовжують дивувати своїми талантами та оригінальними ідеями. Стартапи, такі як DressX, використовують нові технології, щоб допомогти зменшити відходи та виробництво нового одягу. Цей формат моди може стати цікавим ресурсом для фешн туризму.

Якщо говорити більш конкретно, то наведені нижче ресурси несуть в собі потенціал для розвитку:

- Багатий культурний спадок: Україна має багату історію, традиції та національну культуру, яка включає у себе багато елементів фешн-індустрії.
- Розвиток молодіжної моди: Молодь в Україні стає все більш модно-свідомою і починає більше уваги приділяти своєму вигляду. Це стимулює зростання ринку молодіжного одягу та аксесуарів.
- Розширення виробництва: Українські виробники одягу та аксесуарів починають виходити на світовий ринок і вже отримують попит з боку зарубіжних брендів. Це сприяє розвитку внутрішнього ринку та привертає увагу туристів.
- Природні красоти: Україна має чудову природу, що створює великі можливості для фотосесій та зйомок рекламних відеороликів, що сприяє розвитку фешн-туризму.
- Модні події: Україна починає проводити все більше модних подій, таких як Тиждень Моди в Києві, що привертає увагу туристів та фешн-індустрії з усього світу.

А основними перспективними сегментами ринку фешн-туризму в Україні є наступні:

- Екскурсійні тури: це тури, які пропонуються туристичними агентствами і охоплюють знайомство зі світовими тенденціями моди. Вони

включають в себе відвідування магазинів, виставок, музеїв та інших місць, пов'язаних з модою.

- Шопінг-тури: це тури, які спрямовані на шопінг у магазинах зі світовими брендами та відомими дизайнерами. Ці тури часто включають в себе відвідування магазинів, аутлетів, торгових центрів та інших місць, де можна придбати товари відомих брендів.

- Модні фестивалі та події: в Україні досить часто проходять модні фестивалі, які збирають модних експертів, дизайнерів та просто любителів моди. Ці фестивалі часто поєднують у собі шоу-програми, майстер-класи, виставки та інші заходи, що пов'язані з модою.

- Креативні тури: це тури, які спрямовані на знайомство з українськими дизайнерами та ремісниками, які виробляють різноманітні вироби ручної роботи. Такі тури можуть включати в себе відвідування майстерень, ярмарок мистецтв, виставок та інших подій.

Можна зробити висновок, що Україна має значний потенціал і хороший задаток для розвитку Fashion туризму, але кожен ресурс потребує розвитку і пропрацювання, оскільки зараз це знаходиться в зародковому стані.

3.2. Рекомендації по просуванню та розвитку фешн-туризму в Україні

Розвиток фешн туризму в Україні є перспективним напрямком для туристичної галузі. Щоб максимально використувати потенціал цього напрямку, необхідно приділити увагу розбудові інфраструктури, маркетингу та залученню інвестицій. Ось деякі рекомендації, які можуть допомогти у просуванні та розвитку фешн туризму в Україні:

- Розбудова інфраструктури: для того, щоб привернути туристів, необхідно мати належну інфраструктуру. Україна має багато потенціалу для розвитку фешн туризму, але потребує більшого інвестування в інфраструктуру. Наприклад, будівництво модних готелів, які будуть розташовані біля виставок та подій модного світу, створення спеціалізованих туристичних маршрутів для любителів моди, тощо.

- **Маркетинг:** важливо знайти максимально ефективний спосіб просування фешн туризму в Україні. Можливо, це буде залучення відомих дизайнерів, які будуть активно співпрацювати з туристичними компаніями та готелями. Або ж запропонувати спеціальні пропозиції туристам, які приїжджають в Україну на відвідування подій модного світу.

- **Залучення інвестицій:** розвиток фешн туризму в Україні потребує значних інвестицій. Для залучення інвестицій необхідно створити комфортні умови для інвесторів, наприклад, спрощення процедур реєстрації бізнесу та отримання дозволів, зниження податкового навантаження.

Окремо розберемо кожний з вище наведених пунктів:

Мета та потреби в інвестиціях для розвитку напряму фешн туризму в Україні можуть бути різними. Головною метою може бути підвищення рівня туристичного сервісу в країні, створення нових та цікавих туристичних маршрутів, виведення українських фешн-брендів на світовий ринок, підвищення престижу та конкурентоспроможності української модної індустрії, збільшення прибутковості для бізнесу тощо.

Потреби в інвестиціях можуть бути пов'язані з розширенням інфраструктури для туризму (створення нових готелів, ресторанів, магазинів, туристичних маршрутів та інших туристичних об'єктів), розробкою та залученням нових технологій для забезпечення комфорту туристів, проведенням маркетингових досліджень для визначення потреб туристів та просування українського фешн-туризму на світовому ринку, організацією заходів та кампаній для просування українського фешн-туризму тощо.

Маркетингова стратегія є важливим елементом для просування та зростання фешн туризму в Україні. Для досягнення успіху в цій галузі, необхідно розробити комплексну стратегію, яка буде включати різноманітні маркетингові інструменти та техніки:

- **Веб-сайт та соціальні медіа**

Створення привабливого та інформативного веб-сайту є ключовим елементом маркетингової стратегії. На сайті можуть бути розміщені

інформація про події, виставки, музеї, швейні виробництва, а також фото- та відеоматеріали зі знаменитими дизайнерами та моделями (рис. 3.1).



Рис. 3.1. Авторський колаж на тему соціальних медіа та українських брендів

Крім того, важливо використовувати соціальні медіа для просування фешн туризму. Створення сторінок в Instagram, Facebook, Twitter, YouTube та інших соціальних мережах дозволить ефективно просувати події, виробництва, музеї та інші ресурси фешн туризму в Україні. Також можна використовувати платну рекламу в соціальних мережах для залучення більшої уваги до заходів та магазинів.

- Організація туристичних маршрутів

Організація туристичних маршрутів є важливим елементом маркетингової стратегії. Розроблення різноманітних туристичних маршрутів, які включають в себе відвідування виставок, музеїв, швейних виробництв та інших ресурсів фешн туризму в Україні, може бути дуже привабливим для іноземних туристів. Такі маршрути можна рекламувати на веб-сайті, в соціальних мережах та на спеціалізованих туристичних порталах.

- Участь у міжнародних виставках

Участь у міжнародних виставках може бути важливим кроком у просуванні фешн туризму в Україні. Такі виставки залучають увагу відомих дизайнерів, туристичних агентств, представників ЗМІ та інвесторів з усього світу. Участь у таких виставках дає можливість презентувати національну

моду та культуру, показати потенціал українських дизайнерів та залучити нових клієнтів.

Для того, щоб успішно брати участь у міжнародних виставках, необхідно тримати високу якість продукту та забезпечити його візуальну привабливість. Крім того, важливо мати яскраве та ефективне промо-відео, відповідні пакети документів та бізнес-плани, які вразять потенційних інвесторів.

- Підготовка команди.

Також важливим етапом є підготовка команди, яка буде представляти країну на виставці. Це можуть бути дизайнери, фешн-блогери, PR-менеджери та інші професіонали, які мають багатий досвід у просуванні та розвитку фешн-індустрії.

Крім участі у виставках, важливо піклуватись про залучення туристів до відвідування міст, де зосереджені фешн-індустрії. Наприклад, можна організовувати тематичні тури, які дозволять людям детальніше дізнатись про історію моди в Україні та познайомитись зі знаменитими дизайнерами.

Маркетингова стратегія для розвитку фешн туризму в Україні з використанням колаборації українських брендів зі світовими може включати наступні пункти:

- Пошук партнерів: Бренди можуть знаходити партнерів на зразок туроператорів, які спеціалізуються на модних турах, або знайомство з брендами з інших країн.

- Розробка товарів: Після вибору партнерів, українські та світові бренди можуть спільно розробляти товари, що будуть ексклюзивно продаватись на території України, наприклад, одяг, аксесуари, косметика тощо.

- Промоція: Рекламні кампанії та маркетингові заходи можуть бути спільними для обох брендів. Одним із способів може бути використання соціальних медіа та блогерів, які просуватимуть товари та місця, де можна придбати ексклюзивні речі в Україні.

- Організація подій: Українські та світові бренди можуть разом проводити фешн-шоу, виставки та інші події, що привернуть увагу туристів до фешн-індустрії України.

Інфраструктура відіграє ключову роль у розвитку фешн туризму в будь-якій країні. Основні елементи інфраструктури, які необхідно розглядати для розвитку фешн туризму в Україні, включають наступні аспекти:

- Розвиток готельної бази: В Україні потрібно збільшити кількість готелів різних рівнів комфорту, щоб задовольнити потреби туристів різних категорій. Готелі повинні мати зручне розташування поруч з туристичними об'єктами та забезпечувати достойний рівень обслуговування.

- Розвиток транспортної інфраструктури: Україна повинна забезпечити зручний доступ до туристичних місць з будь-якої точки країни. Необхідно розвивати залізничний, автобусний, авіа та водний транспорт, а також забезпечити якісну дорожню інфраструктуру для автомобільного транспорту.

- Розвиток культурно-мистецької інфраструктури: Фешн туристи зазвичай зацікавлені не лише у моді, але і в культурних та мистецьких подіях. Україна має багату історію та культуру, тому необхідно забезпечити доступ до музеїв, галерей, театрів та інших культурних подій.

- Розвиток інтернет-інфраструктури: Онлайн-інформація є ключовим ресурсом для туристів, які шукають інформацію про туристичні місця, готелі, ресторани та події. Продовжуючи думку про розвиток інфраструктури для розвитку фешн туризму в Україні, важливим елементом є розвиток інтернет-інфраструктури. Сучасний турист шукає інформацію про туристичні місця, готелі, ресторани та події в Інтернеті, тому необхідно забезпечити швидкий та надійний доступ до Інтернету, а також створити веб-сайти та додатки для мобільних пристроїв, що нададуть корисну інформацію про фешн події та атракції в Україні.

Нарешті, важливо розвивати інфраструктуру для створення нових фешн-продуктів, таких як туристичні маршрути, спеціальні магазини зі стильним одягом, аксесуарами та сувенірами. Це дозволить туристам не

тільки відвідати фешн-події, але й отримати цікавий досвід, пов'язаний зі світовими тенденціями моди та виробами українських дизайнерів.

Таким чином, розвиток інфраструктури для фешн туризму в Україні є ключовим елементом успішного розвитку цієї індустрії в країні.

3.3. Залучення світових практик для розвитку фешн-туризму в Україні

У розділі 1 ми вже розглядали підходи та практики по розвитку фешн туризму на прикладі Франції, Японії та США, тепер настав час поговорити про те, що може взяти від цих країн собі Україна для розвитку цієї галузі туризму.

За прикладом Франції Україна може взяти собі кілька практик, наприклад:

- Розвиток кластерів моди. У Франції, наприклад, є багато регіонів, де існують кластери моди, такі як Париж, Ліон та Ніца. У цих регіонах є багато магазинів, де можна придбати високоякісну модну продукцію, а також музеї, які присвячені моді та дизайну. Україна може використовувати цей підхід, створюючи власні кластери моди, розвиваючи більше магазинів та музеїв, щоб залучити більше туристів, які цікавляться модою.

- Організація модних подій. У Франції є багато модних подій, таких як Тиждень моди в Парижі та Міжнародний фестиваль моди та аксесуарів в Ліоні. Ці події приваблюють до країни тисячі туристів із усього світу. Україна може розвивати власні події моди, щоб залучити більше туристів, які цікавляться модою.

- Розвиток онлайн-продажів модної продукції. У Франції дедалі більше модних магазинів запускають свої онлайн-магазини, щоб дати можливість туристам з усього світу купувати продукцію. Україна може використовувати цей підхід, розвиваючи свій онлайн-магазин та просуваючи його серед міжнародних туристів.

- Підтримка молодих дизайнерів. У Франції існують багато програм з підтримки молодих дизайнерів, виробництв та фешн ініціатив, а також

наявні спеціалізовані школи та академії, які готують молодих дизайнерів та модельєрів. Україна може створити власні програми підтримки молодих талантів та розвивати інфраструктуру для їхнього навчання та творчої діяльності.

Від Японії ми можемо взяти наступне:

- Розвиток традиційного українського одягу: Україна має різноманітну традиційну культуру, включаючи національний одяг, який може бути цікавим для туристів. Потрібно розвивати та просувати український національний одяг, який буде привабливим для іноземних туристів.

- Створення музеїв та виставок: Україна має багату історію та культуру, пов'язану з текстилем та модою, і може розглядати створення музеїв та виставок для просування своїх унікальних колекцій та виставок. Це може бути цікавим для іноземних туристів, які бажають дізнатися більше про культуру та історію України.

- Розвиток сучасної української моди: Україна має багато талановитих дизайнерів та брендів, які можуть привернути увагу іноземних туристів. Слід забезпечити підтримку молодих дизайнерів та створити умови для їхнього розвитку. Також можна проводити фешн-шоу та інші заходи, щоб просунути українську моду на міжнародному рівні.

- Розвиток інфраструктури: Україна може підвищити рівень своєї інфраструктури, щоб забезпечити комфортні умови для туристів, які приїжджають з метою фешн-туризму. Слід забезпечити якісні готелі, ресторани, транспорт та інші послуги, що будуть відповідати потребам туристів, які приїжджають на фешн-туризм. Наприклад, створення спеціальних турів, які включатимуть відвідування музеїв моди, виставок та магазинів, може залучити більше туристів, що цікавляться модою та текстилем.

- Для розвитку інфраструктури, Україна може залучити інвестиції від іноземних партнерів та розробити спеціальну програму для підвищення рівню сервісу в готелях, ресторанах та інших місцях, які відвідують туристи.

- Важливим аспектом розвитку ринку фешн-туризму в Україні є реклама та маркетинг. Україна може створити спеціальний сайт, де будуть представлені інформація про музеї, виставки, магазини та інші місця, які цікавлять туристів, які приїжджають на фешн-туризм. Крім того, рекламні кампанії та рекламні матеріали можуть бути розміщені в журналах, відео та інших медіа-ресурсах, які відвідують люди, які цікавляться модою та подорожами.

На прикладі США Україна може взяти такі практики, як:

- Організація фешн-шоу та ярмарків. Україна може влаштувати різноманітні фешн-шоу, на яких будуть представлені колекції відомих дизайнерів та брендів. Такі події можуть залучати як місцевих, так і зарубіжних гостей, які будуть мати можливість не тільки побачити нові моделі, а й придбати їх відразу після показу. Також можна організовувати фешн-ярмарки, де відвідувачі зможуть побачити та придбати різноманітні модні вироби вітчизняних дизайнерів.

- Побудова нових торгових центрів та готелів. Розвиток фешн-туризму передбачає наявність не тільки модних бутиків та магазинів, а й відповідної інфраструктури. Тому Україна може інвестувати у побудову нових торгових центрів, які будуть представляти великі міжнародні бренди та вітчизняних дизайнерів. Крім того, важливо розвивати готельну інфраструктуру, щоб туристи мали можливість зупинитись у комфортабельних готелях поблизу місць шопінгу та модних подій.

- Промоція місцевих дизайнерів. Українські дизайнери мають чимало талантів та можуть конкурувати з відомими брендами світу. Тому важливо промувати їхні колекції та імена як в Україні, так і за кордоном. Наприклад, можна проводити конкурси на кращу колекцію серед молодих дизайнерів, організовувати покази модних виробів у рамках відомих фешн-фестивалів, запрошувати іноземних журналістів та блогерів на покази та екскурсії до студій та магазинів українських дизайнерів.

- Розвиток культурної та історичної спадщини. Фешн-туристи не тільки шукають нові модні тренди, а й цікавляться історичними та

культурними надбаннями країни, яку вони відвідують. Україна може пропонувати не лише шопінг-тур, а й туристичні маршрути, які включають відвідування історичних пам'яток та музеїв, де представлені національні костюми та традиційні вироби різних регіонів України. Також можна пропонувати майстер-класи з виготовлення національних виробів, що зацікавить туристів.

- Розвиток онлайн-продажів. У світі дедалі більше людей купують товари через Інтернет, і фешн-туристи не є винятком. Українські дизайнери можуть використовувати онлайн-платформи для продажу своїх виробів, щоб залучати не лише місцевих, а й зарубіжних клієнтів. Крім того, такі платформи дозволять українським дизайнерам бути в курсі останніх модних трендів та залучати більше уваги до своїх колекцій.

- Залучення інвестицій. Розвиток фешн-туризму в Україні може бути підтриманий інвестиціями з боку приватних інвесторів та держави. Інвестиції можуть бути спрямовані на створення модних просторів, відкриття нових магазинів та бутиків українських дизайнерів, організацію фешн-івентів та інші проекти, що сприятимуть розвитку фешн-туризму.

- Підтримка освіти та кваліфікації. Для розвитку фешн-туризму важливо мати якісних фахівців, які зможуть забезпечити якість послуг та продуктів у цьому сегменті туризму. Тому важливо розвивати освіту в галузі дизайну, моди та туризму, а також підтримувати програми підвищення кваліфікації фахівців у цих сферах.

Отже, з викладеного вище можна зробити висновки про ключові моменти, які об'єднують кожен досвід розвитку фешн туризму у світі. Ключовими факторами успіху будуть підтримка з боку держави, налагодження інфраструктури та промоція вітчизняних продуктів на зарубіжних ринках. Крім того, важливо розвивати співпрацю зі світовими фешн-брендами та модними інфлюенсерами для залучення уваги до української моди та культури.

І, мабуть, найважливіше з переліченого це підтримка та розвиток молодих талантів у сфері моди, туризму та маркетингу [55].

3.4. Інноваційні підходи до розвитку фешн-туризму в Україні

Інноваційні підходи можуть допомогти прискорити розвиток фешн туризму в Україні та покращити конкурентоспроможність країни в цій галузі. Якщо приєднуються місцева влада, туристичні фірми, дизайнери, заклади освіти з напрямками туризму та моди, та маркетингу, для розвитку фешн туризму можна використати наступні інноваційні підходи:

- Використання віртуальної та доповненої реальності – створення віртуальних екскурсій по музеях, містах та історичних місцях, що дозволяє туристам насолоджуватись культурою та модою без потреби подорожувати. Використання VR-технологій може бути інноваційним підходом до розвитку фешн туризму. Вони можуть допомогти вирішити проблему транспортування туристів до модних подій, які можуть відбуватися в обмеженому просторі або за межами країни. Завдяки VR-технологіям туристи можуть отримати враження, наче вони знаходяться на події, але без необхідності подорожувати. Також можна розробляти VR-додатки, які дозволяють користувачам відвідувати віртуальні магазини та вибирати одяг, який їм подобається.

- Впровадження технологій «розумного туризму» – використання мобільних додатків, які допоможуть туристам знайти найближчі бутики та магазини з одягом та аксесуарами, а також культурні та розважальні заходи. Додаток може містити інформацію про фешн-атракції, рекомендації щодо маршрутів, пропозиції від місцевих дизайнерів та магазинів. Додаток може бути корисним для туристів, що шукають нестандартні маршрути та хочуть пізнати місцеву культуру через моду.

- Розвиток еко-фешн – підтримка створення екологічно чистого одягу, який стане більш популярним серед туристів, що дбають про навколишнє середовище. Екологічний підхід може стати важливим для фешн туризму. Розвиток екологічних проектів та співпраця зі студентами з напрямків моди та маркетингу може допомогти вирішити це завдання.

- Створення фешн-турів – розробка туристичних маршрутів, які включають в себе відвідування магазинів зі знаменитими українськими дизайнерами та брендами, а також участь в модних подіях. Екскурсії, на яких туристи можуть дізнатися про історію та сучасний розвиток фешн-індустрії в регіоні, можуть бути дуже популярні серед туристів. Екскурсії можна організувати спільно зі студентами з напрямків туризму та моди.
- Розвиток фешн-технологій – використання передових технологій в процесі створення та дизайну модних колекцій, що дозволяє створювати більш інноваційний та привабливий одяг для туристів.
- Створення фешн-інкубаторів – підтримка стартапів та молодих дизайнерів, що дозволяє створювати нові модні бренди та колекції.
- Організація культурно-модних заходів: Узгодження заходів між місцевою владою, туристичними фірмами та дизайнерами може привернути увагу туристів до культурних та модних подій, що відбуваються в регіоні. Такі події можуть стати основою для створення нових фешн-атракцій.

ВИСНОВКИ

У результаті дослідження теми «Fashion-туризм в Україні: сучасний стан та перспективи розвитку», можна зробити висновок, що фешн-туризм є досить перспективним напрямком для розвитку туризму в Україні. Застосування інноваційних технологій, партнерство з місцевими дизайнерами, створення модних туристичних маршрутів та розширення інфраструктури може стимулювати розвиток фешн-туризму в Україні.

Відповідно до поставлених завдань, можна зробити такі висновки:

1. Вивчення теоретичних аспектів фешн-туризму показало наявність значної кількості інформаційних цифрових ресурсів, що підтверджує популярність та увагу до цього напрямку, але відсутність його обґрунтування у науковій літературі. Під фешн-туризмом пропонуємо розуміти вид туризму, що об'єднує моду та подорожі, дозволяє досліджувати світ моди та стилю, основними ресурсами розвитку якого виступають модні магазини, шоуруми, музеї моди, фешн-виставки, фешн-шоу та інші події, пов'язані зі світом моди.

2. На підставі аналізу досвіду розвитку фешн-туризму в світі визначено кращі практики, які можуть бути застосовані в Україні, зокрема створення модних турів, що включають відвідування модних показів, музеїв моди, торгових вулиць та бутиків; залучення місцевих дизайнерів та виробників; В. налагодження співпраці між туристичною та модною індустріями; розвиток інфраструктури для фешн туризму, такої як модні галереї, центри моди та шоуруми, активна стратегія, зокрема просування країни як модної туристичної дестинації.

3. Наразі туристичний сервіс в країні не відповідає сучасним стандартам. Потрібні зусилля щодо підвищення якості туристичного сервісу, зокрема, покращення інфраструктури та персоналу готелів і ресторанів, вивчення англійської мови, розширення та покращення мережі транспортних засобів, вдосконалення маркетингових стратегій для просування культурно-історичних місць, ремесел та інших туристичних атракцій. З огляду на потенціал України в галузі моди, культури та туризму, можна зробити висновок, що фешн-туризм може стати важливою складовою української

туристичної індустрії, яка сприятиме збільшенню туристичного потоку та прибутку для країни в цілому. Тому, відкриття нових напрямків та продовження розвитку існуючих може стати важливим інструментом для розвитку туризму в Україні.

4. Перспективними напрямками розвитку фешн туризму в Україні вбачаємо: розширення присутності української моди на міжнародному ринку; організація спеціалізованих модних турів; підтримка молодих талантів та освіта у сфері моди; організація модних подій та фестивалів; розвиток модних кластерів. Інтеграція світових практик, розвиток інфраструктури, сприяння молодим талантам та маркетингові кампанії сприятимуть залученню фешн-туристів та сприяють розвитку модного сектору в країні, а також залученню інвестицій та підвищенню міжнародної впізнаваності України як модної туристичної дестинації.

5. Україна має значний потенціал для розвитку фешн-туризму. Країна багата на культурну спадщину, народні ремесла, модні традиції та талановитих дизайнерів. Важливо активно просувати українську моду як один з ключових елементів фешн-туризму. Просування українських модних брендів, організація модних показів та виставок сприятимуть залученню уваги іноземних туристів. Співпраця з іншими країнами, які вже розвивають фешн-туризм, може бути корисною для України. Впровадження інноваційних технологій, таких як віртуальна реальність, розширена реальність та мобільні додатки, можуть покращити взаємодію з фешн-туристами, забезпечити нові форми досвіду та підвищити якість обслуговування. Для подальшого розвитку рекомендується проведення додаткових досліджень впливу фешн-туризму на регіональний розвиток, розробка іміджевих кампаній, залучення інвестицій та створення сприятливого середовища для розвитку молодих талантів, проведення аналізу ідентифікації регіональних особливостей та підвищення їх конкурентоспроможності в контексті фешн-туризму.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Горбань Ю. Доречі, в туризмі Україна не пасе задніх. *Укрінформ* : офіційний сайт. URL : <https://www.ukrinform.ua/rubric-society/2664756-do-reci-v-turizmi-ukraina-ne-pase-zadnih.html> (дата звернення 15.03.2023).
2. Звіт про туристичні потоки за перше півріччя 2017 р. *Міністерство економіки України* : офіційний сайт. URL : <https://me.gov.ua/News/Print?lang=uk-UA&id=19ac1a8c-7ca3-4ada-9eb8-5efc93a559de> (дата звернення 15.03.2023).
3. Lazzeretti L., Capone F., Casadei P. The Role of Fashion for Tourism: An Analysis of Florence as a Manufacturing Fashion City and Beyond. *Tourism in the City*. 2017. January. Pp.207-220.
4. Fashion tourism. The Global Wellness Economy: Looking Beyond COVID. 2021. URL : <https://globalwellnessinstitute.org/industry-research/the-global-wellness-economy-looking-beyond-covid/> (дата звернення 15.03.2023).
5. Top 30 most visited countries by International tourists arrivals. URL:<https://businessviews.com.ua/ru/personal-life/id/populjarnist-ukrajini-sered-turistiv-1939/> (дата звернення 22.04.2023).
6. Richards G. Designing creative places: The role of creative tourism. Breda University of Applied Sciences, the Netherlands. *Tilburg University*. 2019. November. Pp. 173-181.
7. Liberato D., Barros e Mendes B., Liberato P., Alén E. Part of the Springer Proceedings in Business and Economics. The Role of Fashion Events in Tourism Destinations. *DMOs Perspective*. Pp. 463–475.
8. Mowforth M., Munt I. Tourism and sustainability: Development, globalisation and new tourism in the Third World: Fourth edition. 2015. December. Pp. 121-125.
9. Buhalis D., Costa C., Ford F. Tourism Business. London : Frontiers Published, 2005. P. 196.

10. Liberato P., Mendes B., Liberato D. Part of the Smart Innovation, Systems and Technologies. *Fashion Weeks as a Driver of Sustainable Development in Tourism Destinations*. Pp. 645–658.
11. Landiana. Fashion tourism. Modico magazine. 2021. URL : <https://www.modicomag.com/news/fashion-tourism/> (дата звернення 18.03.2023).
12. Модель з весняної колекції 1956 року. *New-York Times*. URL : <https://www.dsnews.ua/ukr/world/dom-dior-16122016123500DSnews> (дата звернення 19.03.2023).
13. Yoon Y., Uysal M. An Examination of the Effects of Motivation and Satisfaction on Destination Loyalty: A Structural Model. *Tourism Management*. 2005. Pp.45-56.
14. Choi M. J., Heo C. Y., Law R. Progress in Shopping Tourism. *Journal of Travel & Tourism Marketing*. 2015. April. Pp. 1-24.
15. Prada launched a project with virtual tours of its ateliers and boutiques. *World fashion channel*. 2020. URL : <https://wfc.tv/en/articles/about-fashion/prada-launched-a-project-with-virtual-tours-of-its-ateliers-and-boutiques/> (дата звернення 19.04.2023).
16. Jang S. C., Feng R. Temporal Destination Revisit Intention: The Effects of Novelty Seeking and Satisfaction. *Tourism Management*. 2007. Pp. 560-595.
17. Lucioni A. Saint Laurent ss'22. URL : <https://www.gorunway.com/portfolio> (дата звернення 19.04.2023).
18. Серед пшеничних полів : колекція Jacquemus весна-літо 2021. *Vogue UA*. URL : <https://vogue.ua/article/fashion/brend/kolleksiya-jacquemus-vesna-leto-2021-41408.html> (дата звернення 19.04.2023).
19. Луна Хр. Гід баракхолками Парижа. 5 місць, де можна купити вінтажний Dior Гальяно та Gucci Тома Форда. *Buro 24/7*. URL : <https://www.buro247.ua/fashion/paris-vintage-shopping-guide.html> (дата звернення 19.04.2023).

20. Нвадіке М. Історія елегантності Givenchy. 2023. URL : <https://businessyield.com/uk/brand-stories/givenchy/> (дата звернення 20.04.2023).
21. Paris Superguide. Superfuture. URL : <https://shop.superfuture.com/products/paris-superguide> (дата звернення 20.04.2023).
22. Kaneko K. Fashion Tourism in Japan: A Cultural Analysis. 2013. URL : https://globaljournals.org/GJHSS_Volume13/1-An-Analysis-of-Japans-Popular-Cultural.pdf (дата звернення 17.03.2023).
23. Естетичний діалог віртуозів. Louis Vuitton відкрив семиповерховий бутик у Токіо. 2021. URL : <https://focus.ua/lifestyle/477800-esteticheskiy-dialog-virtuozov-modnyu-louis-vuitton-otkryl-7-etazhnyu-butik-v-tokio-foto> (дата звернення 17.03.2023).
24. The Best Street Style From Tokyo Fashion Week Spring 2019. *Vogue*. URL : <https://www.vogue.com/slideshow/tokyo-fashion-week-street-style-spring-2019> (дата звернення 17.03.2023).
25. Steele V., Mears P. Japan Fashion Now. Yale University Press, 2011. Pp. 98-103.
26. Темний лорд: що Йоджі Ямамото зробив для світу моди. *Vogue Ua*. 2022. URL : <https://vogue.ua/article/fashion/persona/temnyu-lord-vse-chto-nuzhno-znat-o-yodzhi-yamamoto-29293.html> (дата звернення 18.03.2023).
27. Streetstyle: як одягаються гості на Тижні моди в Нью-Йорку. *Vogue Ua*. 2022. URL : <https://vogue.ua/article/fashion/streetstyle/streetstyle-yak-odyagayutsya-gosti-na-tizhni-modi-v-nyu-yorku-49846.html> (дата звернення 18.03.2023).
28. Поляков О. Givenchy. 2020. URL : <https://brand-info.com.ua/givenchy/> (дата звернення 20.04.2023).
29. Hendriksz V. The Top 20 Money-Making Fashion Weeks You May Not Know. 2017. URL : <https://fashionunited.uk/news/fashion/the-top-20-money->

making-fashion-weeks-you-may-not-know/2017021023492 (дата звернення 20.04.2023).

30. New-York Superguide. *Superfuture*. URL : <https://shop.superfuture.com/products/new-york-superguide> (дата звернення 20.04.2023).

31. Cook J. Luxury Tourism, Developing Destinations: Research Review and Trajectories. *Asian Journal of Tourism Research*. 2017. Vol. 2. No. 2. Pp. 137-158.

32. Fashion Tour Kyiv. URL : <https://www.airbnb.ie/experiences/1401827> (дата звернення 22.03.2023).

33. Kyiv Fashion : офіційний веб-сайт. URL : <https://kmkya.kiev.ua/vystavky/kyiv-fashion-2023/> (дата звернення 22.03.2023).

34. Пономаренко Г. Ера Деніма: Велике інтерв'ю з Ксенією та Антоном Шнайдером. 2022. URL : <https://marieclaire.ua/uk/fashion/era-denima-bolshoe-intervyu-s-kseniej-i-antonom-shnajder> (дата звернення 25.03.2023).

35. Rabimov S. Menswear Reloaded: Kseniaschnaider Upgrades Pitti Uomo. *Forbes*. 2022. URL : <https://www.forbes.com/sites/stephanrabimov/2022/02/16/menswear-reloaded-kseniaschnaider-upgrades-pitti-uomo/> (дата звернення 25.03.2023).

36. Top 50 most influential people in the world of denim. *Sourcing Journal*. 2021. URL : <https://sourcingjournal.com/denim/rivet-50/ksenia-schnaider-2021/> (дата звернення 25.03.2023).

37. Lai R. The Spring Edit: 6 Statement-Making & Sustainable Denim Brands You Need To Know. 2021. URL : <https://www.tatlerasia.com/style/fashion/statement-sustainable-denim-brands?fbclid=PAАaYt8dFQIb85IkHhjdH7jtb1Y11GJqeF0QHByJn3zKkOgumRqrxFBDSCexg> (дата звернення 25.03.2023).

38. Турелик Ю. Багінський, Бевза та Віта Кін: речі яких українських дизайнерів обирають голлівудські зірки. 2021. URL : <https://lifestyle.24tv.ua/>

fashion/ukrayinski-dizayneri-rechi-yakih-nosyat-svitovi-ukrayinapovini_n1714688 (дата звернення 26.03.2023).

39. Fox-Suliaman J. How Copenhagen Has Cemented Itself as Fashion's Coolest City. Designers to know: Cult naked. 2023. URL : <https://www.whowhatwear.co.uk/ciff-trade-show/slide5> (дата звернення 26.03.2023).

40. Best Fashion Awards: Найкращий дизайнер аксесуарів. Руслан Багінський. *Вікіпедія*. URL : https://uk.wikipedia.org/wiki/Best_Fashion_Awards (дата звернення 26.03.2023).

41. Мироненко Т. Вдягти Beyoncé: Сукня FROLOV була створена у Києві під час ракетних обстрілів та блекаутів. Як зіркова клієнтка вплине на майбутнє українського бренду. 2023. URL : <https://forbes.ua/ru/lifestyle/odyagti-beyonse-suknyu-vid-frolov-stvorili-v-kievi-pid-chas-raketnikh-obstriliv-ta-blekautiv-yak-zirkova-klientka-vpline-na-maybutne-ukrainskogo-brenda-24012023-11280> (дата звернення 26.03.2023).

42. Best Fashion Awards: Найкращий дизайнер жіночого одягу. Лілія Пустовіт. *Вікіпедія*. URL : https://uk.wikipedia.org/wiki/Best_Fashion_Awards (дата звернення 28.04.2023).

43. UFW25 : Світлана Бевза – про перший показ і не тільки. *Vogue Ua*. 2022. URL : <https://vogue.ua/article/fashion/brend/ufw25-svetlana-bevza-o-pervom-pokaze-i-ne-tolko-47507.html> (дата звернення 28.04.2023).

44. Best Fashion Awards: Найкращий дизайнер жіночого одягу. Світлана Бевза. *Вікіпедія*. URL : https://uk.wikipedia.org/wiki/Best_Fashion_Awards (дата звернення 28.04.2023).

45. Paris fashion week: the only ukrainian brand on the official SCHEDULE, LITKOVSKA, presents its fall winter 23/24 collection «on air». *Swanky magazine*. 2023. URL : <https://www.swankymag.com/fashion-industry-news/paris-fashion-week-the-only-ukrainian-brand-on-the-official-schedule->

litkovska-presents-its-fall-winter-2324-collection-on-air (дата звернення 04.04.2023).

46. Best Fashion Awards: Найкращий дизайнер жіночого одягу. Лілія Літковська. *Вікіпедія*. URL : https://uk.wikipedia.org/wiki/Best_Fashion_Awards (дата звернення 04.04.2023).

47. Terzo Di R. Paris Fashion Week 2021: Best of Talents. 2021. *Vogue*. URL : https://www.vogue.it/vogue-talents/gallery/paris-fashion-week-2021-best-of-talents?fbclid=PAAb_GeTQqwnk28Xax4bVzscHpNu8Z-klHWuh_X70fPfm5KPfKE04ZOSMw (дата звернення 04.04.2023).

48. Walker S. 5 Designers to Watch from Kiev Fashion Week. 2016. URL : <https://www.wmagazine.com/story/5-designers-to-watch-from-kiev-fashion-week/amp> (дата звернення 05.04.2023).

49. Мисюк А. Ukrainian Fashion Week: історія створення та еволюція найважливішої модної події країни. URL : <https://folga.com.ua/ua/events/ukrainian-fashion-week-istoriya-stvorennya-ta-evolyuciya-naivazlivosoyi-modnoyi-podiyi-krayini> (дата звернення 05.04.2023).

50. Швейне виробництво Ксенії Шнайдер у Києві. URL: <https://www.instagram.com/p/CMCac3ZnZNX/?igshid=MmJiY2I4NDBkZg==> (дата звернення 29.04.2023)

51. Асадчева Т. Київський музей запрошує на експозицію старовинних віял. 2021. URL : <https://vechirniy.kyiv.ua/news/52818/> (дата звернення 27.04.2023).

52. Кухар О. Дрес-код національної ідентичності: виставка «IN PROGRESS». 2017. URL : <https://tyzhden.ua/dres-kod-natsionalnoi-identychnosti-vystavka-in-progress/> (дата звернення 27.04.2023).

53. Zhou M. Is The Future Of Fashion Digital? 2021. URL : <https://www.elle.com.au/fashion/is-the-future-of-fashion-digital-24801?>

f b c l i d = P A A a Y b T d u b 3 3 C p i k 3 u b c 8 b R X K M e i w - jw0fhwsRmKjzPe2HIDsEztB8gGVCwk0 (дата звернення 26.04.2023).

54. Hall M., Stephen J. The Geography of Tourism and Recreation. Environment, Place and Space. Pp 238-265.

55. Okonkwo. Luxury Fashion Branding: Trends, Tactics, Techniques. 2007. Pp. 63-82.