

Соломія ФЕДУНЧИК

*студентка Західноукраїнського
національного університету*

ВПЛИВ ЕКОЛОГІЧНИХ СТАНДАРТІВ ТА ВІДПОВІДАЛЬНОГО СПОЖИВАННЯ НА СТРАТЕГІЧНИЙ РОЗВИТОК СВІТОВОГО РИНКУ ОДЯГУ

У сучасному глобалізованому світі індустрія моди є однією з найдинамічніших галузей економіки, але водночас і однією з найбільш екологічно навантажених. За кожною річчю одягу стоїть значне споживання природних ресурсів — води, енергії та сировини, а також суттєві викиди парникових газів і забруднення довкілля. Наприклад, для виготовлення однієї бавовняної футболки потрібно приблизно 2700 літрів води, а текстильна промисловість у глобальному масштабі спричиняє близько 20% забруднення чистої води [1]. На цьому фоні особливо гостро постає проблема швидкої моди (fast fashion), яка базується на постійному оновленні колекцій, масовому виробництві дешевих речей і стимулюванні надмірного споживання. У результаті така модель поступово втрачає свою актуальність, поступаючись місцем більш відповідальному підходу до виробництва та споживання одягу.

Сьогодні важливу роль у зміні ситуації відіграють екологічні стандарти та міжнародні ініціативи, які поступово змінюють правила гри на ринку. Однією з таких є EU Strategy for Sustainable and Circular Textiles, що спрямована на перехід до більш сталого та циклічного виробництва текстилю [2]. Її суть полягає в тому, що одяг має бути не одноразовим продуктом, а довговічним виробом, який можна ремонтувати, повторно використовувати та переробляти. У перспективі до 2030 року вся текстильна продукція на ринку ЄС повинна відповідати вимогам екологічності та прозорості виробництва. Це означає, що компанії вже зараз змушені переосмислювати свої підходи до бізнесу, враховуючи не лише прибуток, а й вплив на довкілля. Таким чином, екологічні стандарти поступово перетворюються на важливий фактор стратегічного розвитку галузі.

Паралельно з регуляторними змінами відбувається ще один не менш важливий процес – трансформація поведінки споживачів. Люди все частіше замислюються над тим, що і як вони купують, звертаючи увагу не лише на ціну чи бренд, а й на походження та вплив речей на природу. Зростає інтерес до концепції slow fashion, яка передбачає більш усвідомлене ставлення до одягу, відмову від надмірного споживання та вибір якісних речей, що служать довше. Також активно розвивається ринок секонд-хенду та ресейлу, який дозволяє продовжити життєвий цикл одягу та зменшити кількість відходів. Варто враховувати, що в країнах ЄС щороку викидається близько 12 кг текстильних виробів на одну людину, що яскраво демонструє масштаб проблеми надмірного

споживання [3]. У цьому контексті нові моделі поведінки споживачів стають важливим фактором екологічних змін у галузі. Подібні тенденції поступово проявляються і в Україні, де впровадження принципів сталого розвитку та відповідального споживання набуває все більшого значення [4]. Зокрема, у вітчизняних наукових дослідженнях підкреслюється необхідність екологізації легкої промисловості та переходу до циркулярної економіки. Так, у працях українських дослідників наголошується на важливості впровадження ресурсозберігаючих технологій і зменшення екологічного навантаження підприємств легкої промисловості [5].

Під впливом цих процесів великі міжнародні бренди також змушені змінювати свої стратегії. Якщо раніше головним пріоритетом було швидке зростання та обсяги продажів, то сьогодні дедалі більшого значення набуває сталий розвиток. Компанії впроваджують програми збору старого одягу для переробки, використовують вторинну сировину та поступово переходять до більш екологічного виробництва. Такі гравці ринку, як H&M Group та Inditex, активно інтегрують принципи сталості у свою діяльність, змінюючи підхід до виробництва та логістики. Водночас проблема залишається актуальною, адже лише близько 1% текстилю у світі реально переробляється у нові вироби [6]. Це свідчить про те, що процес переходу до циркулярної економіки ще перебуває на початковій стадії і потребує подальших інновацій.

Отже, світовий ринок одягу сьогодні перебуває у стані глибокої трансформації, де екологічні стандарти та відповідальне споживання відіграють ключову роль. Екологічність уже перестає бути просто трендом або маркетинговою перевагою – вона поступово стає необхідною умовою для виживання компаній у міжнародному бізнес-середовищі. Зміни у поведінці споживачів та регуляторний тиск формують нову реальність, у якій бізнес змушений адаптуватися до принципів сталого розвитку. У майбутньому можна очікувати, що саме екологічна відповідальність визначатиме конкурентоспроможність компаній і напрям розвитку всієї індустрії моди.

Список використаних джерел:

1. *Environmental impact of textiles. European Parliament.* URL: <https://www.europarl.europa.eu/news/en/headlines/society/20201208STO93327> (дата звернення: 21.04.2026).
2. *EU Strategy for Sustainable and Circular Textiles. European Commission.* URL: https://environment.ec.europa.eu/strategy/textiles-strategy_en (дата звернення: 21.04.2026).
3. *Textiles and the environment: overview. European Environment Agency.* URL: <https://www.eea.europa.eu/en/topics/in-depth/textiles> (дата звернення: 21.04.2026).
4. *Міністерство захисту довкілля та природних ресурсів України : офіційний веб-сайт.* URL: <https://mepr.gov.ua> (дата звернення: 21.04.2026).
5. *Мельник Л. Г. Екологічна економіка : підручник. Суми : Університетська книга, 2006. 367 с.*

6. *Circularity of the EU textiles value chain in numbers. European Environment Agency.*
URL: <https://www.eea.europa.eu/en/analysis/publications/circularity-of-the-eu-textiles-value-chain-in-numbers> (дата звернення: 21.04.2026).