ІНДУСТРІЯ МОДИ

Коротко

Індустрія моди – продукт сучасності. До середини XIX століття, практично весь одяг виготовлявся вручну для окремих осіб, або, як домашнє виробництво, та на замовлення кравчинь і кравців.

На початку XX століття, із появою нових технологій, таких як: швейна машина; розквітом глобального капіталізму та фабрично-заводської системи виробництва – стала поява дедалі більшої кількості нового одягу. Для масового виробництва стандартних розмірів і продажу за фіксованими цінами.

Індустрія моди почала розвиватися в Європі (Америка), сьогодні - це міжнародна та високоглобалізована галузь, де одяг часто розробляється в одній країні, виготовляється в іншій і продається в третій.

Оскільки дані про моду подаються для національних економік і виражаються у вигляді багатьох окремих галузей, загальні цифри світового виробництва текстилю та одягу отримати важко. Проте, за будь якими показниками, галузь є значною часткою світового економічного виробництва.

Індустрія моди складається з чотирьох рівнів: виробництво сировини (переважно волокон і текстилю, шкіри та хутра); виробництво модних товарів дизайнерами, виробниками, підрядниками та іншими; роздрібний продаж; і різні форми реклами та просування. Ці рівні складаються з багатьох окремих, але взаємозалежних секторів, усі з яких спрямовані на задоволення споживчого попиту на одяг.

КЛЮЧОВІ СЕКТОРИ ІНДУСТРІЇ.

Більшість модного одягу виготовляється з текстилю. Часткова автоматизація прядіння та ткацтва вовни , бавовни та інших натуральних волокон була одним із перших досягнень промислової революції у XVIII столітті. А вже у XXI столітті, ці процеси високоавтоматизовані, та здійснюються високошвидкісним обладнанням, керованим комп’ютером.

Тканини виготовляються з широким спектром ефектів за допомогою фарбування , ткацтва, друку та інших процесів виробництва та обробки. Разом із прогнозистами моди, виробники текстилю працюють задовго до циклу виробництва одягу, щоб створити тканини з кольорами, текстурою та іншими якостями.

Історично склалося так, що дуже небагато дизайнерів стали відомими - «іменними», такими як: Коко Шанель, або Кельвін Кляйн, які створили престижні колекції високої моди, чи то кутюр, чи прет-а-порте («готовий одяг»). Ці дизайнери мають вплив на встановлення тенденцій у моді, але, всупереч поширеній думці, вони не диктують нові стилі.

Більшість дизайнерів працюють анонімно, адаптуючи модні стилі в товарний одяг для пересічних споживачів. Дизайнери черпають натхнення з багатьох джерел, включаючи: кіно та телебачення, вуличний стиль і активний спортивний одяг. Для більшості дизайнерів традиційні методи дизайну, такі як: створення ескізів на папері та драпірування тканини на манекенах; були доповнені або замінені технікою комп’ютерного дизайну. Це дозволяє дизайнерам швидко вносити зміни в силует, тканину, оздоблення та інші елементи.

Важливим етапом швейного виробництва є переклад конструкції одягу на візерунок у різних розмірах. Оскільки пропорції людського тіла змінюються зі збільшенням або зменшенням ваги, візерунки неможливо просто рівномірно збільшити або зменшити за базовим шаблоном. На початку XXI століття, незважаючи на інновації в комп’ютерному програмуванні, дизайни великих розмірів було важко підлаштувати під кожну фігуру. Незалежно від розміру, візерунок, намальований на папері чи запрограмований, як набір комп’ютерних інструкцій, визначає, як тканину буде розрізано на частини, яким буде з’єднання та виготовлення одягу.

Наступним етапом виробництва є - збірка одягу. Тут також технологічні інновації, включно з розробкою машин з комп’ютерним керуванням, призвели до автоматизації деяких етапів складання одягу. Тим не менш, основний процес шиття залишається трудомістким. Це чинить невблаганний тиск на виробників.

Зібраний одяг проходить різні процеси, відомі під загальною назвою - «обробка». До них відносяться: додавання декоративних елементів (вишивка, бісер, ґудзики, петлі, гачки та вушка, кнопки, блискавки та інші застібки); підборти і манжети; фірмові етикетки тощо. Потім готові вироби пресують і пакують для відправлення.

Протягом більшої частини періоду після Другої світової війни, торгівля текстилем та одягом суворо регулювалася країнами-імпортерами, які вводили квоти та мита. Ці протекціоністські заходи, запобігли переміщенню виробництва текстилю та одягу з країн з високою заробітною платою - до країн з низькою. Поступово були відмінені, починаючи з 1980-х років. Їх замінили - апідхід вільної торгівлі, під регулятивною егідою Світової організації, та інших міжнародних регуляторних органів.

Поява контейнеризації та відносно недорогих повітряних перевезень, дозволила тісно прив’язати виробництво до ринкових умов на всій земній кулі.

Як і у випадку з одягом, виробництво аксесуарів варіюється від дуже дорогих предметів розкоші до недорогих виробів масового виробництва. Виробництво аксесуарів має тенденцію тяжіти до середовищ із низькою оплатою праці. Особливо, виробники елітного товару страждають від конкуренції з боку підроблених виробів (підробок), іноді, виготовлених із використанням гірших матеріалів на тих самих фабриках, що й справжні товари. Торгівля такими імітаціями є незаконною, згідно з різними міжнародними угодами, але її важко контролювати. Це коштує виробникам відомих брендів сотні мільйонів доларів щорічно через втрату продажів.