

# ОСОБЕННОСТИ ИННОВАЦИОННЫХ РАЗРАБОТОК И ТЕХНОЛОГИЙ НА РЫНКЕ ЭКОЛОГИЧНОЙ ОДЕЖДЫ

**Логвиненко Дарья Романовна**  
*студент группы РСО20-6, курс 1,  
Финансовый Университет при Правительстве РФ,  
Россия, г. Москва*

**Крайнева Раиса Канафиевна**  
*канд. экон. наук, доцент Департамента ЛиМ,  
Финансовый Университет при Правительстве РФ,  
Россия, г. Москва*

## АННОТАЦИЯ

Современная ситуация в мире, связанная с загрязнением окружающей среды привела людей к разработке эко-одежды. В статье раскрыты причины появления инновационных разработок и технологий на рынке экологичной одежды.

В ходе изучения подходов и особенностей использования интернет-технологий были определены основные возможности, которые успешно используются при продвижении услуг.

**Ключевые слова:** эко-одежда, технологии, инновации, ткань, рынок

## FEATURES OF INNOVATIVE DEVELOPMENTS AND TECHNOLOGIES IN THE MARKET OF ECO-FRIENDLY CLOTHING

**Logvinenko Darya Romanovna**  
student of the RSO group 20-6, course 1,  
Financial University under the Government of the Russian Federation,  
Russia, Moscow

**Kraïneva Raisa Kanafievna**  
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor of the Department of  
LiM,

## ANNOTATION

The current situation in the world related to environmental pollution has led people to develop eco-clothing. The article reveals the reasons for the emergence of innovative developments and technologies in the market of eco-friendly clothing.

In the course of studying the approaches and features of the use of Internet technologies, the main opportunities that are successfully used in the promotion of services were identified.

**Keywords:** eco-clothing, technology, innovation, fabric, market

Одежда- это набор элементов: ткань, нитки, молнии и так далее, которые полностью или частично покрывают человеческое тело, для защиты от влияния негативного воздействия внешней среды [7].

Основные функции одежды:

- защита от природных условий: холод, жара, дождь и т.д.
- соблюдение социальных норм
- удовлетворение эстетических потребностей-мода

Так как рынок одежды принадлежит к группе непродовольственных потребительских товаров, то мировой рынок одежды постоянно пользуется довольно высоким спросом.

Одежду можно разделить на несколько типов сегментации (смотри таб. 1):

Таблица 1.

## Классификация рынка одежды

1) по ценовому фактору: -низкий -средний -высокий	2) по возрастной структуре: -для детей (0-14 лет) -для молодежи (15-24 года) -для экономически активного населения (25-64 года) -для людей пенсионного возраста (65 лет и старше)	3) по типу принадлежности: -дети -мужчины -женщины -унисекс
4) по форме потребительских свойств: -бытовая -парадная -спортивная	5) по сезонности: -зима -весна -лето -осень -всесезонная	6) по функциональности: -верхняя (куртка и т.д.) -верхняя легкая (свитер, рубашка и т.д.) -нижнее белье

Если описывать сегодняшнее состояние на рынке одежды, то за 2020-2021 года, в условиях пандемии уровень продаж спал. Так как в режиме самоизоляции многие магазины позакрывались, то единственным каналом потребления одежды являлись интернет-магазины, но многим данный вид покупки не совсем удобен, соответственно это и привело к снижению уровня продаж. Также у многих людей снизилась заработная плата, а многих и вовсе уволили, так что покупка одежды не являлась для них чем-то необходимым. В 2021 году данная ситуация также продолжает ухудшаться. Однако по прогнозам компании «BusinesStar» ситуация на рынке должна улучшиться, также увеличится предложение одежды к 2024 году (смотри таб. 2):

Таблица 2.

## Прогноз предложения на рынке одежды, РФ, 2020-2024 гг

Параметр	2020	2021	2022	2023	2024
Предложение (млн штук)	473,7	454,4	485,5	533,3	549,7
Динамика предложения (% к предыдущему году)	-12,2	-4,1	6,8	9,8	3,1

Так что из-за экономического кризиса, связанного с пандемией, в 2020 году предложение одежды в России снизилось на 12,2% вместе и со спросом, а в 2021 году предложение снизилось еще на 4,1%. Но уже к 2022-2024 годам ожидается значительный рост предложения одежды в России, так что в 2024 г показатель достигнет 549,7 млн шт. [8].

Все эти факторы довольно сильно повлияли на низкие продажи в магазинах, что и поспособствовало производителям принять решение о новых идеях, которые помогли бы им вновь привлечь внимание потребителей. А так как последнее время экологическая ситуация в мире только ухудшается, не оставляя многих людей быть равнодушными, то производители предприняли меры по разработке экологичной одежды, которая не только поспособствует защите экологии, но и сможет привлечь достаточно большое количество потребителей.

Эко-одежда- это такой тип одежды, который изготавливается из специальных материалов, которые не вредят здоровью человека, а также помогают меньше загрязнять окружающую среду. Значение «эко-одежда» появилось еще в 1960 году. Первыми, кто начал заменять химические материалы органическими стали Хиппи. Далее в 80-е года владельцы компаний Patagonia и ESPRIT поддержали эту инновацию, что привело к появлению новой ткани из переработанных бутылок- флис. В 2000-е эту тенденцию подхватили и мировые бренды Marks and Spenser, H&M и ZARA, они начали создавать коллекции из переработанной старой одежды, вторичного сырья и экохлопка [9]. Позже о эко-одежде стали меньше задумываться, придумывать новые идеи для ее усовершенствования, а стали наоборот чаще убивать животных, использовать химические материалы в производстве. Но в 2020, в связи с коронавирусом и серьезными проблемами, связанными с экологией, вновь стали появляться инновации и технологии в производстве эко-одежды.

Значимой тенденцией 2020-20221 годов, стал сознательный подход людей к выбору товара, в точки зрения экологических и моральных принципов. Так как общество стало больше заботиться об окружающей среде, то сегодня для потребителя важно знать, что вещь, которую он собирается приобрести изготовлена из качественных материалов, не вредящих природе и здоровью человека.

В связи с этим, конкуренция на рынке одежды начинает еще больше расти, так как каждый производитель старается удовлетворить потребности покупателей и предлагать свои инновации сфере экологической одежды.

Для начала сравним конкуренцию среди масс-маркетов [10][11] (смотри таб. 3):

**Таблица 3.**

**Конкуренция масс-маркетов**

<b>Бренд:</b>	<b>\$ млрд.</b>
1.Nike	34,388
2.Zara	14,862
3.H&M	14,008
4.Uniqlo	12,872
5.Adidas	12,070
6.Puma	5,502
7.Massimo Dutti	3,728
8.Bershka	3,216
9.Pull & Bear	2,537
10.Oysho	1,443

По данным в таблице можно выделить тройку лидеров. Лидирующее место среди масс-маркетов занимает компания «Nike», это оправдано, так как эта организация является одной из самых популярных, занимающийся разработкой эко-одежды еще с начала 1990. Также и со второй фирмой, владелец компании Zara в 2020 году инвестированием 2,7 млрд евро в разработку различных технологий для эко-материалов. Хотя у компании H&M, занимающей третье место, не так уж и много инноваций в сфере эко-одежды, она все равно пользуется спросом среди потребителей. Остальные организации менее влиятельны на рынке эко-одежды, соответственно и занимают данные позиции в конкурентной борьбе.

Следующая таблица конкуренции среди люксовых брендов [10][11] (смотри таб. 4):

Таблица 4.

## Конкуренция люксовых брендов

Бренд:	\$ млрд.
1.Louis Vuitton	30,350
2.Hermes	19,820
3.Chanel	13,732
4.Christian Dior Couture	3,562
5.Prada	2,900
6.Bvlgari	1,400
7.Fendi	1,2000
8. Burberry	0,931

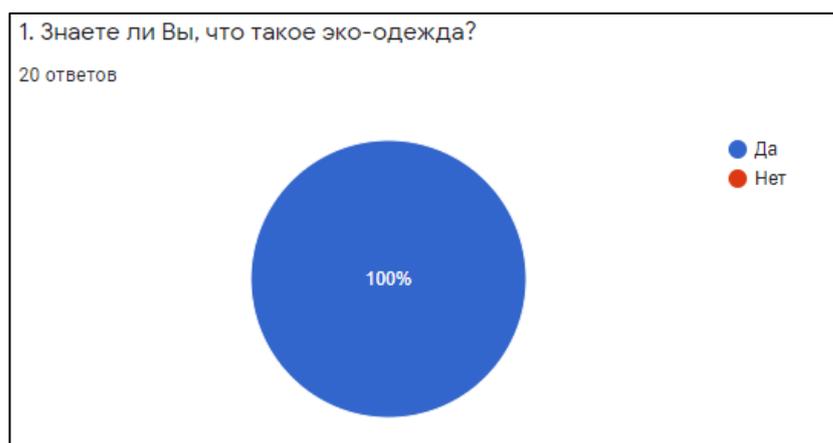
Как и в предыдущей таблице, лидирующие места занимают именно те компании, которые внесли чуть больше инноваций на рынок эко-одежды, а также смогли заинтересовать потребителей. Так, например, бренд «Louis Vuitton» уже на протяжении 10 лет занимается разработкой эко-одежды и «это остается приоритетным направлением нашей деятельности, курируемым главным экологическим подразделением» [12].

Какие же инновационные разработки и технологии появились на рынке экологичной одежды? В первую очередь, появилось много новых тканей, произведенных из органических продуктов, так, например, «лепестки роз, водоросли, а также сою...все это используют для изготовления более экологичных тканей» [13]. Лепестки роз, «оставшиеся от цветочного производства, измельчают и скручивают в нити», после чего получается шелк, данным материалом уже активно пользуются компании Stella McCartney, Salvatore Ferragamo и Bite Studios. Из водорослей создают биопластик-водонепроницаемую ткань, для этого измельчают водоросли в пудру, а потом пропитывают растительным воском. А компания KD New York пустила производство соевого кашемира, изготовленного из отходов соевого белка. Также не менее популярной органической тканью является апельсиновое волокно, которое производится из жмыха, оставшегося после производства сока. Эту ткань уже использовали для создания новой коллекции в Salvatore Ferragamo и H&M. Еще не менее важной инновацией является то, что теперь

вместо использования натуральной кожи, стали создавать эко кожу из ананасовых листьев или виноградного жмыха [14].

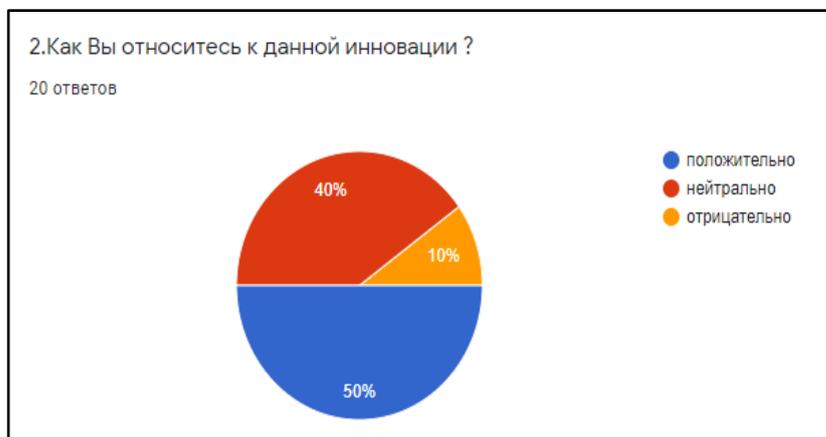
Существует достаточно много брендов, которые активно участвуют в создании новых идей для производства такого вида одежды. Одним из самых популярных является Stella McCartney «в ее арсенале – шелк, созданный из ферментированных дрожжей, органический хлопок и переработанный полиэстер». Еще одна компания это Esoalf, производящая кроссовки из переработанного пластика. Также популярные масс-маркеты H&M и Zara создают коллекции из переработок материалов, эластичной пены из водорослей и Orange Fiber, также владелец компании Zara заявил. Что собирается переходить полностью на экологические материалы в производстве. Однако самым крупным производителем одежды в данной сфере является Patagonia, находящийся на этом рынке уже 40 лет. Эта компания ввела такие инновации в производство, как флис, ткань из переработанных пластиковых бутылок.

Для того, чтобы понять, стоит ли магазинам производить одежду из экологических материалов и будет ли спрос на нее, то для этого был проведен опрос, по результатам которого выяснилось, что абсолютно все опрошенные знают, что такое эко-одежда (смотри рис. 1)



**Рисунок 1. Результаты опроса**

Во втором вопросе спрашивалось, как люди относятся к данному виду одежды. По результатам ответа можно заметить, что большая часть опрошенных (50%) относятся положительно, 40% выбрали вариант ответа «нейтрально», а остальные 10% - «отрицательно». (смотри рис. 2)



**Рисунок 2. Результаты опроса**

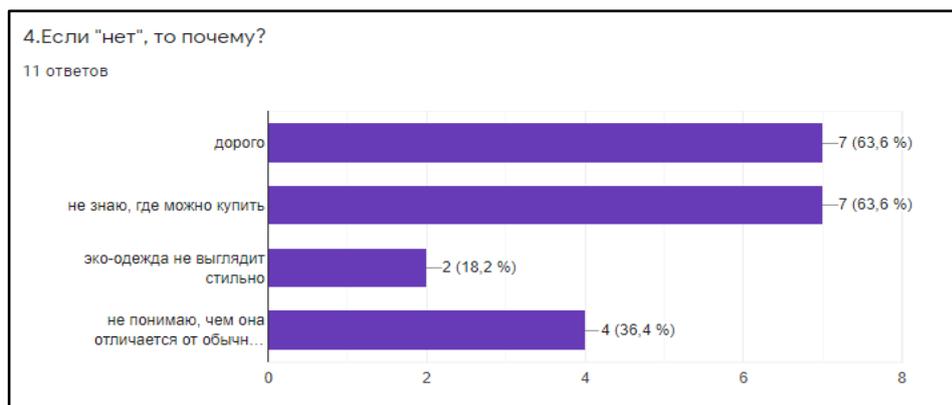
В третьем вопросе: «Покупали ли Вы вещь из экологических материалов?», стало известно, что многие респонденты, а именно 55%, не покупали себе эко-одежду, а остальные 45% покупали. (смотри рис. 3)



**Рисунок 3. Результаты опроса**

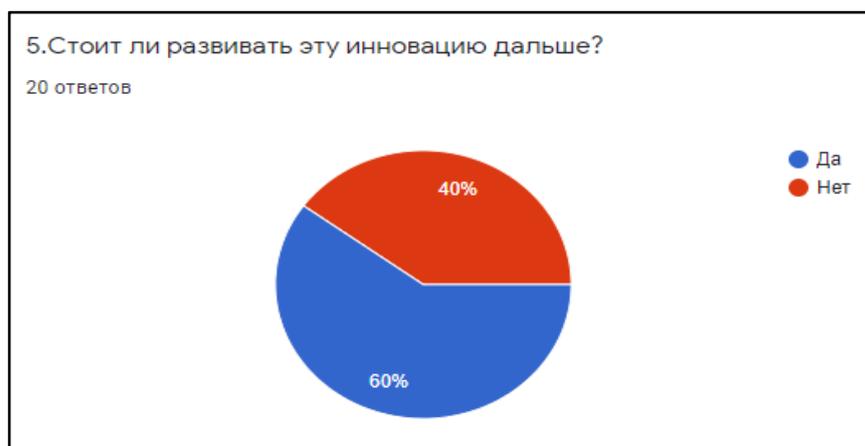
Четвертый вопрос был для тех, кто в третьем выбрал вариант ответа «нет», для того, чтобы выяснить причины, из-за которых они не решились на покупку экологичной одежды. Основные причины, из-за которых люди не решаются на покупку эко-одежды – высокая цена, также то, что многие просто не знают, где можно приобрести эти вещи. Менее важная проблема заключается в том, что народ не понимает разницу между одеждой, сделанной

из химических материалов и из экологичных. А самая незначительная- это то, что некоторым людям не нравится дизайн эко-одежды. (смотри рис. 4)



**Рисунок 4. Результаты опроса**

В пятом опросе узнавалось, хотят ли потребители, чтобы производство экологичной одежды усовершенствовалось, развивалось дальше. По результатам ответов выяснилось, что 60% опрошенных хотели бы видеть новые инновации в данной сфере, а 40% не хотели бы. (смотри рис. 5)



**Рисунок 5. Результаты опроса**

Таким образом, можно сделать вывод, что производство экологичной одежды стоит продолжать развивать, но только стоит сделать ее чуть более доступной в цене. Также производителям нужно больше распространять информацию о том, что в их магазинах можно приобрести вещь из натуральных материалов, желательно с предоставлением аргументов, объясняющих, чем эти вещи отличаются от обычных. Не стоит забывать, что одежда из органических материалов не должна отставать от модных тенденций.

Для того, чтобы окончательно разобраться, является ли производство экологичной одежды действительно необходимым, можно обратиться к авторам научной литературы, которые в статьях выразили свое мнение по поводу этой темы.

Так, например, А. Б. Чернова в своей статье «эко-тренды в современном дизайне» выразила точку зрения, написав, что «Вопреки сложившимся мнениям о том, что движение «Осознанная мода» загоняет индустрию в рамки, стоит отметить, что данное движение, напротив, предоставляет потребителю новые возможности. Возможности воспитывать в себе рационального покупателя, осознающего последствия бездумного консюмеризма, возможности стать причастным к лучшему будущему своей планеты и, при этом выглядеть модно и современно.» [6].

А вот П. В. Заливина считает, что экологическую одежду принимает не каждый потребитель, что может повредить производителю: «на данный момент экологичная одежда пока вызывает интерес только либо у очень богатых слоев населения, либо у молодежи. Первые предпочитают экологичные товары потому, что заботятся о здоровье и считают эко-одежду престижной продукцией, а вторые – потому, что это модно.» [4].

Е. В. Костенко наоборот думает, что заинтересованность дизайнеров и общества в производства эко-одежды все-таки есть, написав, что «экомода становится все более популярной в мире. Многие дизайнеры начинают использовать натуральные ткани, всевозможные материалы естественного происхождения для создания своих коллекций. Большинство людей стали задумываться над тем, какой вред оказывают синтетические материалы экологии нашей планеты и здоровью людей.» [5].

Также о важности эко продукции в магазинах одежды пишут Е. В. Филатова и В. В. Лагутина: «эко-дизайн костюма и дизайн в целом, занимает важное и активное место в решении экологических проблем. ..., являются очень актуальными, так как, охватывая все больше потребителей, вовлекают их

в безопасную переработку старой одежды и предлагают интересные пути ее дальнейшего использования.» [2].

Создавая коллекции из натуральных материалов поможет не только решить экологическую проблему в мире, но и привлечь больше потребителей и увеличить уровень продаж в магазине, считают Д. Д. Костоглодов, О. В. Иванченко и А. Г. Ранняя: «в результате активное использование экологического маркетинга в деятельности предприятия привлечет новых потребителей, увеличит объемы продаж и, что важно, поможет сохранить экологическое равновесие в перспективе.» [1].

Также идею производства экологичной одежды поддерживает и Гребенкина Дарья Евгеньевна: «упор на экологичности производства товаров может способствовать хорошим продажам и развитию бренда. Ведь новые модели одежды и обуви, созданные в балансе с окружающей средой, сегодня будут удовлетворять спрос требовательных покупателей, которые все больше задумываются, где, как и из чего производятся приобретаемые ими товары.» [3].

Можно сделать вывод, что данная инновация является действительно необходимой, так как помогает решить сразу три проблемы: потребители смогут таким образом удовлетворить свои потребности, получив необходимый им товар. Магазины одежды смогут повысить объем продаж. Также поможет снизить уровень загрязнения земли.

Таким образом, проанализировав всю вышеперечисленную информацию, можно сделать вывод о том, что инновационные разработки и технологии на рынке экологичной одежды действительно является необходимым, чтобы снизить уровень загрязнения окружающей среды. Но, что не менее важно, для производителей одежды это также является большим преимуществом, чтобы увеличить объём продаж, привлечь новых потребителей. Однако, данные инновации требуют дальнейшего развития и усовершенствования, так как многие люди еще не до конца поняли преимущество и отличие экологичной одежды от вещей, сделанных из химических волокон.

Также проанализировав отношение авторов научной литературы [Ошибка! Источник ссылки не найден.] и респондентов, прошедших опрос [Ошибка! Источник ссылки не найден.], можно сделать вывод, что потребители заинтересованы в покупке эко-одежды, а производители действительно смогут найти клиентов на этом рынке, что, в свою очередь, доказывает представленную в данном эссе гипотезу.

### Список литературы:

- 1.Гребенкина Дарья Евгеньевна Влияние экологических трендов на уровень продаж [Статья] // МУЛЬТИДИСЦИПЛИНАРНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ. - Санкт-Петербург: [б.н.], 2020 г.. - стр. 34.  
URL: [https://www.elibrary.ru/download/elibrary\\_42814988\\_12444131.pdf](https://www.elibrary.ru/download/elibrary_42814988_12444131.pdf)
- 2.Заливина П. В. Мода и экология [Статья]. - Омск: [б.н.], 2019 г.. - стр. 262.  
URL: [https://www.elibrary.ru/download/elibrary\\_38536909\\_50079171.pdf](https://www.elibrary.ru/download/elibrary_38536909_50079171.pdf)
- 3.Костенко Е. В. Экомода [Статья]. - Кемерово: [б.н.], 2017 г.. - стр. 4.  
URL: [https://www.elibrary.ru/download/elibrary\\_30473724\\_72183663.pdf](https://www.elibrary.ru/download/elibrary_30473724_72183663.pdf)
- 4.Костоглодов Д. Д., Иванченко О. В., Ранняя А. Г. Маркетинг в формировании культуры потребления экологических товаров [Статья]. - Ростов-на-Дону: [б.н.].  
URL: [https://www.elibrary.ru/download/elibrary\\_29202504\\_80316293.pdf](https://www.elibrary.ru/download/elibrary_29202504_80316293.pdf)
- 5.Филатова Е. В., Лагутина В. В. Экологизация потребления - тренд современной моды [Статья] // ЭКОЛОГИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ РЕГИОНА И ПУТИ ИХ РАЗРЕШЕНИЯ. - Омск: [б.н.], 2018 г.. - стр. 150.  
URL: [https://www.elibrary.ru/download/elibrary\\_35391168\\_39654519.pdf](https://www.elibrary.ru/download/elibrary_35391168_39654519.pdf)
- 6.Чернова А. Б. Эко-тренды в современном дизайне [Статья] // Экологические проблемы и пути их решения. - Омск: [б.н.], 2018 г.. - стр. 250.  
URL: [https://www.elibrary.ru/download/elibrary\\_38536907\\_62191598.pdf](https://www.elibrary.ru/download/elibrary_38536907_62191598.pdf)
7. «Демо-версия Российский рынок женской одежды»  
URL: <https://www.marketing-services.ru/imgs/goods/229/zhen.odezh.pdf>
- 8.«Анализ рынка одежды в России в 2015-2019гг, оценка влияния коронавируса и прогноз на 2020-2024гг»  
URL: [file:///C:/Users/Dell/Downloads/clothes\\_russia\\_demo\\_businessstat.pdf](file:///C:/Users/Dell/Downloads/clothes_russia_demo_businessstat.pdf)
- 9.«Эволюция экомоды. От бумажных платьев и хиппи до модной революции»  
URL: [https://pikabu.ru/story/yevolyutsiya\\_yekomodyi\\_ot\\_bumazhnyikh\\_platev\\_i\\_khippi\\_do\\_modnoy\\_revolyutsii\\_7550249](https://pikabu.ru/story/yevolyutsiya_yekomodyi_ot_bumazhnyikh_platev_i_khippi_do_modnoy_revolyutsii_7550249)

10.«Рейтинг брендов»

URL: <https://top20brands.ru/ru/brands/>

11.«Конкуренция брендов»

URL: <https://www.audit-it.ru/inform/>

12.«Мечты о переменах»

URL: <https://www.lvmh.ru/>

13.«5 самых классных экологичных тканей будущего»

URL: <https://www.vogue.ru/fashion/5-samyh-klassej-ekologichnyh-tkanej-budushego>

14.«Кожа из рыбы и пластик из грибов: 8 самых необычных экологичных материалов, из которых делают одежду»

URL: <https://esquire.ru/style-and-grooming/154613-kozha-iz-ryby-i-plastik-iz-gribov-8-samyh-neobychnyh-ekologichnyh-materialov-iz-kotoryh-delayut-odezhdu/>