



**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
МУКАЧІВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ДВНЗ «УЖГОРОДСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ»,
ХМЕЛЬНИЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ,
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЛЬВІВСЬКА ПОЛІТЕХНІКА»,
ЛУЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ,
МАЛОПОЛЬСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ВІТОЛЬДА
ПЛЕЦЬКОГО В ОСВЕНЦІУМІ (ПОЛЬЩА),
ЛЮБЛІНСЬКА ПОЛІТЕХНІКА (ПОЛЬЩА),
ПРЯШІВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ У ПРЯШЕВІ (СЛОВАЧЧИНА)**

**Збірник тез доповідей за матеріалами
Міжнародної науково-практичної конференції**

**НАУКА, ОСВІТА, БІЗНЕС:
СУЧАСНІ ВИКЛИКИ ТА СТАЛІЙ РОЗВИТОК**

International scientific and practical conference

**"SCIENCE, EDUCATION, BUSINESS:
modern challenges and sustainable development**



**Мукачево
30 березня 2023 року**



УДК [001:378:334.012.23]:339.92(477):4(043.2)

*Рекомендовано до поширення через мережу Інтернет
Науково-технічною радою Мукачівського державного університету
(протокол № 2 від 24 березня 2023 р.)*

Н 34

НАУКА, ОСВІТА, БІЗНЕС: сучасні виклики та сталий розвиток : збірник тез доповідей за матеріалами Міжнародної науково-практичної конференції (30 березня 2023 р., м. Мукачево). Мукачево : Вид-во МДУ, 2023. 145 с.

ISBN 978-617-7495-51-1 (PDF, самостійне електронне видання)

У збірнику представлено тези доповідей за матеріалами Міжнародної науково-практичної конференції «**НАУКА, ОСВІТА, БІЗНЕС: сучасні виклики та сталий розвиток**». Учасниками конференції розглянуто проблеми у встановленні та зміцненні зв'язків між провідними освітніми, науково-дослідними установами та виробничими підприємствами; обмін науковою інформацією та досвідом, обговорення проблем ресурсозбереження та енергоефективності; актуалізація досліджень в області новітніх технологій та матеріалів; розгляд проблематики підготовки конкурентоспроможних фахівців в галузях промисловості та освіти, а також фокусування уваги на проблемах управління та впровадженні інновацій.

Видання розраховане на науковців, педагогів, викладачів, аспірантів та студентів, які займаються науково-дослідною роботою, управлінням та впровадженням інновацій.

© Мукачівський державний університет, 2023

**Міжнародна науково-практична конференція
НАУКА, ОСВІТА, БІЗНЕС:
СУЧАСНІ ВИКЛИКИ ТА СТАЛИЙ РОЗВИТОК**

**International scientific and practical conference
"SCIENCE, EDUCATION, BUSINESS:
modern challenges and sustainable development**

Оргкомітет конференції

Голова оргкомітету

Щербан Т.Д. - ректор Мукачівського державного університету, Україна
проф. д-р. психол. наук.

Заступник голови оргкомітету

Гоблик В.В. – перший проректор Мукачівського державного університету,
Україна, проф., д-р. екон. наук.

Члени оргкомітету:

Ленік Клаудіус, д-р. наук, проф., Люблінська політехніка (Польща).

Курітнік Ігор-Петр, д-р. техн. наук, проф., Малопольський державний
університет імені Вітольда Пілецького в Освенціумі (Польща) .

Березненко С.М., д-р. техн. наук, проф., Київський національний університет
технологій та дизайну.

Бабич С. Ю., д-р. техн. наук, проф., Інститут механіки імені Тимошенко
НАН України, м. Київ.

Жигуц Ю.Ю., д-р. техн. наук, проф., ДВНЗ «Ужгородський національний
університет».

Реслер М.В., д-р. екон. наук, проф., Мукачівський державний університет.

Козарь О.П., д-р. техн. наук, проф., Мукачівський державний університет.

Марійчук Руслан, канд. хім.наук, проф., Пряшівський університет в
м. Пряшів (Словаччина)

Кущевский М.О., канд. техн. наук, проф., Хмельницький національний
університет.

Бродович Ю.Р., канд. с-г. наук, доц., Мукачівський державний університет.

Герасимов В.В., канд. фіз.-мат. наук, доц., Мукачівський державний
університет.

Ількович Сергій, PhD, Пряшівський Університет в м. Пряшів (Словаччина).

Пристая А.О., канд. техн. наук, директор підприємства з виготовлення
теплогенеруючих котлів «Shpargate», Мукачево.

Тези прорецензовані оргкомітетом конференції.

Відповідальність за достовірність фактів, власних імен, цитат, цифр та інших відомостей несуть автори публікації.

MARIYCHUK R., PORACOVA J. Fundings for educational and scientific cooperation between ukrainian and slovakian universities	88
БАРЧІЙ М.С., ВОРОНОВА О.Ю. Мотивація навчально-пізнавальної діяльності здобувачів вищої освіти в умовах дистанційного навчання	90
БОКША Н.І., СЕДОУХОВА Є.В. Створення колекцій в етностилі як засіб національно-патріотичного виховання здобувачів вищої освіти	92
БОКША Н.І., УГРИН А.М. Участь у творчих конкурсах як форма мотивації до навчальної діяльності в системі позашкільної освіти	94
ГАБОВДА О.В. Практика застосування систем автоматизованого проектування в процесі підготовки сучасного інженера	96
ГЕГЕДОШ К.В., ЧУЧКА І.М. Економічні чи не економічні спеціальності: Питання для дискусії	98
ЗЯБЛОВСЬКА Д.Є. Аналіз та характеристика напрямів удосконалення процесу дизайн-проектування одягу	100
КОЗАРЬ О.П., МАЛЯРЧИК І.В. Інтеграція навчального процесу як чинник формування життєвих компетентностей школярів	102
КОЗАРЬ О.П., ПИНЗЕНИК О.М., ЧЕПЕЛЮК Б.М. Педагогічні умови формування професійної компетентності майбутніх фахівців у сфері технологій та дизайну	103
КОЗЬМА А.А., ГОЛУБ Н.П., ДЗЯМКО В.М. Використання самостійної роботи з курсу «Фізична хімія» як ефективного засобу компетентнісного підходу до навчання та активізації навчальної діяльності студентів ННІХЕ ДВНЗ «УжНУ»	105
КУЛЕШОВА С. Г., ПИЛИПЕНКО Ю. Д. Імплементация мобільного додатку «Newcolor» у навчання фахівців легкої промисловості	106
МЕЛІХОВЕЦЬ Г.А., РОЖКО З.П. Використання методу критичного мислення для підготовки конкурентоспроможного фахівця	108
МОВЧАН К.М. Роль бібліотек в підготовці конкурентоспроможних фахівців у галузі промисловості	110
ПИТЬОВКА О.Ю., КОГУТИЧ О.І. Дослідження характеристичної задачі Коші з передісторією	112
РЯБЧИКОВ М.Л., ПУЦЬ В.С, МАРТИНЮК В.Л. Забезпечення дискрипторів основних компетентностей здобувачів технічних спеціальностей в умовах небезпечних ситуацій	114
ФЕНЧАК Л.М. Формування проектувальних умінь майбутніх педагогів як важлива складова їх організаційно-управлінської компетентності	116
ФЕДОРЕЙКО І.В. Практична підготовка майбутніх бакалаврів у галузі транспорту в педагогічних закладах вищої освіти	119
ТЕРЕПИЩІЙ С.О. Роль медіаграмотності у підготовці конкурентоспроможних фахівців	121

СЕКЦІЯ 4. УПРАВЛІННЯ ТА ІННОВАЦІЇ В ПРОМИСЛОВОСТІ

PÁSTOR. K., BADIDA. M., NOVÁKOVÁ. A. Psychoacoustics and its practical applications	124
БОРТНЮК Т. Ю., ФАЛОВСЬКА І. Д. Підприємницька компетентність як вимога сучасності	126
БРОДОВИЧ Ю.Р., БРОДОВИЧ В.Ю. Роль радіаційної терапії у комплексному лікуванні раку: досягнення та перспективи	128
ГАВРИЛЕЦЬ О. В. Роль маркетингу у забезпеченні реалізації заходів профорієнтації на ринку праці	130
ДОЕКМЕДЖАН А., КОВАЛЬ Т.В. Fashion-індустрія – фактори формування модних трендів	132

FASHION-ІНДУСТРІЯ – ФАКТОРИ ФОРМУВАННЯ МОДНИХ ТРЕНДІВ

Вступ. Fashion-індустрія – це певний сектор економіки, що включає в себе виробництво і збут товарів та пов'язані з ними сектори. До середини ХХ століття індустрія моди мала 4 сезони на рік – осінь, зима, весна та літо. Дизайнери працювали за багато місяців наперед, щоб спланувати кожен сезон, методично відпрацьовуючи стилі й конструкції моделей, які, на їхню думку будуть потрібні клієнтам. Етап інтенсивного розвитку масового виробництва, жорстка конкуренція та швидка зміна моди призвели до необхідності аналізу і передбачення розвитку моди, як необхідного етапу для ефективного та успішного ведення бізнесу.

Метою даної роботи є дослідження значимості моди для сфери проектування і виготовлення одягу та визначення факторів формування модних трендів.

Об'єктом дослідження є процеси розвитку моди.

Предметом дослідження є фактори впливу на зміну модних тенденцій.

Результати дослідження. Дизайнер, основним змістом діяльності якого являється створення культурних образів, які можуть і повинні стати модними, повинен мати достатньо знань щодо такого явища як мода, її основних закономірностей мінливості та методів прогнозування тенденцій.

Вивчати моду, як феномен людської культури почали ще в кінці ХVІІІ ст., трактуючи її як естетичне явище, пов'язане перш за все зі зміною естетичного ідеалу й смаку в галузі мистецтва та в костюмі. Дослідники моди ХІХ і ХХ століть стали розглядати її як соціальний та психологічний феномен. Звідси визначення: мода – це одна з форм масової поведінки в сучасному суспільстві, це особливий спосіб та міра обробки соціальної інформації, це тип реагування, властивий значній кількості людей [1,2].

Структура моди складається з наступних елементів: модні стандарти, модні об'єкти, модні значення або цінності моди, модна поведінка учасників моди. Моді властиві такі функції: інноваційна, регулятивна, психологічна, соціальна, функція престижності, комунікативна, економічна та естетична [3].

До 60-х років минулого століття мода носила елітарний характер. Мода створювалась в елітних соціальних групах для підкреслення своєї відмінності від простих людей. Прагнучи наслідувати еліту, середні і нижчі класи поступово переймали модні новинки. Коли мода пробиралась до низів, вона втрачала новизну, ставала масовою і вульгарною. Щоб не втратити дистанцію, еліта була змушена знову придумувала щось нове та оригінальне [4].

Початок 70-х років ХХ ст. дав могутній поштовх розвитку індустрії модного одягу. Fashion-індустрія виходить за межі Франції, як єдиного законодавця моди. Активне становлення і розвиток промисловості призвів до того, що в Італії, в США та й самій Франції з'являються нові бренди і торгові марки модного одягу, які визначають тенденції розвитку силуету, асортименту, колориту та інших характеристик модного одягу масового вжитку. Єдиної моди більше не існує, вона поділяється на окремі напрями, стилі, прив'язується до потреб різних груп споживачів і можливостей окремих сфер діяльності текстильної і швейної промисловості [5].

У 80-90 ті роки складається новий тип сприйняття культури – намітився розворот до феномену публіки, до того як різні групи і індивіди споживають культурні артефакти. З'явилося поняття тренд сезону – напрям, в якому розвиваються тенденції, головна фішка цього напрямку. ХХІ століття – це період швидкої моди. За останні десятиріччя мода стала

полістилічною, супер-масовою, децентралізованою. Одночасне зростання масовості модної поведінки і полістилічність дозволяють розвиватись феномену індивідуальності окремого споживача - носія моди [4].

Мода – це сфера емоційного життя, куди входять і переживання, пов'язані з дотриманням соціальних норм. Причому, чим сильніша емоція, тим менший термін предмет являється модним. Класичні речі, навпаки мають приглушену емоційність, тому термін їх модності більший. Емоційний фактор сприяє й циклічності моди. Повернення моди до попередніх ідеалів – це повернення групи споживачів до колишніх запитів на певні переживання: у людей виникає бажання пережити попередні приємні емоції, але вже в оновленому більш свіжому вигляді [6].

Хто ж досліджує моду, встановлює тренди? Існують цілі агентства, які займаються прогнозуванням трендів. Вони випускають спеціальні тренд-буки (каталоги з колекцією різноманітних зображень більше ніж у 100 сторінок), в яких зібрано все - від образів, джерел натхнення і до тканин, кольорових палітр. Прогнози можуть бути короткочасними – на 1-2 роки і довгочасними – до 5 років. Модні тенденції прогнозують trend forecasters - спеціалізовані тренд-бюро, у яких зайняті соціологи, антропологи, маркетологи та ін. Тренди створюються на аналізі поведінки самих споживачів.

Співробітники тренд-бюро слідкують за діями покупців в бутиках, їх коментарями і постами в соцмережах. Аналіз цих дій дозволяє дизайнерам краще зрозуміти потреби споживачів. Деякі будинки моди заказують таким агенціям закриту аналітику щодо глобальних тенденцій, які поширюються не лише на моду а й на дизайн в цілому. Декілька разів на рік відбуваються світові виставки тканин та фурнітури на яких роблять замовлення відомі дизайнери та бренди мас-маркету. Володіння такою інформацією дає можливість передбачити той чи інший модний тренд [4, 6].

Висновок. На моду впливають економічні, соціальні і психологічні фактори. Мода являється соціальним феноменом. Головне призначення модних речей – задовольняти естетичні потреби і сигналізувати про соціальний статус їх власника. Моду можна розглядати як форму конкуренції виробників товарів; успішним є той виробник, товар якого є модним. Щоб бути в «тонусі», дизайнери повинні слідкувати за модою, уміти аналізувати модні тенденції та вчитися виділяти фактори і прогнозувати тренди.

Література

1. Колосніченко М.В., Процик К.Л. Мода і одяг. Основи проектування та виробництва одягу.: Навчальний посібник. - К.: КНУТД, 2011. - 238 с.: - Бібліогр.: 227 с.
2. Композиция костюма: Учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений / Г.М. Гусейнов, В.В. Ермилова, Д.Ю. Ермилова и др. – М.: Издательский центр «Академия», 2003. -432 с.
3. Ермилова В.В., Ермилова Д.Ю. Моделирование и художественное оформление одежды. Учеб. пособие для студ. учреждений сред. проф. образования. – М.: Издательский центр «Академия»; Высшая школа. 2000. – 184 с.
4. Ильясова С.Ф. Мода как форма группового поведения / журнал «Социальные исследования» 1 (2016)С. 31-41. – Режим доступу <https://cyberleninka.ru/article/n/moda-kak-forma-gruppovogo-povedeniya-1>
5. Чупріна Н.В. Критерії формування модних тенденцій та проектних образів масового вжитку в індустрії моди / журнал «Мистецтвознавчі записки». – 2017. – Вип. 31. – С. 251-260. – Режим доступу file:///C:/Users/first/Downloads/Mz_2017_31_29.pdf
6. Чупріна Н.В. Значення та функції моди при проектуванні та промислового виробництві одягу / Вісник Хмельницького національного університету № 5(2005). С. 150- 155. Режим доступу https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/9003/1/20180326_311.pdf



МУКАЧІВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

89600, м. Мукачево, вул. Ужгородська, 26

тел./факс +380-3131-21109

Веб-сайт університету: www.msu.edu.ua

E-mail: info@msu.edu.ua, pr@mail.msu.edu.ua

Веб-сайт Інституційного репозитарію Наукової бібліотеки МДУ: <http://dspace.msu.edu.ua:8080>

Веб-сайт Наукової бібліотеки МДУ: <http://msu.edu.ua/library/>