

УДК 687.3

ТЕТЯНА ПОПОВА, ГАЛИНА ГРИЦЕНКО-МИГАЛЬ

Навчально – науковий інститут «Українська інженерно-педагогічна академія» ХНУ ім. В.Н. Каразіна, м. Харків

## КОНЦЕПЦІЯ УСПІХУ ДІЯЛЬНОСТІ ДИЗАЙНЕРА МАЙКЛА КОРСА

**Мета.** Висвітлення творчості дизайнера світової індустрії моди Майкла Корса, впровадження його ідей в Українську моду, розгляд принципів поєднання одягу та аксесуарів для подальшого розвитку та розширення візуального контенту в колекціях одягу.

**Ключові слова:** бренди, дизайнери, аксесуари, одяг, Майкл Корс, світова індустрія моди.

**Постановка завдання.** Вивчення напрямку відомого бренду МК «Майкла Корса» дизайнера, який вже у молодому віці створив свій бренд світового рівня середнього сегменту є актуальним і корисним для молодих дизайнерів, оскільки в колекціях одягу зачитується індивідуальний стиль і своєрідність творчого задуму. Колекції одягу бренду МК «Майкла Корса» розробляються для звичайних жінок, які працюють, навчаються, виховують дітей, але хочуть бути неперевершеними, індивідуальними, елегантними [1]. Розроблені колекції пропонуються дизайнером також для подальшого розширення на ринку України.

**Методи досліджень.** Для виконання наставленого завдання використано візуально-аналітичний метод та морфологічний аналіз.

**Результати досліджень.** Дизайнери з 80-х років минулого століття створювали колекції одягу Високої моди. Але поступово на основі досвіду багатьох років в індустрії моди від одних тенденцій до інших, вивчаючи потреби людей, почали з'являтися більш адаптовані колекції до середнього сегменту. Так, дизайнер Майкл Корс досягнув успіху завдяки стратегічному підходу до дизайну та маркетингу свого бренду і розробив кілька ключових аспектів в його бізнес-стратегії, серед яких:

- Інтеграція одягу та аксесуарів. Корс вміло поєднував одяг та аксесуари, створюючи цілісні образи (рис.1). Це дозволяло споживачам легко комбінувати продукти, що підвищувало середній чек покупок [2];
- Орієнтація на масового споживача. Бренд позиціонувався як "люксовий" за доступною ціною. Це приваблювало широку аудиторію,

включаючи покупців, які прагнули до «статусу», але не могли дозволити собі ексклюзивні бренди.

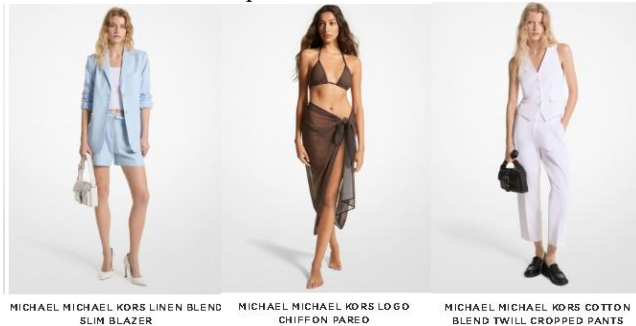


Рис.1 Стилеві образи Майкла Корса

- Сильний брендинг. Майкл Корс активно працював над формуванням впізнаваності бренду. Логотип та дизайн продукції стали символами стилю та статусу, що сприяло зростанню популярності.
- Міжнародна експансія. Бренд швидко розширювався на міжнародні ринки, що допомогло збільшити базу клієнтів та прибутки. Корс акцентував увагу на адаптації продукції до місцевих смаків.
- Використання соціальних медіа. Корс активно використовував соціальні мережі для просування своїх колекцій. Це дозволяло йому безпосередньо взаємодіяти з молодого аудиторією та отримувати зворотний зв'язок.
- Інноваційні колекції. Корс часто впроваджував нові тенденції, такі як спортивний шик або мінімалізм, що дозволяло йому залишатися актуальним у швидкоплинному світі моди [3].

Стратегія ведення бізнесу Майклом Корсом стала прикладом для нинішніх світових брендів, зокрема, українських: RUSLAN BAGINSKIY, Sleeper, Ksenia Schnaider, Norba, One By One, Usual, Rikky Hype [4].

**Висновок.** Успіх Майкла Корса можна пояснити його стратегічним підходом до дизайну та маркетингу. Завдяки інтеграції одягу та аксесуарів, орієнтації на масового споживача, сильному брендингу, міжнародній експансії, активному використанню соціальних медіа та інноваційним колекціям, бренд досяг значних висот у світі моди.

### Література

1. Vogue UA. URL: <https://vogue.ua/tags/michael-kors-112.html>
2. Жіноча одяг, Michael Kors. URL: <https://michaelkors.kiev.ua/women.html>
3. Rechi.ua. URL: <https://www.rechi.ua/uk/info/michael-kors-history-of-success>
4. ELLE. URL: <https://elle.ua/ru/moda/garderob/novie-kollekcii-ot-ukrainskih-brendov-zima-2024/>