**Всеукраїнський інтерактивний конкурс «МАН-Юніор Дослідник» (Еколог)**

**Територіальне відділення МАН України Коцюбинської селищної громади**

**Тези творчої роботи: «Планета в небезпеці, бо ти занадто модний».**

**Автор:** Стогова Ольга Олексіївна, учениця 7-В класу Закладу загальної середньої освіти І-ІІІ ступенів Коцюбинської селищної ради Київської області

**Керівник:** Мельник Валентина Петрівна, вчитель біології Закладу загальної середньої освіти І-ІІІ ступенів Коцюбинської селищної ради Київської області

***Мета:***

* вивчення потенційної небезпеки для людства, викликаної надмірним виробництвом та придбанням одягу;
* актуалізація теми «свідомого споживання», сортування сміття;
* усвідомлення важливості ролі кожного у впливі на виробництво одягу у світі.

 Для досягнення поставленої мети виконані конкретні ***завдання:***

* проаналізувати попит на текстильні вироби конкретних виробників і реалізаторів одягу,
* запропонувати шляхи вирішення потенційних екологічних проблем.

 ***Об’єкт дослідження:*** торгівельні точки продажу брендових марок Zara, Hand M, Cotton, DeFacto, LC Waikiki.

***Предмет дослідження:*** статистичні дані опитування учнівської молоді смт Коцюбинське щодо попиту на продуцію, представлену індустрією «Fast Fasion».

***Актуальність*** дослідження зумовлена усвідомленням небезпеки, що створює бізнес модель Fast Fasion, необхідністю популяризації теми серед учнівської молоді селища Коцюбинське.

 Майже усе, що ми купуємо в магазинах одягу, спричинює викиди шкідливих газів або на етапі виробництва, або під час транспортування.

 Приміром, на виробництво одягу припадає близько 3% світових викидів СО2, переважно через використання енергії у виробництві.

 Мода, яка швидко змінюється, і невисока якість речей сприяє тому, що ми швидко викидаємо і купуємо нові. В свою чергу міжнародна експансія магазинів швидкої моди посилює проблему в глобальному масштабі.

 Fast fashion фокусується на швидкості та низьких витратах, щоби знову і знову презентувати нові колекції, копіюючи образи знаменитостей чи нішевих брендів. Виробляючи дешево і багато, мас-маркет робить одяг «одноразовим».

 Ми дослідили проблему, зробивши анкетування та опрацювавши отримані дані у сервісі ArcGis, на продукти якого містяться посилання у презентації творчої роботи.

 За допомогою одного з інструментів платформи «Story Maps» було створену карту ТРЦ «Лавіна», з координатами магазинів одягу досліджуваних марок і інформацією про них, а також відмічено ці самі точки на мапі м. Києва.

 За допомогою інструмента «Dashboard» було опрацьовано дані анкетування серед учнівської молоді та педагогів і батьків, створено діаграми і таблиці на основі отриманих даних.

 Отже, згідно нашого дослідження, стає цілком зрозуміло, що бізнес модель «фаст-фешн» маніпулює споживачами, адже мода і невисока якість речей сприяє тому, що ми швидко викидаємо одяг і купуємо новий.

 Проте популярні бренди, яскраві представники швидкої моди – наголошують на тому, що проблема їм відома і пропонують різноманітні псевдоекологічні проекти, пов’язані з переробкою одягу.

Отримана і опрацьована інформація дала нам змогу осмислити масштаби екологічної проблеми та зробити кілька простих рекомендацій для споживачів.