https://doi.org/10.53230/tgm.1310-912x.2026.0004.02

УСТОЙЧИВИ СЕГМЕНТИ, ПРИЛОЖИМИ В БИЗНЕС РЕАЛИЗИРАНЕТО НА МОДНИТЕ МАРКИ

Теодора Тодорова Спасова
Национална художествена академия, София, България

SUSTAINABLE SEGMENTS APPLICABLE TO THE BUSINESS IMPLEMENTATION OF FASHION BRANDS

Teodora Todorova Spasova
National Academy of Art, Sofia, Bulgaria
t.spasova@nha.bg

Abstract:
The fashion industry is characterized by high dynamics, short product cycles, overproduction and overconsumption, which raise significant questions concerning resource efficiency and the sustainability of business models. Sustainable fashion involves the use of organic and recycled materials, extension of product life, waste reduction, circular economy principles and greater transparency along the value chain. Within this context, the aim of the study is to systematize sustainable segments and practically applicable approaches for the business realization of small and medium-sized fashion brands.
Methodology
The study is analytical and conceptual rather than a conventional laboratory experiment. It is based on a review and systematization of sources concerning sustainable fashion, resource management, certification systems and emerging requirements for product traceability. Business strategies such as made to order, bespoke and made to measure production, optimal material utilization, zero-waste solutions, responsible consumption and positioning beyond short-term trends were analyzed. Repair and reuse practices, including the boro technique, were also considered, together with standards and certification schemes relevant to sustainable production. Practical design applications described in the report were used as illustrative examples of how sustainability principles can be incorporated into contemporary fashion products.
Results
The analysis indicates that sustainability can be integrated into a fashion brand's business model through several interconnected segments. Made-to-order production reduces the risk of excess inventory and limits the financial and material resources locked into unsold products. More efficient cutting and the use of residual textile materials support zero-waste practices. Products designed independently of short-lived trends can be directed toward niche and avant-garde markets, where added value is created through design, quality, narrative and cultural meaning. The boro technique demonstrates how repair, reuse and the visible joining of textile fragments can become both a sustainable process and an aesthetic characteristic of contemporary clothing. The report also identifies certification schemes such as OEKO-TEX, GOTS, OCS, GRS, RCS, Bluesign, EU Ecolabel, BCI and RDS, as well as relevant ISO standards, as instruments for supporting documented sustainability practices. Digital Product Passport is identified as an additional mechanism for product transparency, potentially providing information on composition, origin, production, recyclability, repair and environmental footprint.
Sustainability should not be considered only as a choice of material but as an integrated organization of the product and business process. For small and medium-sized brands, combining production on demand, resource efficiency, long-lasting design and transparency can reduce operational risks while establishing a clear market position. In such a model, ethical, cultural, informational and product narratives contribute to communication with consumers and to the perceived value of the product. Certification, standards and digital traceability can strengthen trust, but their effectiveness depends on their actual integration into production and management practices. The identified segments therefore have both environmental and business relevance and can be adapted according to the scale, identity and market orientation of a fashion brand.
Sustainable segments for the business realization of fashion brands can be developed around made-to-order production, efficient resource use, zero-waste practices, long-lasting and niche products, repair and reuse, and increased transparency through standards, certification and Digital Product Passport. These approaches connect environmental and economic objectives and provide a practical basis for the more sustainable development of fashion brands.

Keywords: *sustainable fashion; zero waste; circular economy; fashion brands; digital product passport*

Увод

Докладът систематизира устойчиви сегменти, приложими в бизнес реализирането на малки и средни модни марки. Изследването е аналитично и концептуално и разглежда взаимовръзките между организацията на производството, използването на материалните ресурси, дълготрайността на дизайна и прозрачността на продуктовата информация. Обособени са четири основни стратегически направления: производство по поръчка; изграждане на етично и културно послание; оптимално използване на ресурсите и ограничаване на отпадъка; отговорно потребление и позициониране извън краткосрочните тенденции. Анализът включва практиките made to order, bespoke и made to measure, оптимизацията на разкроя, повторната употреба на текстил и техниката boro. Сертификационните системи, ISO стандартите и цифровият продуктов паспорт са представени като различни по обхват инструменти за документиране, управление и проследимост. Концептуалният резултат е модел на взаимно допълване между производствени, естетически и информационни решения. Изводите очертават възможности за ограничаване на оперативния риск и за създаване на разпознаваемо пазарно позициониране, без да претендират за количествено доказана икономическа или екологична ефективност.

Модната индустрия се характеризира с напрежение между стремежа към новост и необходимостта от дълготрайност. В предоставената концептуална рамка динамиката на модата е свързана с кратки продуктови цикли, комерсиални тенденции, свръхпроизводство и свръхпотребление. Срещу тази логика е поставена ориентацията към трайно използване на изделията, авторски дизайн, ресурсна ефективност и отговорно потребление. Следователно устойчивостта не се разглежда единствено като свойство на текстилната суровина, а като отношение между продукт, производство, потребител и бизнес организация За малките и средните модни марки съществен е въпросът как тази ориентация може да бъде преведена в практически решения. Производството на ограничени количества, работата по конкретна заявка, използването на остатъчни материали и развитието на дълготраен продуктов език са различни подходи към един общ проблем: създаване на стойност без механично увеличаване на количеството произведени изделия. В рамките на изследването терминът „устойчиви сегменти“ означава именно взаимосвързани области на приложение, а не отделни, самодостатъчни категории „устойчиви“ продукти.

Целта на доклада е да систематизира тези сегменти и да изясни тяхната приложимост в бизнес реализирането на модните марки. Обект на анализа е организацията на модния продукт в контекста на устойчивото развитие. Предмет са връзките между производствената стратегия, материалния ресурс, естетическата идентичност и доказуемостта на заявените характеристики. Основният изследователски въпрос е как съчетаването на тези направления може да подкрепи по-разумно производство и по-ясно пазарно позициониране.

Първият резултат от систематизацията е разграничаването на две логики на модно развитие, представени във фиг. 1. Едната се основава на новостта, тенденциите и комерсиалната актуалност. Другата извежда на преден план дълготрайността, артизаналния продукт и нишовото позициониране. Използваният в презентацията термин „А-тенденции“ обозначава ориентация извън краткотрайната модна смяна. Той се разглежда тук като част от авторския понятиен апарат, а не като универсална класификация на модата.



Фигура 1. *Две концептуални логики на развитие на модната индустрия.*
Източник: Схема от презентацията на Теодора Спасова.

Схемата е полезна като аналитично разграничение, но не доказва, че всеки комерсиален продукт е недълготраен или че всеки нишов продукт има по-ниско въздействие върху околната среда. Нейният принос е в поставянето на въпроса за източника на стойността: дали тя произтича главно от моментната актуалност, или от качеството, личния почерк и възможността изделието да запази значение при продължителна употреба. Тази разлика насочва анализа към организацията на целия продуктов процес.

Принципите на кръговата икономика разширяват анализа отвъд момента на продажбата. Показаната в презентацията схема обвързва проектирането, производството, разпространението, потреблението, повторната употреба, ремонта, събирането и рециклирането (фиг. 2). За целите на доклада значението ѝ е, че остатъкът и износеното изделие могат да бъдат разглеждани като ресурс за следваща употреба. Това не означава автоматично затворен материален цикъл: наличието на възможна следваща операция трябва да се различава от нейното действително изпълнение.



Фигура 2. Етапи и обратни връзки в модела на кръговата икономика.
Източник: Европейски парламент: 03.05.2026 г.

Четиритестратегическинаправлениясаобобщени в табл. 1. Те се различават по своя непосредствен обект, но могат да се комбинират. Например производство по поръчка може да използва остатъчни материали и да развива разпознаваем дизайн извън сезонната смяна. Сертификацията и проследимостта имат напречна функция: те подпомагат документирането на конкретни характеристики във всяко от направленията, без да заместват самите производствени решения.

Таблица 1. Устойчиви стратегически направления и предмет на тяхното приложение.

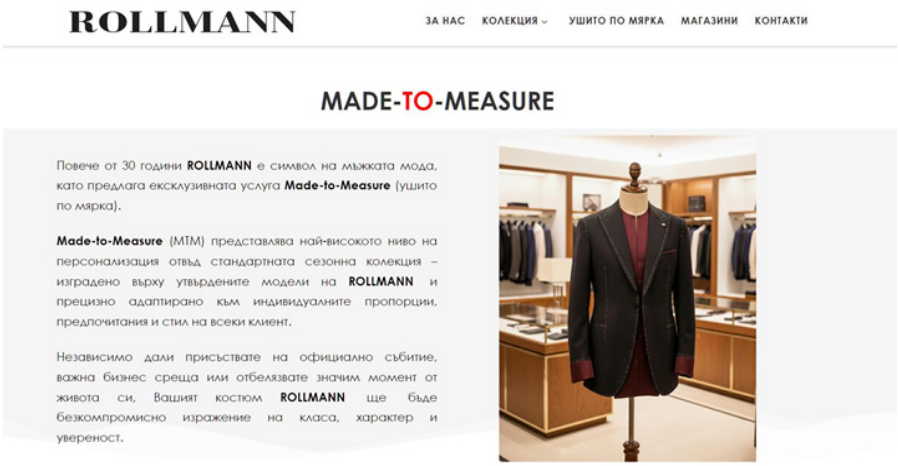
Направление	Непосредствен обект	Предполагаем бизнес механизъм
Производство по поръчка	Връзка между заявка, производство и наличности	Ограничаване на ресурса, ангажиран в непоръчана готова продукция.
Етично и културно послание	Идентичност и комуникация на дизайна	Разпознаваемост чрез история, символи и ценностно съдържание.
Ресурсна ефективност и нулев отпадък	Материал, разкрой, остатъци и повторна употреба	По-пълно използване на наличния текстил и включване на остатъчни фрагменти.
Отговорно потребление и дизайн извън тенденциите	Дълготрайна продуктова и естетическа стойност	Позициониране, което не зависи единствено от краткотрайната актуалност.

Производство по поръчка и разумна организация на наличностите

В първото направление са включени made to order, bespoke и made to measure. В презентацията тези понятия са обединени от идеята за разумно производство, при което финансовият и материалният ресурс не се ангажира предварително в излишно количество готова продукция. Общият бизнес механизъм е обвързването на производственото действие с конкретно потребителско търсене. Неговото значение за малката марка е преди всичко в ограничаването на риска от непродадени наличности.

Трите понятия не следва да се използват като напълно взаимозаменяеми. Изходният материал ги представя съвместно, но не съдържа подробна сравнителна методика за степента на индивидуализация. При показания пример ROLLMANN услугата made to measure е описана като работа върху утвърдени модели, адаптирани към индивидуалните пропорции и предпочитания на клиента. Следователно фиг. 3 илюстрира конкретна форма на персонализиране, а не универсална характеристика на всички модели на производство по поръчка.

Производството след заявка не премахва необходимостта от материали, мостри, квалифициран труд и организация на изпълнението. То променя момента и основанието за ангажиране на част от ресурса. Затова очакваната полза следва да бъде формулирана като намаляване на риска от излишни готови изделия, а не като гарантирано намаляване на всички разходи. Акцентът в презентацията върху висококвалифицирания екип показва,



Фигура 3. *Представяне на услугата made to measure на ROLLMANN.*
Източник: ROLLMANN, „Ушито по мярка“; екранно изображение, възпроизведено. Фотографът не е указан.

че този модел остава зависим от качеството на изпълнение.

Индивидуалното отношение може да подкрепи усещането за стойност и принадлежност към марката. Потребителската удовлетвореност обаче не е измерена в предоставените материали и не може да се приема като неизбежен резултат. На концептуално равнище устойчивостта на този сегмент произтича от съгласуването между заявка, производство и възможност за дълготрайна употреба, а не само от обозначението „по поръчка“.

Етично, фолклорно и културно послание

Второто стратегическо направление разглежда модния продукт като носител на послание. Презентацията обособява фолклорно, езотерично и културно направление и ги свързва с естетическите характеристики на дизайна. Като примери са представени ВЕЗБА, ИСТИНА / UCTUHA и KTZ / KOKON TO ZAI (фиг. 4). Това е авторска интерпретация на визуалната и комуникационната идентичност на марките, а не оценка на всички техни производствени практики .



а) ВЕЗБА



б) ИСТИНА / UCTUHA



в) KTZ / KOKON TO ZAI

Фигура 4*. Примери за фолклорно, езотерично и културно послание според авторската типология.*
Източник: Фрагменти от изображения на ВЕЗБА, ИСТИНА / UCTUHA и KTZ ,

При ВЕЗБА връзката с фолклорното послание се реализира чрез присъствието на българска шевица в съвременно облекло. Примерът с ИСТИНА е поставен в езотеричната категория на презентацията, а KTZ е разгледана чрез културно и информативно послание. В трите случая аналитичният фокус е върху начина, по който формата, знаците и символите изграждат разпознаваемост. Самите изображения не установяват произход на материалите, условия на труд или продължителност на употреба.

Оттук следва разграничение между комуникационна стойност и доказана устойчивост. Историята и културното съдържание могат да подкрепят отношението към изделието, но етичното послание следва да бъде съотнесено с реалната организация на производството. Така културният сегмент допълва останалите направления, вместо да ги замества. Неговата роля в бизнес реализирането е свързана



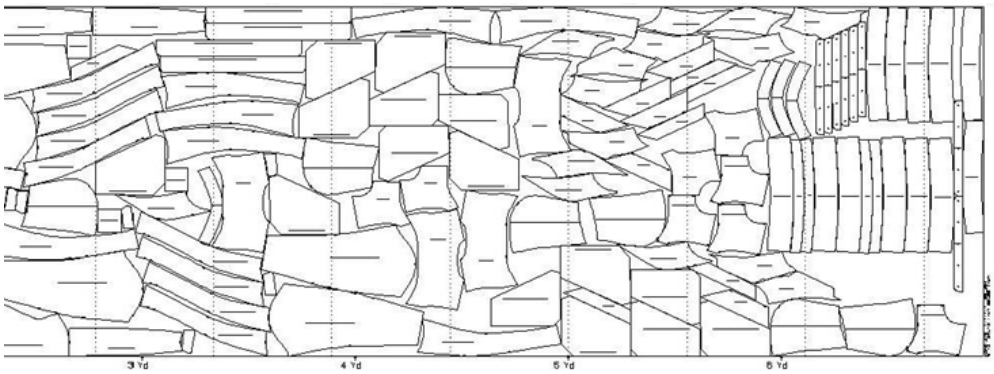
Фигура 5. *Мострена карта на текстил, представен като рециклиран от пластмасови бутилки. Източник: Предоставената презентация [1], слайд 12. Върху картата е означено Uni Textile Co., Ltd.; първичният източник на фотографията и датата не са посочени.*

с идентичност и смислово позициониране, докато екологичните и социалните характеристики изискват отделна обосновка.

Материален ресурс, оптимизация на разкроя и нулев отпадък

Третото направление обединява избор на материал, оптимизация на неговото използване и работа с остатъчни ресурси. Презентацията разглежда органични и рециклирани материи, качествено производство, ръчна работа и екологична опаковка. Показаната мострена карта на текстил, представен като произведен от рециклирани пластмасови бутилки, е пример за материален подход (фиг. 5). Тя документира наличието на такъв пример в изходния материал, но не предоставя самостоятелна проверка на съдържание, сертификат или общо екологично въздействие.

При разкроя ресурсният въпрос се отнася до разполагането на конструктивните детайли в наличната площ на плата. Показаният пример със StyleCAD визуализира икономическия принцип на оптимизирано подреждане (фиг. 6). Описанието на системата включва разполагане на кройки, сравняване на варианти и изготвяне на отчети. За разглеждания модел значението е във възможността ресурсното решение да се планира преди същинското изрязване на материала [1, слайдове 21–22; 8].



Фигура 6. *Пример за разположение на конструктивни детайли в система StyleCAD.*
Източник: Textechnika, StyleCAD; първоначална дата на позоваване в презентацията: 15.05.2026 г.

Оптимизацията на разкроя и нулевият отпадък не са идентични понятия. Плътното подреждане може да намали неизползваната площ, но само по себе си не установява пълно оползотворяване на материала. В предоставения пример липсват данни за входящото количество текстил, остатъка и последващата му употреба. Поради това фиг. 6 илюстрира подход към ресурсната ефективност, а не доказан процент на спестяване или измерен zero-waste резултат.

Втора възможност в същия сегмент е остатъчните фрагменти да бъдат включени в нова текстилна повърхност или в друго изделие. Тук ресурсната логика се свързва с дизайнерската: формата и съединяването могат да се развиват в отношение към наличния материал. Презентацията поставя тази възможност в последователност от оптимално използване на ресурсите към boro и внедряване на техниката в съвременното облекло. Това е концептуална връзка между икономия на материал и творческа интерпретация.

Дълготраен дизайн, артизанал и нишово позициониране

Четвъртото направление обединява разумното потребление и създаването на продукти извън краткосрочните тенденции. В презентацията то е назовано чрез понятията „бавна мода“, „безсезонна мода“ и „А-тенденции“. Идеята за дрехата като наследство поставя акцент върху запазването на стойността отвъд непосредствения сезон. Това е проектна и комуникационна ориентация, а не предварително измерена продължителност на употреба.

Нишовите направления avant-garde dark-wear, post-apocalyptic fashion и wabi-sabi wear са включени като възможни среди за този тип позициониране. Общото в авторската рамка е ролята на отличителния дизайн, личния почерк и артизаналната обработка. Тези характеристики могат да подкрепят разпознаваемостта на марката, но не правят автоматично изделието по-дълготрайно или производството му по-екологично. За подобни заключения са необходими данни, които не са част от настоящия корпус.

3.6. Сертификационни системи и доказване на характеристики

Сертификацията е представена като средство за прозрачност и доверие. Систематизацията на включените инструменти обаче показва различия между изпитване за вещества, доказване на материално съдържание, изисквания към производствени процеси и специализирани критерии за определени суровини. Ето защо наименованието на сертификата трябва да бъде свързано с конкретния обект и обхват, вместо да се използва като общо уверение за устойчивост на цялата марка [1, слайдове 35–40; 15–23].

Таблица 2. Разграничаване на обхвата на сертификати, маркировки и специализирани системи.

Инструмент	Основен предмет на проверка или приложение	Граница на интерпретацията
OEKO-TEX STANDARD 100	Изпитване на текстилни изделия и компоненти за вредни вещества [15].	Не е общ сертификат за всички социални и екологични въздействия на марката.
OEKO-TEX MADE IN GREEN	Проследима продуктова маркировка, свързваща изпитване за вещества с изисквания към производствени условия [16].	Не се отъждествява само със STANDARD 100.
GOTS / OCS	GOTS: преработка на органични текстилни влакна с екологични и социални критерии. OCS: органично съдържание и проследимост [17; 18].	OCS не замества обхвата на GOTS; органично съдържание и производствен процес са различни обекти.
GRS / RCS	Рециклирано съдържание и проследимост; GRS включва допълнителни социални, екологични и химични изисквания [19].	Рециклираното съдържание не доказва автоматично бъдеща рециклируемост.
bluesign / EU Ecolabel	bluesign: системен подход към химикали, ресурси и производство. EU Ecolabel: екологична маркировка с критерии за продукта [20; 21].	Различни системи; не означават „нулево въздействие“ или безусловна липса на всякакъв риск.
BCI	Подход към по-устойчиво производство на памук и свързани производствени практики [22].	Не следва да се представя като синоним на органичен памук.
RDS	Хуманно отношение към животните във веригата за пух и пера [23].	Специализиран обхват, а не обща екологична оценка на готовото изделие.

Източник: EU Ecolabel

Практическият извод от разграничението е, че доказателството следва твърдението. Информацията за органично съдържание не е равнозначна на цялостна оценка на производствените условия; проверката на рециклирано съдържание не установява автоматично възможност за бъдещо рециклиране. По сходен начин изпитването на текстил за вредни вещества не удостоверява само по себе си всички екологични и социални характеристики на предприятието. Това разграничение ограничава риска общи послания да надхвърлят действителния обхват на наличните доказателства.

Управленски стандарти и организационно приложение

ISO стандартите са разгледани в презентацията като рамки за качество, околна среда, социална

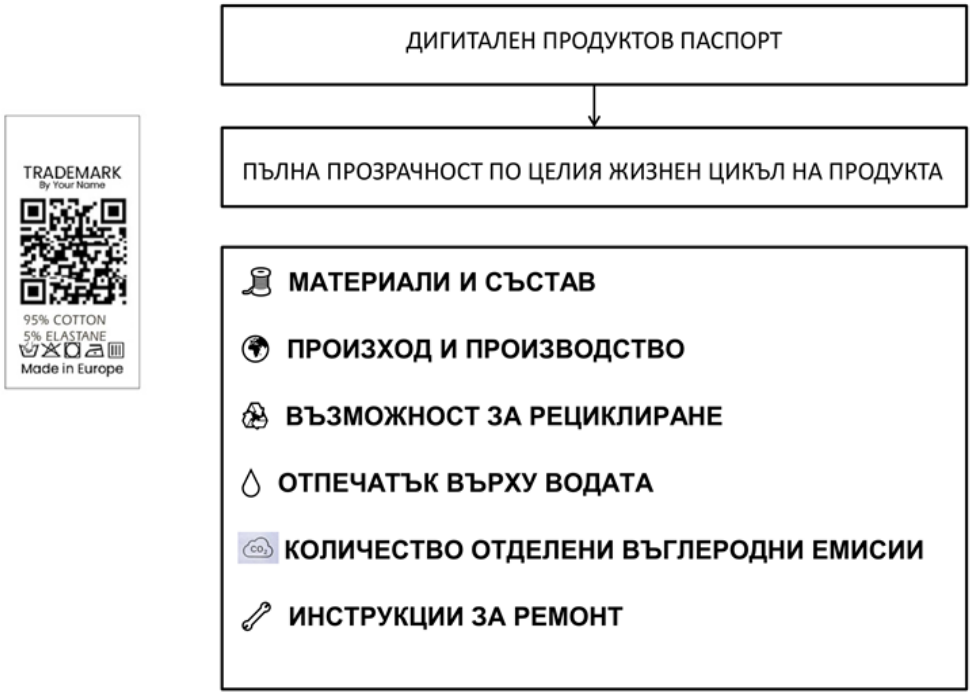
отговорност, кръгова икономика, събития, емисии, здраве и безопасност и енергийно управление. В табл. 3 е запазена връзката с тези направления, като са разграничени управленските системи, насоките и продуктовата информация. Това е функционално обобщение, а не описание на всички изисквания за съответствие

Таблица 3. Функционална роля на ISO стандартите, разгледани в презентацията.

Стандарт	**Област**	**Приложение и разграничение в доклада**
ISO 9001	Управление на качеството	Организационна рамка за качество; в презентацията е посочено издание 2015 [1, слайд 42].
ISO 14001:2026	Управление на околната среда	Система за управление; не удостоверява автоматично нисък отпечатък на всяко изделие [24].
ISO 59040:2025	Кръгова икономика	Информационен лист за кръговост на продукта (Product circularity data sheet) [26].
ISO 26000:2010	Социална отговорност	Насоки за социална отговорност; не е стандарт за сертификация [27].
ISO 20121:2024	Устойчиво управление на събития	Рамка за управление на устойчивостта при събития; не е текстилен продуктов сертификат [25].
ISO 14064	Парникови газове	Серия стандарти, свързани с количествено определяне, докладване и проверка; в презентацията не е уточнена част [1, слайд 42].
ISO 45001	Здраве и безопасност при работа	Управление на условията за труд и безопасност, а не характеристика на текстилния материал [1, слайд 42].
ISO 50001	Управление на енергията	Организация на енергийното управление; примерите с оборудване не заместват системата [1, слайд 43].

Практическите примери в презентацията включват контрол на качеството, съхраняване и повторно използване на текстилни остатъци и енергоспестяващо оборудване. Те са възможни организационни действия, но не следва да се отъждествяват с автоматично изпълнение на цял стандарт. Създаването на отдел за контрол или закупуването на машина не е само по себе си доказателство за сертифицирана система за управление. На концептуално равнище значението е в превръщането на отделната устойчива практика в последователна и документирана организация. Цифров продуктов паспорт, проследимост и отчетност.

В предоставения материал цифровият продуктов паспорт, Digital Product Passport (DPP), е поставен във връзка с екопроектирането, прозрачността и кръговата икономика. Показаната схема включва състав, произход, производство, възможности за рециклиране, воден отпечатък, въглеродни емисии и инструкции за ремонт (фиг. 12). За малката модна марка тези категории очертават области, в които продуктовата информация може да бъде събирана и организирана, вместо да остава разпокъсана между отделни документи.



Фигура 12. *Авторска схема на информационни категории в цифровия продуктов паспорт. Източник: Презентацията на Теодора Спасова, слайд 49. Илюстративна схема, а не нормативен образец или потвърден паспорт на реален продукт.*

Функцията на паспорта следва да се различава от функцията на сертификата. Паспортът организира достъпа до информация, докато конкретните данни се нуждаят от съответното основание и, когато е приложимо, от проверка. QR кодът е средство за достъп, а не самостоятелно доказателство за произход, рециклируемост или нисък отпечатък. Също така не може да се приеме, че всички категории във фиг. 12 вече представляват еднакъв задължителен набор за всяко текстилно изделие: продуктовоспецифичните изисквания се определят в рамката на ESPR [28; 29].

При нормативното разглеждане трябва да бъдат отделени стратегическите хоризонти от конкретните срокове за прилагане. Регламент (ЕС) 2024/1781 създава рамка за екопроектиране и цифрови продуктови паспорти, а конкретизацията по продуктови групи е свързана с делегирани актове. Поради това общото обозначение „2026+“ в презентацията не е достатъчно основание

за твърдение, че всяко облекло задължително трябва да има DPP от 2026 г.

Представеният в слайд 50 пример с доставчик, производител и организация за приемане на текстил е формулиран като примерно съдържание на паспорт. В настоящия доклад той не се използва като потвърждение за действителна верига на доставки, нулеви течни отпадъци или валидни сертификати на назованите предприятия. Примерът е полезен единствено като илюстрация как различни категории информация могат да бъдат свързани с конкретен продукт. Първичната лекция, посочена като негов източник, не е част от предоставения корпус [1, слайдове 47, 50; 31]. Презентацията разглежда и Целите за устойчиво развитие на ООН, както и стандартите ESRS. Връзката с устойчивите модели на производство и потребление, достойния труд, ресурсите и климата поставя модния продукт в по-широк обществен контекст. Тези цели обаче не са продуктови сертификати. ESRS са инструменти за отчетност, при които „двойната същественост“ свързва въздействията на предприятието с финансовото значение на въпросите на устойчивостта. Обхватът на задължителното отчитане не следва да се пренася автоматично върху всички малки и средни модни марки.

Авторският прогнозен анализ свързва DPP с по-голямо доверие, подкрепа за качествен дизайн и възможност за ограничаване на замърсяването. Тези ефекти са очаквания, а не отчетени резултати от внедряване. Поставените въпроси за вече произведени изделия и за пазара втора употреба следва да останат въпроси за анализ. От презентацията не произтича доказателство за забрана на вторичния пазар, нито за автоматично отпадане на всички изделия без пълна цифрова история.

Взаимно допълване на устойчивите сегменти

Основният концептуален резултат е, че устойчивостта може да бъде организирана чрез съчетание на решения с различен непосредствен ефект. Производството по заявка адресира риска от непродадени наличности. Оптимизацията на разкроя и повторната употреба адресират използването на текстила. Дълготрайният дизайн и културното послание се отнасят до идентичността и отношението към продукта. Сертификацията и проследимостта подпомагат обосноваването на конкретни характеристики. В този модел нито един елемент не е достатъчен сам по себе си.

Систематизацията позволява да се различат три свързани равнища: производствено, естетическо и информационно. Производственото равнище определя кога и как се използва ресурсът. Естетическото равнище формира отличителния характер и възможността продуктът да запази значение извън краткотрайните тенденции. Информационното равнище прави заявените характеристики проследими и разбираеми. Това тройно разграничение е аналитичен синтез на предоставените материали, а не допълнително измерен модел.

За бизнес реализирането е важно съгласуването между тези равнища. Марка, която комуникира ръчна работа и уникалност, следва да може да обясни конкретната дизайнерска и производствена намеса. Марка, която заявява оползотворяване на остатъчни материали, следва да различава действителната повторна употреба от визуалната стилизация. Марка, която представя продуктова прозрачност, следва да свърже данните с установим източник. Това са логически условия за съответствие между послание и практика, изведени от разгледаните сегменти.. Ограничения и напрежения при прилагането

Разгледаните подходи съдържат възможности, но не елиминират организационните ограничения. Производството по поръчка запазва зависимостта от квалифицирания

Нормативно уточнение към слайдове 44, 48 и 50: в Работния план за периода 2025–2030 г. текстилът/облеклото е с индикативна година 2027 за приемане на съответните мерки, а не с обща дата за задължителен паспорт през 2026 г. Регламент (ЕС) 2024/1781, чл. 4, предвижда по правило най-малко 18 месеца между влизането в сила и прилагането на делегирания акт, с предвидени изключения [29; 30]. Конкретните задължения следва да се установяват от приложимите продуктови актове; стратегическите хоризонти 2030 и 2050 не са самостоятелни срокове за всеки продукт.

екип. Артизаналната работа е част от процеса на създаване на стойност, а не доказателство за нисък разход. Нишовото позициониране обяснява определена продуктова идентичност, но не установява размера на търсенето. Проследимостта може да представя налични данни, но не създава със задна дата информация, която никога не е била документирана.

Научното разграничение между намерение, практика и резултат е особено важно. „Рециклиран материал“, „ремонтируем продукт“, „нулев отпадък“ и „дълготраен дизайн“ обозначават различни характеристики. Те не могат да се заместват една друга и не позволяват извеждане на обща оценка само от изображение или наименование. В настоящия доклад визуалните примери поддържат анализа на форма и концепция, а документалните източници уточняват обхвата на инструментите. Количествените икономически и екологични резултати остават извън доказателствените възможности на корпуса.

Ограничение е и вторичният характер на част от библиографската и визуалната информация. Някои първични уебстраници от презентацията не са достъпни при проверката, а фотографи и дати на заснемане не са посочени. В тези случаи е запазена проследимостта към съответния слайд и към адреса, указан в него, без да се дописват липсващи авторски данни. Посочената в презентацията книжна литература не е представена като пряко прегледана в настоящото изследване.

Следваща изследователска стъпка би била съпоставката между концептуално заявените механизми и данни от реално производство. За производство по поръчка това би означавало проследяване на готовите наличности и действителното им реализиране. За ресурсните решения би било необходимо документиране на вложения материал, остатъците и последващото им използване. За дълготрайния дизайн би следвало да се изследват реална употреба, ремонт и запазване на продукта. Това са предложения за бъдеща проверка, а не дейности, извършени в настоящия доклад.

При цифровата проследимост изследователският въпрос е доколко наличната информация позволява надеждно свързване на материал, производствен процес и изделие. Отделно следва да се оценява разликата между съществуването на цифров запис и неговата пълнота, точност и използваемост. Подобно разграничение би позволило очакваното доверие да бъде анализирано като резултат, вместо да се приема предварително за гарантирано.

Заключение

Систематизацията очертава четири устойчиви стратегически направления за бизнес реализиране на модните марки: производство по поръчка, етично и културно послание, оптимално използване на ресурсите и отговорно потребление чрез продукти извън краткосрочните тенденции. Техниките за ремонт и повторна употреба, включително boro, свързват ресурсната логика с естетическите качества на облеклото.

Сертификатите, ISO стандартите и цифровият продуктов паспорт допълват модела чрез доказване на конкретни характеристики, организационно управление и проследимост. Те имат различни функции и не представляват взаимозаменяеми удостоверения за цялостна устойчивост. Практическата им стойност зависи от връзката с действителните материали, процеси и данни. Поради това устойчивият подход следва да бъде разглеждан като организация на продуктовия и бизнес процес, а не единствено като материален избор или комуникационно послание.

Докладът установява концептуални връзки и условия за приложение, но не доказва количествено намаляване на разходи, отпадъци или емисии. Неговият принос е в подреждането на взаимно допълващи се производствени, естетически и информационни решения. За малките и средните модни марки това очертава основа за по-разумно използване на ресурсите, последователна идентичност и по-добре обоснована прозрачност, които следва да бъдат проверявани чрез конкретната практика на всяко предприятие.

Използвани източници

Номерата в квадратни скоби препращат към списъка по-долу. При изображенията е посочен и слайдът на непосредствения източник. „Вторично позоваване“ означава, че данните за първоизточника са взети от презентацията, без да се представят като независимо установено авторство.

[1] Spasova, T. (2026). Ustoychivi segmenti, prilozhimi v biznes realiziraneto na modnite marki. Prezentatsiya, 54 slayda. FNTS po TOK, seminar № 02/3 „Ustoychivost i digitalizatsiya pri proektirane na tekstilni izdeliya“, 04.06.2026 g., Sofiya. Predostaven ot avtora PDF.

[2] Spasova, T. (b.g.). Ustoychivi segmenti, prilozhimi v biznes realiziraneto na modnite marki. Rezyume na doklad. Natsionalna hudozhestvena akademiya, Sofiya. Predostaven fayl BG_Abstract_Teodora_Spasova.docx, 2 s.

[3] Evropeyski parlament. Kragovata ikonomika: kakvo predstavlyava tya i zashto e vazhna. Infografika, vazproizvedena v [1], slayd 11. Adres i data 03.09.2020 g., posocheni v prezentatsiyata; vtorichno pozovavane.
https://www.europarl.europa.eu/news/bg/headlines/economy/20151201STO05603/krghovata-ikonomika-kakvo-predstavliava-tia-i-zashcho-e-vazhna

[4] ROLLMANN. Ushito po myarka / Made-to-Measure. Ofitsialna produktova usluga. Poseten na 13.09.2026 g. Izobrazhenieto e vazproizvedeno ot [1], slayd 16.
https://rollmann.bg/ушито-по-мярка/

[5] VEZBA. Ofitsialen uebsayt. Damsko obleklo s balgarska shevitsa. Poseten na 13.09.2026 g. Vizualniyat material e ot [1], slayd 18.
https://vezba.bg/

[6] ISTINA / UCTUHA. Ofitsialen uebsayt, posochen v [1], slayd 19. Vtorichno pozovavane po prezentatsiyata; parvichnata stranitsa ne e nezavisimo pregledana.
https://uctuha.com/

[7] KTZ / KOKON TO ZAI. Ofitsialen uebsayt. Poseten na 13.09.2026 g. Vizualniyat material e ot [1], slayd 20.
https://kokontozai.shop/

[8] Textechnika. StyleCAD: Pattern Design, Grading & Marking System. Informatsiya za sistema za konstruirane, gradirane i markeri. Poseten na 13.09.2026 g. Izobrazhenieto i parvonachalnata data 15.08.2019 g. sa ot [1], slayd 22.
https://www.textechnika.com/CAD/StyleCAD/bg.php

[9] Tombo. Japanese textiles. Iztochnik na izobrazhenieto „Rolki boro tekstil“, ukazan v [1], slayd 25. Vtorichno pozovavane; avtor na fotografiyata i data ne sa ukazani v predostaveniya material.
https://www.tomboco.com.au/japanese-textiles

[10] Etsy. Reserved long boro textile. Obyava № 654824073, posochena za izobrazhenieto na tekstilno pano v [1], slayd 25. Vtorichno pozovavane; prodavachat i fotografat ne sa identifitsirani v prezentatsiyata.
https://www.etsy.com/listing/654824073/reserved-long-boro-textile

[11] Design*Sponge. Three Easy Ways to Mend Fabric. Iztochnik, posochen v [1], slayd 25. Vtorichno pozovavane; adresat e zapazen ot prezentatsiyata, bez dopisvane na nepotvardeno avtorstvo.
https://www.designsponge.com/2015/05/three-easy-ways-to-mend-fabric.html

[12] Victoria and Albert Museum (2024). Make your own: Japanese “Boro” bag. Aktualizirano na 17.04.2024 g. Poseten na 13.09.2026 g. Izpolzvan za istoricheskoto utochnenie, ne kato iztochnik na izobrazheniya v doklada.
https://www.vam.ac.uk/articles/make-your-own-japanese-boro-bag

[13] Maison Margiela. Tabi / A Split-Toe Story. Iztochnik na izobrazhenie, posochen v [1], slayd 31. Adres i data 09.11.2020 g., posocheni v prezentatsiyata; vtorichno pozovavane.
https://www.maisonmargiela.com/bg/maison-margiela/women/tabi

[14] MINOÁR. Unsullied Black Blazer. Produktova

stranitsa, posochena v [1], slayd 33; v prezentatsiyata modelat e otnesen kam AW 2015. Data na pozovavane v prezentatsiyata: 17.09.2025 g. Vtorichno pozovavane za izobrazhenieto i istoricheskiya primer. https://minoar.com/product/unsullied-black-blazer/
[15] OEKO-TEX. OEKO-TEX STANDARD 100. Ofitsialno opisanie na obhvata. Poseten na 13.09.2026 g. https://www.oeko-tex.com/en/our-standards/oeko-tex-standard-100
[16] OEKO-TEX. OEKO-TEX MADE IN GREEN. Ofitsialno opisanie na produktovata markirovka i prosledimostta. Poseten na 13.09.2026 g. https://www.oeko-tex.com/en/our-standards/oeko-tex-made-in-green
[17] Global Standard. Global Organic Textile Standard (GOTS). Ofitsialno opisanie na standarta. Poseten na 13.09.2026 g. https://global-standards.org/our-standards/gots
[18] Textile Exchange. Organic Content Standard (OCS). Poseten na 13.09.2026 g. https://textileexchange.org/organic-content-standard/
[19] Textile Exchange. Recycled Claim Standard (RCS) and Global Recycled Standard (GRS). Poseten na 13.09.2026 g. https://textileexchange.org/recycled-claim-global-recycled-standard/
[20] bluesign. Ofitsialno opisanie na sistemniya podhod kam himikali, resursi i tekstilno proizvodstvo. Poseten na 13.09.2026 g. https://www.bluesign.com/
[21] EU Ecolabel. Opisanie na ekomarkirovkata, vklyucheno v Spasova [1], slayd 39. Vtorichno pozovavane. Ne sa preglezhdani produktovite kriterii ili konkreten litsenz.
[22] Better Cotton Initiative. What we do. Ofitsialno opisanie na podhoda kam proizvodstvoto na pamuk. Poseten na 13.09.2026 g. https://bettercotton.org/what-we-do/
[23] Textile Exchange. Responsible Down Standard (RDS). Poseten na 13.09.2026 g. https://textileexchange.org/responsible-down-standard/
[24] International Organization for Standardization. ISO 14001:2026. Environmental management systems: Requirements with guidance for use. Ofitsialen katalozhen zapis. Poseten na 13.09.2026 g. https://www.iso.org/standard/14001
[25] International Organization for Standardization. ISO 20121:2024. Event sustainability management systems: Requirements with guidance for use. Ofitsialen katalozhen zapis. Poseten na 13.09.2026 g. https://www.iso.org/standard/86389.html
[26] International Organization for Standardization. ISO 59040:2025. Circular economy: Product circularity data sheet. Ofitsialen katalozhen zapis. Poseten na 13.09.2026 g. https://www.iso.org/standard/82339.html
[27] International Organization for Standardization. ISO 26000: Social responsibility. Ofitsialno razyasnenie za prilozhenieto na nasokite. Poseten na 13.09.2026 g. https://www.iso.org/iso-26000-social-responsibility.html
[28] Evropeyska komisiya. Ecodesign for Sustainable Products Regulation. Ofitsialno razyasnenie na ramkata i tsifroviya produktov pasport. Poseten na 13.09.2026 g. https://environment.ec.europa.eu/strategy/circular-economy/ecodesign-sustainable-products-regulation_en
[29] Evropeyski parlament i Savet (2024). Reglament (ES) 2024/1781 ot 13 yuni 2024 g. za sazdavane na ramka za opredelyane na iziskvaniya za ekoproektirane na ustoychivi produkti. Po-spetsialno chl. 4 i glava III otnosno tsifroviya produktov pasport. Poseten na 13.09.2026 g. https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:32024R1781
[30] Evropeyska komisiya (2025). Raboten plan za ekoproektirane na ustoychivi produkti i za en-

ergiyno etiketirane za perioda 2025–2030 godina. COM(2025) 187 final, 16.04.2025 g. Poseten na 13.09.2026 g.
https://eur-lex.europa.eu/legal-content/BG/TXT/?uri=CELEX:52025DC0187
[31] Terziev, A. Lektsiya, 03.04.2026 g., Gotse Delchev. Pozovavane, vklyucheno v [1], slaydove 47 i 50. Vtorichen iztochnik po prezentatsiyata. Zaglavie i parvichen tekst na lektsiyata ne sa predostaveni.
[32] United Nations. The 17 Goals. Sustainable Development Goals. Poseten na 13.09.2026 g.
https://sdgs.un.org/goals
[33] Evropeyska komisiya. Corporate sustainability reporting. Ofitsialna informatsiya za CSRD i ESRS. Poseten na 13.09.2026 g. Za podredbata na otdelnite ESRS e izpolzvan i [1], slayd 46.
https://finance.ec.europa.eu/financial-markets/company-reporting-and-auditing/company-reporting/corporate-sustainability-reporting_en