(а) УДК 504:365:33

Гардабхадзе І.А.,
професор,
Київський Національний Університет Культури і Мистецтв, м. Київ, Україна

ОСОБЛИВОСТІ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ У СЕГМЕНТІ СУЧАСНОГО ОДЯГУ ІНДУСТРІЇ МОДИ

Анотація: Охарактеризовані особливості ролі інновацій у процесах створення сучасного одягу. Введені поняття інноваційності дизайнерських рішень та інноваційності фешн–проектів. Визначені типові об'єкти інновацій у фешн–дизайні та надана характеристика інноваційного потенціалу складових дизайн–проектів сучасного одягу. Сформульовані перспективи подальших досліджень проблем інноваційної діяльності у напрямку комплексної оцінки інновацій, управління інноваційністю та ефективністю процесів художнього проектування сучасного костюму.

Ключові слова: особливості, інновації у фешн–дизайні, фактори впливу інновацій, фешн–проекти.

Постановка проблеми. Дизайн зароджувався в тих же історичних і соціально–економічних умовах, у яких відбувалося формування цінностей і критеріїв індустріальної економіки. Тому він розвивався як вид творчої діяльності, спрямованої на гармонізацію людини з його предметним оточенням в умовах великосерійного промислового виробництва [1]. Реалії сьогодення міняють, принаймні, у сегменті модного одягу, розуміння ролі дизайну в розробці, виробництві й висновку товарів на ринок. Характерними особливостями індустрії моди XXI століття, поряд з персоналізацією, стають екологізація, прискорення споживання та тиражування потреб, що особливо помітно на фоні загострення конкуренції на ринку фешн–товарів та послуг [3, 9, 10]. Тенденції індивідуалізації та генерації особистих потреб вступають у протиріччя з масовістю із властивої їй стереотипізацією. На зміну великосерійності приходить гнучке виробництво малих серій, продукти якого усе точніше орієнтовані на попит вузьких цільових груп. Інновації в сфері обробки та утилізації інформації надали нові можливості у проектуванні, виготовленні та реалізації сучасних моделей одягу. Прискорення споживання створило сприятливі умови для зародження «швидкої моди», феномен якої зробив великий вплив на ведення фешн–бізнесу. З'явилися підприємства

нового типу, гнучкі, ефективні, незалежні від інерційності великих серій. Необхідно визначити ключ до успішної дизайнерської діяльності з урахуванням сучасних тенденцій.

В умовах зростання конкуренції та прискореного споживання діяльність фешн–дизайнера перетворюється в погоню за інноваціями. Рішення актуальних проблем дизайну костюма усе більш опирається на ланцюжок інновацій, що охоплюють всі стадії проектування, виробництва й просування на ринок виробів сучасного одягу. Аналіз ролі інновацій у дизайн–проектуванні становіть одну з актуальних проблем теорії та практики художнього проектування одягу, якої присвячена тема даного дослідження.

Вивчення особливостей ролі інновацій у фешн–дизайні є актуальною проблемою, що має значний вплив на управління якістю створення моделей. Ідентифікація факторів впливу інновацій на процеси створення виробів сучасного одягу сприяє розвитку теорії та практики художнього проектування костюма та відповідає пріоритетним напрямкам досліджень, визначених кабінетом міністрів України [19].

Аналіз останніх досліджень. Проблема ідентифікації факторів впливу інновацій на результати діяльності актуальна для усіх сфер [12, 14, 16, 20–23]. У публікаціях останніх років присутні результати аналізу ролі інновацій у теорії та практиці художнього проектування одягу [2, 3, 5, 8, 9, 15]. Дискусіям о ролі інновацій в управлінні якістю та ефективністю процесів присвячені не тільки окремі дослідження, але й наукові журнали, конференції, симпозіуми, суспільні проекти, форуми [13, 15, 25]**.**

Визначення ролі інновацій у дизайнерської діяльності можна віднести до кола проблем оцінки ефективності та управління якістю дизайнів–проектів. По аналогії з методами вдосконалювання узагальнених алгоритмів управління процесами [2, 4, 6, 8, 11], для визначення ролі інновацій у дизайні сучасного одягу та факторів їхнього впливу на результати проектування потрібна галузева деталізація з урахуванням специфіки об’єкта оцінки.

Незважаючи на широке охоплення напрямків і активності досліджень феномена інновацій, питання їхнього впливу на результати дизайнерської

діяльності в цей час не вивчені. В сегменті сучасного одягу відсутні матеріали досліджень факторів впливу інновацій на результати дизайн–проектів, нема повідомлень щодо результатів аналізу особливостей ролі інновацій у фешн–дизайні.

Існуючі методики оцінки моделей колекцій сучасного одягу опираються на комплекс художньо–естетичних, утилітарних і соціальних критеріїв [7, 9]. Аналіз матеріалів досліджень, присвячених управлінню інноваційними проектами [12, 13, 17, 18, 23, 24], показує, що в працях не враховується багатогранність діяльності дизайнера, у який сполучаються художньо–естетичні, аналітичні та технологічні аспекти. Саме сполучення художньо–естетичного й проектного типів мислення, що виражається в балансі експресивного й функціонально–аналітичного компонентів поводження особистості, утворить специфічну складову інноваційних процесів у дизайні. Ідентифікація факторів впливу інновацій на результати дизайн–проектів повинна проводиться з урахуванням особливостей ролі інновацій та інноваційних процесів на всіх стадіях створення й просування на ринок моделей сучасного одягу.

Метою даної роботи є аналіз особливостей ролі інновацій у процесах створення та просування на фешн–ринок виробів сучасного одягу, а також ідентифікація факторів впливу інновацій на результати дизайн–проектів.

Для реалізації поставленої мети художнє проектування сучасного одягу розглядається у ракурсі художньо–естетичних, проектно–функціональних та соціально–культурологічних критеріїв, серед яких інноваційність здобуває вирішальне значення. Для визначення інноваційного потенціалу складових художнього проектування костюму та факторів впливу інновацій на результати дизайн–проектів у сегменті сучасного одягу (які також називають фешн–проектами) були проаналізовані наступні питання**:**

- охарактеризовано особливості ролі інновацій у дизайні одягу;
- визначено основні об'єкти ланцюжка інновацій процесів фешн–ринку;
- обкреслено границі досліджень вибором відповідних процесів із сукупності напрямків діяльності індустрії моди;

– проаналізовано типи інноваційних проектів сегменту сучасного одягу індустрії моди;

– охарактеризовані інноваційні потенціали складових дизайн–проектів сучасного одягу;

– намічено перспективи використання факторів впливу інновацій та інноваційного потенціалу складових дизайн–проекту для побудови підходу до багатокомпонентної оцінки інноваційності фешн–проектів.

Викладення основного матеріалу. Особливості ролі інновацій у дизайні одягу. Розглядаючи інноваційні проекти різних напрямків діяльності, можна бачити, що роль інновацій варіюється залежно від сфери впровадження. Загальними характеристиками інновацій для широкого спектра діяльності є можливості в досягненні конкурентних переваг за рахунок розширення асортименту, надання нових функцій і властивостей, підвищення ефективності технологій і якості створення продукції й послуг. У проектах вузької спеціалізації інновації є засобом усунення протиріч і обмежень, що перешкоджають подальшому розвитку напрямку. Для технологічних напрямків інновації є інструментом поліпшення основних показників продукту діяльності, але не є самоціллю, тобто інноваційність не входить до складу ключових характеристик предмета.

У дизайні інновації грають складну роль, тому що, крім усунення суперечливих проблем, становлять сутність пошуку дизайнерських рішень. Дизайн ставиться до видів діяльності, які найбільше залежать від інновацій. Це особливо яскраво проявляється в дизайні костюма, об'єктом призначення якого є людина, а метою – формування іміджу з урахуванням особливостей особистості. Фешн–дизайн заснований на інноваціях. Інноваційних рішень костюма чекають споживачі. Від інновацій у дизайнерських рішеннях залежить свіжість сприйняття моделей, оригінальність композиційних рішень колекції, відбудування від конкурентів, реювенація дизайнерського бренда.

Можна відзначити, що в дизайнерській діяльності, як і у винахідництві, інновації із засобів досягнення заданих властивостей перетворюються в одну з основних характеристик предмета.

Під інноваційністю дизайнерських рішень сучасного одягу розуміється перелік та сумарне врахування всіх інновацій, які успішно реалізовані у дизайні моделей колекції. Інноваційність дизайн–проекту у сегменті сучасного одягу – це сукупність інновацій, які успішно впроваджені в методику проектування з урахуванням усіх етапів процесу створення сучасного одягу.

Основні об'єкти ланцюжка інновацій процесів фешн–ринку. Дизайн являє собою область діяльності, що найбільше гостро залежить від образного мислення, креативності у генерації ідей та від інновацій. Кожне з авторських добутків дизайну повинне бути інноваційним по визначенню. Дизайн одягу – це область, найбільш близька до особистісних проявів людини, що має найбільший вплив на його соціальну адаптацію й самовираження, тому інновації у ньому можуть мати художньо–естетичний, проектно–технологічний та соціально–культурологічний характер.

Як відомо, вирішення актуальних проблем дизайну костюма опирається на ланцюжок інновацій, що охоплюють всі стадії проектування, виробництва й просування на ринок виробів сучасного одягу. Проблеми впровадження інновацій виникають на всіх стадіях створення й просування моделей на фешн–ринок. Об’єкти та ланки ланцюжка інновацій локалізовані в наступних напрямках діяльності фешн–ринка:

– реструктуризація бізнесу, реорганізація форм і методів виробництва;

– теорія, практика та методика художнього проектування костюма, методи формоутворення;

– удосконалення та автоматизація конструктивних і технологічних операцій, елементи конструкції й технології швейних, трикотажних, шкіряних і хутряних виробів;

– менеджмент проектів, менеджмент якості та ефективності дизайн–проектування;

– інноваційні, екологічні вихідні матеріали й способи їх застосування;

– інформатизація бізнес–процесів, інтернет–комерція, системи віртуальної реальності присутності у груповій роботі, засоби новітніх комунікацій маркетингу, менеджменту, мерчендайзингу торговельних процесів;

– підвищення вірогідності пророкування попиту, точності та довготривалості прогнозування тенденцій моди;

– модернізація вимог до компетентності, відновлення складу типових виробничих функцій, конвергенція спеціалізацій, становлення нового покоління дизайнерів;

– діючі методи й прийоми стимулювання креативності;

– методи й способи реклами, сценарії презентацій колекцій.

Границі сфери досліджень. Область досліджень даної роботи обмежена вибором деяких напрямків діяльності індустрії моди, для яких інновації мають найбільший вплив на результати фешн–дизайну, тобто процесами проектування, виробництва й просування на ринок виробів сучасного одягу. У даній роботі обмежимося обліком компонентів, пов'язаних з художнім проектуванням та просуванням на ринок виробів сучасного одягу.

Типи інноваційних проектів сегменту сучасного одягу індустрії моди. Вимоги індустрії моди привели до поділу функцій і «зон активності» між різними категоріями проектів і виконавців – учасників фешн–ринка. Розглянемо типові проекти, які характерні для процесів створення та реалізації сучасного одягу. Для наочності аналізу скористаємося моделлю екосистеми індустрії моди, що запропонована в навчальному посібнику «Сучасний одяг: науковий підхід до вирішення проблем дизайну» [9, рис. 2.1]. Спрощений варіант моделі приведений на рис. 1. Інноваційні проекти індустрії моди можна поділити на дві категорії: проекти традиційного інвестиційного типу і проекти короткого циклу, які мають на меті створення та реалізацію сучасного одягу. Перший тип може бути підрозділений на підтипи: інноваційні проекти традиційного інвестиційно–технологічного типу, традиційного інвестиційно–інфраструктурного типу, інноваційні проекти типу реінжинірингу бізнес–процесів. Цей тип інноваційних проектів характеризується типовим сценарієм створення й комерціалізації наукомістких технологій, нових матеріалів, автоматизації проектування й виробництва. Як видно з рисунка 1, інноваційні проекти традиційного інвестиційно–технологічного типу зосереджені в первинному сегменті індустрії моди, інноваційні проекти традиційного

інвестиційно–інфраструктурного типу пов’язані з розвитком інфраструктури ринка, що забезпечує його функціонування, інноваційні проекти типу реінжинірингу бізнес–процесів спрямовані на впровадження нових засобів маркетингових комунікацій, менеджменту, мерчайданзінгу та реклами торговельного сегменту індустрії моди.

Другий тип інноваційних проектів представлений процесами створення нових моделей сучасного одягу, тобто фешн–проектами, котрі є базовими процесами функціонування вторинного сегменту індустрії моди. Інновації в дизайні сучасного костюма несуть на собі цільове навантаження, тобто є однієї з основних цілей проектування. У цьому змісті фешн–проект є особливим видом інноваційного проекту. Для проектів фешн–дизайну характерна циклічність, сезонність, малий строк від старту до комерційного ефекту, залежність від дизайнерського бренда, властивостей матеріалів і тенденцій моди.

Характеристика інноваційного потенціалу складових дизайн–проекту сучасного одягу. Оскільки інновації властиві кожній складовій оцінки дизайнів–процесів, інноваційність можна охарактеризувати тим же комплексом компонентів, які характеризують об’єкт дизайну.

Фактори впливу на ефективність творчого процесу художнього проектування костюму діляться на три групи стосовно своєї природі: художньо–естетичні, утилітарні та соціальні фактори [7].

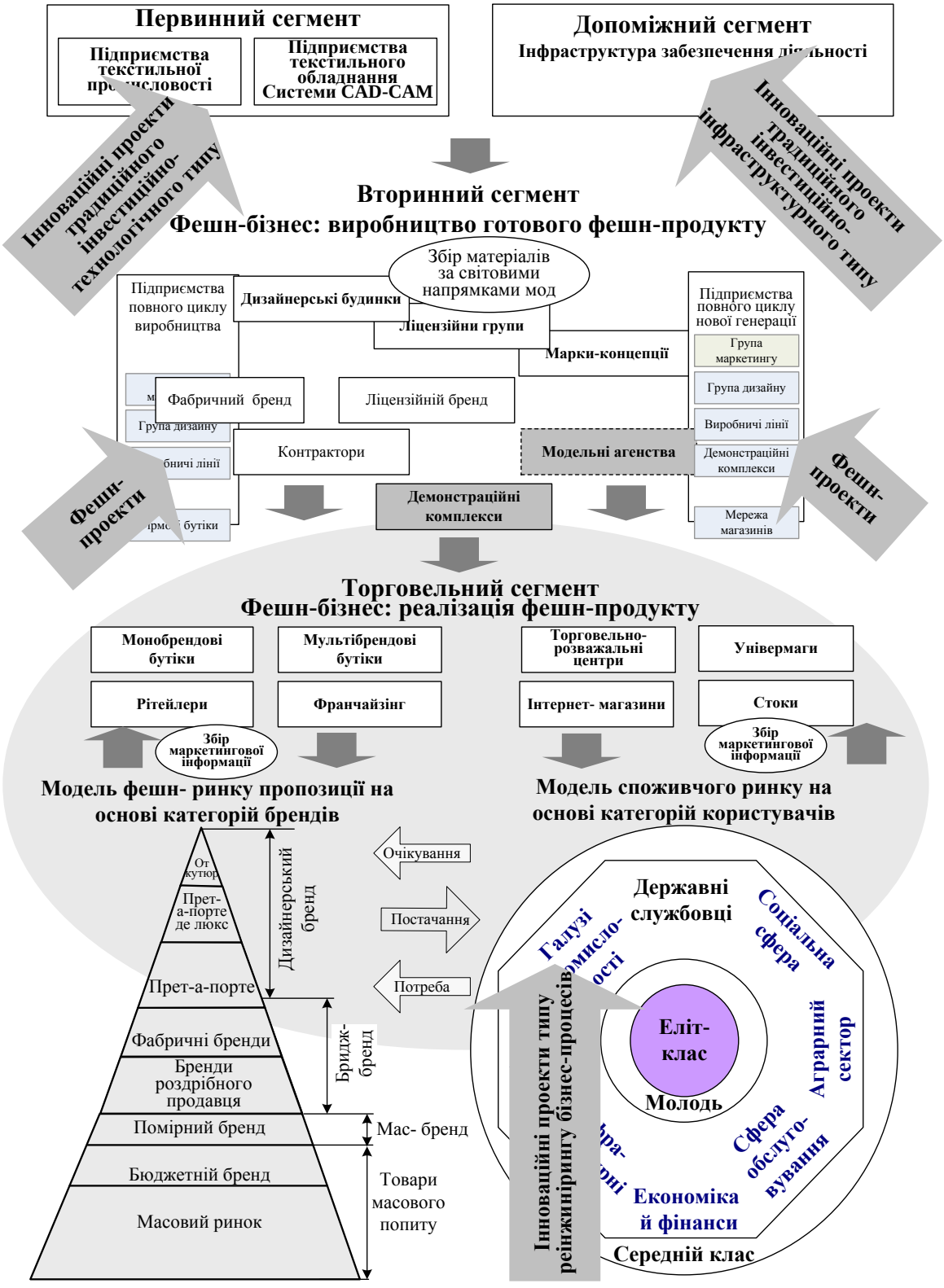

Рис. 1 Аналіз типів проектів, що характерні для процесів створення та реалізації сучасного одягу, на основі моделі екосистеми індустрії моди

Потенціал інноваційності утилітарних факторів реалізується по подобі технологічних напрямків за рахунок розширення асортименту, надання нових функцій і властивостей, підвищення технологічності і якості пошиття виробів одягу.

Інноваційність соціальних та художньо–естетичних факторів становлять специфічну складову інновацій у дизайні.

Потенціал інноваційності соціальних факторів виражається в матеріалізації у костюмі нових знакових засобів приналежності особистості до бажаного соціального рівня та появи нових символів ідентифікації членів певних соціальних груп.

Інноваційній потенціал художньо–естетичних факторів костюму ставиться до основних характеристик фешн–проекту та проявляється у досягненні оригінальності композиційних рішень, свіжості сприйняття моделей колекції, зміцнення та реювенації дизайнерського бренда..

Висновки. Ідентифікація факторів впливу інновацій на результати фешн–проектів являє собою комплексну проблему, складність якої визначається мультідисциплінарністю дизайну як об'єкта оцінки. Інноваційні проекти індустрії моди можна поділити на дві категорії – проекти традиційного інвестиційного типу і проекти короткого циклу, які мають на меті створення та реалізацію сучасного одягу – фешн–проекти.

Визначені характеристики інноваційного потенціалу трьох груп складових дизайн–проекту сучасного одягу. Потенціал інноваційності утилітарних факторів реалізується аналогічно проектам технологічних «Хай–тек» напрямків, тоді як інноваційність соціальних та художньо–естетичних факторів становлять специфічну складову інновацій у дизайні.

Практична цінність результатів роботи в тому, що ідентифікація факторів впливу інновацій на результати фешн–проектів являє собою платформу достовірної оцінки як уже реалізованих інновацій, так і інновацій, що потрібні для вдосконалювання результатів проектування.

Перспективи подальшого дослідження. У даній роботі визначені групи факторів впливу інновацій на результати фешн–пр. оектів, а також надані

характеристики їхнього інноваційного потенціалу.

Ці результати можуть бути покладені в основу підходу до комплексної оцінки інноваційності, використані у методиці управління інноваційністю процесів художнього проектування сучасного костюму, а також стати платформою алгоритмів управління ефективністю фешн–проектів.

Література

1. Быстрова Т.Ю. Современный дизайн: тенденции глобализации [Электронный ресурс] / Т.Ю. Быстрова. – режим доступа: http://taby27.ru/tvorcheskie_raboty/50/design_statji/sovremennyj–dizajn–tendencii–globalizacii.html
2. Гардабхадзе И. А. Повышение эффективности процессов создания современной одежды на основе принципов проектного управления / И. А. Гардабзадзе // Вісник Харківської державної академії дизайну і мистецтв. – 2011. – № 10. – С. 13–15.
3. Гардабхадзе І. А. Актуальні проблеми теорії і практики художнього проектування сучасного одягу / І. А. Гардабхадзе // Вісник ХДАДМ. – Х., 2012. – Вип. 13. – С. 18–24.
4. Гардабхадзе І. А. Аналіз факторів підвищення ефективності процесів створення сучасного одягу / І. А. Гардабхадзе // Вісник КНУТД. – 2009. – № 6. – С. 119–123.
5. Гардабхадзе І. А. Інноваційні методи візуалізації результатів художнього проектування одягу в індустрії моди / І. А. Гардабхадзе, М. О. Островецька // Наукові записки КНУКіМ. – К., 2012. – Вип. 13 – С. 33–41.
6. Гардабхадзе І. А. Комплексна оцінка ефективності процесу проектування одягу на основі багатокомпонентної моделі / І. А. Гардабхадзе // Вісник КНУКІМ. Серія «Мистецтвознавство». – 2009. – Вип. 20. – С. 33–43.
7. Гардабхадзе І. А. Особливості системного підходу до вирішення актуальних проблем дизайну одягу / І. А. Гардабхадзе // Вісник ХДАДМ. – Х., 2012. – Вип. 15. – С. 7–10.
8. Гардабхадзе І. А. Особливості системного підходу до проектування сучасного одягу на основі поетапного управління ефективністю процесів розробки / І. А. Гардабхадзе // Вісник КНУКіМ. Серія «Мистецтвознавство». – К., 2010. – Вип. 22. – С. 25–42.
9. Гардабхадзе І. А. Сучасний одяг: науковий підхід до вирішення проблем дизайну : Навчальний посібник з курсу «Дизайн–проектування» / І. А. Гардабхадзе. – К. : «Издательский дом Виниченко», 2013. – 275 с.
10. Гардабхадзе І. А. Сучасні тенденції у дизайні одягу та їх відображення в освітньому процесі / І. А. Гардабхадзе, Т. Ф. Кротова // Вісник КНУКіМ. Серія «Мистецтвознавство». – К., 2010. – Вип. 23. – С. 39–46.
11. Иванов В. Комментарии к ISO 21500 : Глава 3. Понятия проектного

менеджмента [электронный ресурс] / *Владимир Иванов*. – режим доступа : http://www.projectprofy.ru/articles.phtml?aid=461/. – дата доступа 10.10 2013. – заглавие с экрана.

12. Инновационность. Взгляд общества : Инетернет–проект [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.innoprod.ru/ /. – Дата доступа: 10.04.2012. – Загл. с экрана.

13. Ілляшенко Н. С. Впровадження концепцій інноваційного маркетингу в діяльність промислових підприємств / Н. С. Ілляшенко // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2010. – № 1. – С. 28–33.

14. Кузьмин А. М. Креативные и аналитические методы создания инноваций : справочник [Электронный ресурс] / А. М. Кузьмин. – Режим доступа: http://www.inventech.ru/pub/guide/. – Дата доступа: 10.04.2012. – Загл. с экрана.

15. Міжнародна науково–практична конференція «Маркетинг інновацій і інновації у маркетингу» [электронный ресурс] – режим доступа : http://km.fem.sumdu.edu.ua/kafedra–marketingu/konferentsiya–marketing–innovatsiy–i–innovatsiї–v–marketingu. – дата доступа 10.10 2013. – заглавие с экрана.

16. Методы поиска идей и создания инноваций [Электронный ресурс] // Портал «Центр креативных технологий». – Режим доступа: http://www.inventech.ru/pub/methods/. – Дата доступа: 10.04.2012. – Загл. с экрана.

17. Мутанов Г. Информационная система оценки инновационных проектов / Г. Мутанов, Г. Абдыкерова Г. – Усть–Каменогорск: ВКГТУ, 2010. – 136 с.

18. Мутанов Г.М. Метод оценки инновационности и конкуренто–способности инновационных проектов [электронный ресурс] // Г.М. Мутанов, Ж.С. Есенгалиева. – Фундаментальные исследования. – 2012. – № 3 (часть 3). – стр. 712–717. – режим доступа : URL: www.rae.ru/fs/?section=content&op=show_article&article_id=9999013 /. – дата обращения: 15.10.2013. – заглавие с экрана.

19. Постанова N 37, 20.01.1997. Про першочергові заходи щодо розвитку національної системи дизайну та ергономіки і впровадження їх досягнень у промисловому комплексі, об'єктах житлової, виробничої і соціально–культурної сфер: Діє – за станом на 10. 10. 2013 р [электронный ресурс] / Кабінет Міністрів України. Київ, 1997. – режим доступа : http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/37–97–%D0%BF /. – дата доступа: 10.10 2013. – заголовок з екрану.

20. Российские торговые марки: Наука и образование. Инновационное мышление и инновационное поведение в системе подготовки специалистов индустрии моды. Сочинский опыт [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://rustm.net/catalog/article/1702.html. – Дата доступа: 10.04.2012. – Загл. с экрана.

21. Сидоренко В. Ф. Генезис проектной культуры и эстетика дизайнерского творчества : автореф. дис. на соиск. ученой степ. д–ра искусствоведения : 17.00.06 / В. Ф. Сидоренко .– М., 1990. – 32 с.

22. Сумина О. Н. Розвиток ринку технологічних інновацій в Україні у процесі інтернаціоналізації науки і технології / О. Н. Сумина, Ю. Я. Ткачук //

Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2011. – № 2. – С. 139–144.

23. Форум «Открытые инновации»: Глобальная дискуссионная площадка [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://www.forinnovations.ru/forum/. – Дата доступа: 10.04.2013. – Загл. с экрана.

24. Хайруллин Р.А. Этапы инновационного процесса // Р.А. Хайруллин. – Фундаментальные исследования. – 2011. – № 12 (часть 4). – С. 809–813.

25. MMI. Науковий журнал «Маркетинг і менеджмент інновацій» [электронный ресурс] / кафедра маркетингу та управління інноваційною діяльністю Сумського державного університету. – режим доступа : http://mmi.fem.sumdu.edu.ua/ . – дата доступа 10.10 2013. – заглавие с экрана.

Аннотация

Гардабхадзе І. А. Особенности инновационной деятельности в сегменте современной одежды индустрии моды. *Охарактеризованы особенности роли инноваций в процессах создания современной одежды. Введены понятия инновационности дизайнерских решений и инновационности фэшн–проектов. Определены типовые объекты инноваций в фэшн–дизайне и предоставлены характеристики инновационного потенциала составных процессов дизайн–проекта современной одежды. Сформулированы перспективы дальнейших исследований проблем инновационной деятельности в направлении комплексной оценки инноваций, управления инновационностью и эффективностью процессов художественного проектирования современного костюму.*

Ключевые слова: особенности, инновации в фешн – дизайне, факторы влияния инноваций, фэшн– проекты.

Abstract

Gardabkhadze I. A. Features of innovation in the segment of modern clothing of fashion industry*. A specific role of innovations in the modern clothing design has been described. Concepts of innovative factor of design solutions and innovative factor for fashion–projects were introduced. Typical objects of innovation were defined for fashion design and specifications of innovative potential for each component of modern clothes design–project were provided.*

The prospects for future research challenges of innovation consist in the direction of an integrated assessment of innovation, in build of innovation management algorithm and in use of innovative factors of design solutions for development of a methodology of fashion–projects effectiveness management.

Keywords: Features, innovations in fashion design, impact factors of innovations, fashion–projects.