

УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНИМ ПОТЕНЦІАЛОМ У БІЗНЕСІ, ПРОЕКТНІЙ ТВОРЧОСТІ ТА ОСВІТНІХ ПРОЦЕСАХ ФЕШН-ІНДУСТРІЇ

Метою дослідження став пошук конструктивного підходу до ефективної реалізації інноваційного потенціалу процесів на етапах життєвого циклу виробів сучасного одягу ринку індустрії моди. Оскільки процес управління базується на аналізі відмінності поточного стану об'єкта управління від бажаного з послідовним впливом на параметри стану за допомогою інструментів управління, для досягнення поставленої мети був проведений аналіз факторів впливу інновацій на результати дизайн-проектів з урахуванням комплексної природи дизайну. Процес художнього проектування сучасного одягу представляється та аналізується як комплексний інноваційний проект у ракурсі художньо-естетичних, проектно-конструктивних та соціально-культурологічних критеріїв з акцентом на інноваційність. Запропонований метод комплексної оцінки інноваційного потенціалу фешн-проектів та інноваційності результатів дизайнерської діяльності, вірогідність якої заснована на всебічному аналізі новаторських ініціатив усіх складових дизайн-проекту.

У сьогоденному науково-творчому середовищі зростає інтерес до результатів досліджень ролі інновацій у дизайнерській творчості. Рішення актуальних проблем дизайну костюма усе більш опирається на ланцюжок інновацій, аналіз факторів впливу яких на процеси створення та просування на ринок виробів сучасного одягу сформувався в самостійну актуальну проблему. Рівень знань, що накопичені у сучасному суспільстві, сприяє ефективній реалізації інноваційного потенціалу високих технологій у технологічній практиці [6-8], однак для управління інноваційною діяльністю у фешн-дизайні потрібний нестандартний підхід, який відрізняється від підходу, що склався у високотехнологічних галузях. Ця проблема у сукупності із задачею достовірної оцінки результатів інноваційної діяльності становлять актуальні питання теорії та практики художнього проектування костюма.

Роль інновацій у фешн-дизайні охарактеризована з урахуванням результатів роботи [2], де описані типові об'єкти інновацій у фешн-дизайні, сформульовані поняття інноваційності дизайнерських рішень та проектів створення фешн-продуктів та надана узагальнена характеристика інноваційного потенціалу складових дизайн-проектів

сучасного одягу. На основі цих результатів викладено особливості взаємозв'язку феномена моди та інновацій у процесі пошуку дизайнерських рішень моделей колекцій. Охарактеризовано основні фактори впливу інновацій на ефективність дизайнів-проектів. Розглянуто типи інноваційних проектів у фешн-дизайні з особливостями визначення їхнього інноваційного потенціалу. Запропоновано системний підхід до оцінки ефективності результатів впровадження інновацій у процеси проектування сучасного костюма. Описано метод цілеспрямованого пошуку інноваційних рішень, заснований на моделі збалансованого трикутника ефективності. Показано, що запропонований метод пошуку інноваційних рішень може бути застосований для управління ефективністю дизайнів-проектів з можливістю усунення обмежень типу «пляшкового горлечка», які знижують результативність процесів створення сучасного одягу.

Основною відмінною рисою інновації в дизайні сучасного костюма є трансформація нововведень із допоміжної, інструментальної ролі, спрямованої на підвищення ефективності функціонування об'єкта й/або на подолання конкретних недоліків і обмежень процесів, в основний продукт діяльності. Інновації в фешн-дизайні несуть на себе цільове навантаження, тобто є однією з основних цілей проектування. Можна вважати, що створення не тільки перспективних і авторських, але й промислових колекцій є інноваційними проектами по своїй природі.

Як інновації, так й відповідність тенденціям моди відносяться до ключових факторів успішності фешн-проекту. Оскільки мода служить двигуном перспективних тенденцій у фешн-дизайні, і оскільки новизна дизайнерських рішень є живильним середовищем розвитку моди, костюм не може претендувати на роль фешн-продукту без інновацій. Таким чином, новизна – невід'ємний атрибут моди і в такій же мірі – невід'ємний атрибут дизайнерських рішень сучасного костюму

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 інноваційних проектів представлений інвестиційно-технологічними, інвестиційно-інфраструктурними проектами та проектами реінжинірингу бізнес-процесів, які прив'язані до первинного сектора, до інфраструктури та торговельного сегмента ринку індустрії моди.

Другий тип інноваційних проектів представлений процесами створення нових моделей сучасного одягу, тобто фешн-проектами, які є базовими процесами функціонування вторинного сегменту індустрії моди. Фешн-проект – особливий тип інноваційного проекту, відмінність якого від традиційних проектів обумовлена домінуючою роллю інновацій у фешн-дизайні. Дизайн-проект, що має на меті

розробку колекції та запуск моделей одягу у виробництво, відрізняється від «хай-тек» проєктів, пов'язаних з технологічними, економічними, сервісними або організаційно-системними нововведеннями, малою часткою фундаментальних і прикладних досліджень, сезонністю, циклічністю, принциповою залежністю від тенденції моди, дизайнерського брэнда та властивостей матеріалів, короткими строками реалізації, масштабом інвестицій.

Творчий процес художнього проектування костюма може бути представлений трьома процесами різної природи та трьома групами факторів відповідно цим складовим: художньо-естетичними, утилітарними та соціальними факторами [3]. Фактори інноваційності у фешн-дизайні доцільно також охарактеризувати комплексом трьох груп компонентів, які прив'язані до характеристик об'єктів дизайну. Інноваційність соціальних та художньо-естетичних факторів становлять специфічну складову інновацій у дизайні. Інноваційний потенціал художньо-естетичних факторів костюма відноситься до основних характеристик фешн-проєкта та проявляється у досягненні оригінальності композиційних рішень, свіжості сприйняття моделей колекції, зміцнення та реювеначії дизайнерського брэнда.

Потенціал інноваційності соціальних факторів реалізується у костюмі за рахунок демонстрування приналежності особистості до бажаного соціального рівня та залучення нових символів ідентифікації членів певних соціальних груп. Потенціал інноваційності утилітарних факторів реалізується по подібі технологічних напрямків за рахунок розширення асортименту, надання нових функцій і властивостей, підвищення технологічності і якості виробів одягу.

Для оцінки інноваційності фешн-проєкту можна запозичити елементи методики управління ефективністю проектування, що заснована на комплексній оцінці результатів на кожному етапі [1; 3; 4]. Підхід до пошуку збалансованого стану між художньо-естетичними, утилітарними та соціальними факторами впливу на ефективність дизайн-проєкту наданий у роботі [3] на основі моделі збалансованого трикутника ефективності. За аналогією зі збалансованим трикутником ефективності запропонована модель оцінки інноваційності на основі збалансованого трикутника інновацій. Цей підхід дає можливість підвищення ефективності проектування шляхом цілеспрямованого пошуку інноваційних рішень з метою усунення «пляшкового горлечка» дизайн-проєктів. Порівнюючи модулі ідеалізованої і поточної оцінки, можна візуально визначити «помилки регулювання процесу». Дана інтерпретація наочно демонструє, які параметри найбільше відстають від ідеалізованих, які фактори створюють ефект «пляшкового

горлечка», який з напрямків найбільш ефективний для пошуку інноваційних рішень.

Успішний розвиток індустрії моди в значній мірі залежить від якості підготовки та професійної компетенції дизайнерів-початківців, їх ступеня адаптації до ринкових умов. З'являється потреба в дизайнерах «нової генерації», які володіють розширеним кругозором і компетенцією, що охоплює ряд суміжних спеціалізацій і базується на нових технологіях моделювання, візуалізації та автоматизованого проектування. [5]. Однак ринкові вимоги до професійної підготовки фешн-дизайнерів набагато випереджають розвиток освітніх програм. Кадрова проблема повинна вирішуватись з підтримкою освітніх установ шляхом удосконалення всіх складових процесу підготовки. Розрив між вимогами ринку праці індустрії моди й кваліфікацією випускників можна скоротити з допомогою інноваційного підходу до модернізації освітнього процесу. Напрямки, які представляються найбільш актуальними для модернізації освітньо-професійних програм підготовки дизайнерів одягу з урахуванням інноваційного підходу:

- гармонізації програм з вимогами ринку з урахуванням міжнародного досвіду;
- безперервна випереджальна актуалізація навчальних програм з урахуванням результатів прогнозування тенденцій розвитку вимог до компетенцій дизайнерів та тенденцій індустрії моди;
- удосконалення міждисциплінарних та зміцнення міжпрофесійних зв'язків;
- інтеграція процесу навчання та практичної діяльності; організація творчої атмосфери, інтерактивних методів навчання з перевагою проектного стилю роботи;
- формування нового, «студійного», стилю відносин «викладач-студент», при якому студенти заглиблюються в атмосферу творчої проектної групи.

1. 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 3

2. Гардабхадзе І. А. Особливості інноваційної діяльності у сегменті сучасного одягу індустрії моди / І. А. Гардабхадзе // Дизайн. Теорія та практика, № 3. – К. : НАУ, 2014. – С 3-14

3. Гардабхадзе І. А. Особливості системного підходу до вирішення актуальних проблем дизайну одягу / І. А. Гардабхадзе // ХДАДМ, 2012 № 15. – С. 7-10.

4. 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.

5. Гардабхадзе І.А. Особливості наукового підходу до вирішення актуальних проблем дизайну одягу / І. А. Гардабхадзе // ХДАДМ № 15, 2012. – С.5-7.

6. Мутанов Г. Информационная система оценки инновационных проектов / Г. Мутанов, Г. Абдыкерова Г. - Усть-Каменогорск: ВКГТУ, 2010. - 136 с. 12

7. 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.

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

Маркетинг інновацій і інновації в маркетингу: збірник тез доповідей VIII Міжнародної науково-практичної конференції, 25-26 вересня 2014 року. – Суми : ТОВ "ДД "Папірус", 2014. - С. 219-223.