

УДК
687

ЛІЛІЯ НАВОЛЬСЬКА

Київський національний університет технологій та дизайну,
Україна

СУЧАСНІ ЦИФРОВІ ТЕХНОЛОГІЇ ЯК ПЕРСПЕКТИВА РОЗВИТКУ ФЕШН-ІНДУСТРІЇ

***Мета.** Дослідження інновацій у фешн-індустрії та визначення перспектив розвитку фешн-індустрії на основі використання сучасних цифрових технологій.*

***Ключові слова:** фешн-індустрія, цифрові технології в моді, інновації у фешн-індустрії.*

***Постановка завдання.** Третє тисячоліття в розвитку людства характеризується надзвичайно стрімким зростанням технологій виробництва та споживання одягу, а також великою різноманітністю інновацій. Цифровізація операцій та процесів у сфері фешн-індустрії є достатньо перспективним напрямом і потребує ретельнішого вивчення з метою подальшого розвитку та удосконалення.*

***Методи досліджень.** Дане дослідження проведено на основі системного підходу з використанням методів аналізу та синтезу, огляд інтернет-джерел та наукової літератури здійснювався за допомогою інформаційно-аналітичних методів порівняльного та системно-структурного аналізу.*

***Результати досліджень.** Сьогодні потенційні споживачі більш емоційно чутливі при створенні власного гардеробу, практичність, функціональність та декоративна фактурність якого чітко відображають індивідуальність вподобань. Такий інтелектуально-інтуїтивний підхід дає можливість ще краще презентувати себе в соціумі та продемонструвати власний статус через зовнішній вигляд. Тому інсайдерам у сфері фешн-індустрії необхідно динамічно інтегрувати емоційну чутливість споживачів у сучасну матеріальну дизайн-форму одягу, вміло вести діалог зі споживачами для створення перспективно затребуваних колекцій. Якісній комунікації сприяє сучасна цифровізація процесів в індустрії моди – електронна комерція, онлайн презентації на відомих інтернет-платформах моди, онлайн спостереження за вподобаннями поціновувачів моди.*

Масовість і загальна доступність інтернет-ресурсів практично нівелюють модні глянцеви видання й класичні медіаресурси, а розповсюдження цифрових технологій поступово змінюють діяльність будинків мод та відомих компаній, які працюють в сфері індустрії моди. Змінюється логістика, комунікаційні та маркетингові стратегії, що, в свою чергу, зменшує цикл виробництва одягу та робить його доступнішим більшій аудиторії покупців [1]. Відповідно, споживач

формує ширший світогляд для реалізації власних вподобань, краще розуміє нові ринкові тенденції, має можливість моделювати власний образ з використанням технологій віртуальної реальності та створювати смарт-капсульний гардероб на основі цифрового одягу.

З розвитком цифрових технологій функція генерування та поширення фешн-інформації перейшла до активних web-користувачів. Найбільшими професійними медіаресурсами індустрії стали Women's Wear Daily, портал style.com, сайти видавничих брендів vogue.com, elle.com. Найвідоміші будинки мод часто звертаються до компаній, які вивчають та прогнозують тенденції моди, аналізують онлайн-замовленням споживачів - Trend Union, Peclers, Worth Global Style Network [2]. Розвиток та інтеграція цифрових технологій позитивно впливають на ланцюг постачання і реалізації продукції; асортимент товарів й систему оптимізації цін; схеми розташування, планування і мікро-мерчандайзингу магазинів; візуальний мерчандайзинг; лояльність покупців та параметрів маркетингу по базах даних.

Зважаючи на проведені дослідження можна виділити наступні перспективи успішного розвитку фешн індустрії: переосмислення функціональності моди; пошук новітніх підходів до створення одягу (екологічні інновації, матеріали, методи проектування та технології виробництва); тотальна цифровізація процесів індустрії моди; активне поширення цифрової модної продукції (створення віртуальних колекцій, показів мод на основі емоційних вподобань споживачів).

Висновок. Використання новітніх цифрових технологій дає великий потенціал для успішного розвитку фешн-індустрії та візуалізує матеріальну культуру суспільства, сприяє свободі вибору споживачів і презентації перспективних ідей творців моди.

Література

1. Russo I., Mola & A. L. Giangreco. Digitalisation for survival: managing resources in digitalizing operations and processes in the fashion industry. *Production Planning & Control*. Published online: 29 Aug. 2023. <https://doi.org/10.1080/09537287.2023.2251001>.
2. Jackson T., Shaw D. *Mastering Fashion Marketing*. London: Macmillan Education, 2009. 376 p.
3. [Payne](#) A. *Designing Fashion's Future: Present Practice and Tactics for Sustainable Change*. London: Bloomsbury Visual Arts, 2020. 365 p.