

Гардабхадзе И.А.

профессор, зав.кафедры дизайна одежды,
Киевский национальный университет
культуры и искусств

ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОЦЕССОВ СОЗДАНИЯ СОВРЕМЕННОЙ ОДЕЖДЫ НА ОСНОВЕ ПРИНЦИПОВ ПРОЕКТНОГО УПРАВЛЕНИЯ

Аннотация. Рассмотрена проблема повышения эффективности создания современной одежды. Предложена методика проектного управления эффективностью этапов полного цикла разработки и продвижения изделий на рынок.

Ключевые слова: повышение эффективности проектирования, проектное поэтапное управление эффективностью.

Анотація. Гардабхадзе І.А. Підвищення ефективності процесів створення сучасного одягу на основі принципів проектного управління. Розглянуто проблему підвищення ефективності створення сучасного одягу. Запропоновано методику проектного управління ефективністю етапів повного циклу розробки і просування виробів на ринок.

Ключові слова: підвищення ефективності проектування, проектне поетапне управління ефективністю.

Summary. Hardabkhadze I.A. Enhancement of effectiveness of modern clothing design process by means of project management tools. This article describes the problems and solutions to enhance effectiveness of fashionable clothes design process. The methodology and tools of project management for process of creating modern clothing was presented.

Key words: enhancement of design process effectiveness, methods and specific tools of project management in process of modern clothes creation.

Постановка проблемы. Существующая методология проектирования современной одежды прошла долгий путь эволюции и сформировалась в развитую концепцию, основанную на системном подходе. К концу тысячелетия методология начала обогащаться приёмами повышения эстетических и утилитарных качеств одежды с учётом результатов прогнозирования моды, однако подход к проектированию одежды всё ещё был подчинён критериям удовлетворения массового спроса [1-3]. Это привело к отставанию подхода к созданию одежды от требований рынка и к потребности в модернизации методологии проектирования с адаптацией к современным условиям.

Для лучшего понимания механизмов успешности бизнеса на рынке современной одежды представляется целесообразным провести системный анализ процессов формирования спроса, разработки коллекции, особенностей организации производства и продвижения изделий на рынок с учётом взаимодействия всех составляющих модной индустрии. [4].

На рынке современной одежды в основном конкурируют между собой постиндустриальные страны [6]. С начала 21 века высокими темпами наращивают экспорт продуктов и услуг Китай и Корея. Лидеры рынка не заинтересованы в появлении новых участников. Какими же путями предприятия индустрии моды Украины могут занять свое место в на мировом рынке современной одежды? Для достижения успеха национальной индустрии моды представляются важными следующие направления:

- Формирование и признание на международном уровне национальной школы дизайна одежды, которое должно быть основано на дальнейшем совершенствовании процессов подготовки и актуализации учебных программ;

- Модернизация методологии проектирования современной одежды с применением системного подхода, охватывающим этапы маркетингового анализа, инвестиционного обоснования, проектирования, производства и продвижения продукции конечному потребителю;

- Развитие и применение инструментов проектного управления ко всем этапам создания и продвижения одежды на рынок.

Связь работы с научными программами. Проблемы повышения эффективности проектирования современной одежды составляют одно из основных научно-исследовательских направлений кафедры дизайна одежды Киевского Национального Университета Культуры и Искусств (КНУКиМ). Важной составляющей этих исследований является поиск, разработка и апробация на практике рекомендаций по применению проектного управления процессами создания современной одежды.

Анализ последних исследований и публикаций. Основные направления исследований украинских и зарубежных специалистов в области повышения эффективности процессов создания современной одежды сосредоточены на решении задач и развитии новых методов проектирования [1 – 4]. Широко представлены материалы по маркетинговым исследованиям, тео-

Надійшла до редакції 25.11.2011

рии и практике маркетинга, прогнозированию моды, совершенствованию конструктивно-технологических приёмов создания швейных и трикотажных изделий. Другое популярное направление исследований связано с отражением тенденций проектирования одежды в программах и методике преподавания [7,8]. Недостаточно внимания уделено методам управления качеством процесса создания современной одежды, в том числе развитию подхода к комплексной оценке эффективности дизайнерского труда. Актуальная задача применения методов проектного управления процессами создания современной одежды также пока мало изучена.

В работах [4,9], а также в работе «Особенности проектного управления процессами создания современной одежды» была предложена методика проектного поэтапного управления эффективностью проектирования. Для использования в практике проектирования одежды инструментов проектного управления необходимо провести детализацию механизмов управления эффективностью отдельных этапов процесса создания современной одежды.

Цель работы. В данной статье поставлена цель поиска методики и конкретизации способов проектного управления эффективностью отдельных этапов процесса создания современной одежды.

Изложение основного материала. Представим процесс создания современной одежды состоящим из

четырёх последовательных этапов: -предпроектный, -проектирование, -производство, -этап продвижения. Для детализации способов проектного управления эффективностью отдельных этапов процесса создания современной одежды можно предложить методику, основанную на сравнении результатов каждого этапа с его идеализированной моделью.

1. Представим каждый из этапов набором параметров, характеризующих его функциональность. Для этого охарактеризуем цели, задачи, содержание этапа и ожидаемые результаты и выберем в качестве индикаторов наиболее значимые характеристики, позволяющие в совокупности дать комплексную оценку полученных результатов.
2. На основе идеализированного значения индикаторов построим опорную модель, которую будем использовать для сравнения.
3. По результатам комплексной оценки результатов этапа выработаем корректирующие воздействия, направленные на устранение выявленных отклонений от заданных результатов.
4. Выработаем правило решения на основе комплексной оценки результатов этапа.

Покажем реализацию этой методики на примере применения к предпроектному этапу (таблица 1).

Предпроектный этап отражает характер работ по сегментации, предварительному прогнозированию потребностей целевых групп, поиску идеи коллекции

Таблица 1.

Выбор индикаторов оценки эффективности и правил принятия решения для предпроектного этапа

Индикатор	Составляющие оценки	Диапазон значений	Условие принятия решений	Тип корректирующего воздействия
	Полнота маркетингового анализа;	0 – 10	≥ 7 – переход к следующему этапу; < 7 – коррекция результатов	Доработка результатов по пунктам с низким значением индикаторов
	Сегментация и отстройка	0 – 1		
	Выбор целевой группы пользователей	0 – 1		
	Сбор маркетинговой информации и исследования	0 – 1		
	Формирование представлений об ожиданиях, предпочтениях и потребностях целевой группы	0 – 1		
	Художественно-техническое задание на проектирование	0 – 1		
	Анализ инвестиционной привлекательности и рисков	0 – 1		
	Финансирование	0 – 4	Нет – 0 Частичное, вероятность 0,5 – 1 Частичное, вероятность 1 – 2 Полное, вероятность 0,5 – 3 Полное, вероятность 1 – 4	

в соответствии с ожиданиями выбранной целевой группы.

Задачи этапа.

1. Сбор маркетинговой информации и исследования, сегментация и отстройка
2. Выбор целевой группы пользователей, формирование представлений об их ожиданиях, предпочтениях и потребностях
3. Художественно-техническое задание на проектирование, выбор художественной системы проектирования, концепция коллекции
4. Анализ инвестиционной привлекательности и рисков, решение финансовых вопросов

Результаты этапа

1. Обобщённое композиционное решение коллекции.
2. Формирование коммерческого заключения и бизнес-плана проекта создания коллекции современной одежды
3. Аналогично эта методика применяется для построения модели оценки и принятия решений на остальных этапах процесса (см. Таблицу 1).

Выводы. Рассмотрена проблема повышения эффективности проектирования современной одежды на основе детализации методов проектного управления эффективностью отдельных этапов полного цикла её создания, производства и реализации конечному пользователю. Предложена методика поэтапной коррекции достигнутых результатов на основе комплексной оценки путём сравнения с идеализированной моделью процесса.

Направление дальнейших исследований. Для решения поставленной задачи необходим анализ функциональных особенностей этапов проектирования, производства и продвижения с выбором индикаторов оценки построением корректирующих воздействий.

Актуальными задачами являются автоматизация управления комплексным процессом создания одежды, а также исследование влияния перспективных средств отображения информации, таких, как виртуальный подиум, виртуальная примерочная или виртуальный магазин, на эффективность всего цикла создания и продвижения изделий современной одежды.

Литература:

1. Козлова Т.В., Степучев Р.А. и др. Под редакцией Козловой. Основы теории проектирования костюма. М.: «Лёгкая промышленность и бытовое обслуживание», 1988 г.
2. Козлова Т.В. Художественное проектирование костюма. М.: «Лёгкая и пищевая промышленность», 1988 г.
3. Бердник Т.О., Неклюдова Т. П. Дизайн костюма. Ростов н/Д: «Феникс», 2000 г.
4. Гардабхадзе І.А. Аналіз факторів підвищення ефективності процесів створення сучасного одягу // «Вісник» КНУТД, грудень 2009 р.
5. Гардабхадзе І.А. Дослідження в методиці аналізу моделей аналогів при проектуванні модної базової форми системи «Колекція». Київ, «Вісник» КНУТД №4 2006р.
6. Сумина О.Н. Розвиток ринку технологічних інновацій в Україні у процесі інтернаціоналізації науки і технології. / Сумина О.Н., Ткачук Ю.Я. // Науковий журнал «Маркетинг і менеджмент інновацій», № 2, 2011 р.
7. Федоров А.В. Краткий словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности / Федоров А.В. – М. : «Москва», 2008.
8. Хуторской А. Современная дидактика / Хуторской А. – СПб. : Питер, 2001.
9. Гардабхадзе І.А. Особливості системного підходу до проектування сучасного одягу на основі поетапного управління ефективністю процесів розробки / Гардабхадзе І.А. – К.: Вісник КНУКІМ, квітень 2010 р.