

ОСОБЛИВОСТІ ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ ПІДПРИЄМСТВ СФЕРИ МОДИ

Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу

***Анотація.** У статті досліджено специфіку інноваційних процесів підприємств сфери моди та визначено складові системи проектного управління інноваціями, покликані сприяти веденню ефективної інноваційної політики для забезпечення сталого розвитку*

Ключові слова: інноваційна діяльність; інноваційна спрямованість; управління інноваційними проектами; креативна економіка

FEATURES OF INNOVATIVE PROCESSES OF FASHION ENTERPRISES

***Abstract:** In article examines the specifics of innovation processes of enterprises in the field of fashion and identifies the components of the project management of innovation, designed to promote effective innovation policy to ensure sustainable development*

Keywords: innovation activity; innovation orientation; management of innovative projects; creative economy.

Сфера моди належить до галузей креативної економіки, які на сучасному етапі розвиваються найдинамічніше як в Україні, так і в світі. За даними ООН на креативну економіку припадає 3,4% світового ВВП, частка зайнятих у ній досягла 25% населення світу, а темпи зростання вдвічі перевищують темпи зростання сфери послуг і в чотири рази перевищуючи темпи зростання сфери промислового виробництва [1]. Проблема визначення ефективного управління інноваційною діяльністю є особливо актуальною для підприємств цієї галузі, проте у вітчизняній літературі недостатньо висвітлена специфіка управління інноваційними в індустрії моди.

Питанням теоретичних і практичних аспектів проектного управління інноваціями надається значної уваги серед таких науковців як О. Амоша, Л. Антонюк, В. Аньшина, І. Балабанова, С. Валдайцева, А. Гальчинський, В. Геєць, С. Глаз'єва, І. Грозний, В. Дикань, В. Павлова, С. Ілляшенко, П. Завлін, В. Мединський, Л. Нейкова, І. Павленко, П. Перерва, В. Семиноженко, В. Стадник, Р. Фатхутдинов, Д. Черванов та інші. Проблему вивчення процесу управління інноваціями та інноваційними проектами висвітлено в працях таких вчених, як П. Микитюк, В. Захарченко, Н. Корсікова, М. Меркулов, О. Іванілов, Т. Скрипко, Н. Краснокутська, А. Дзюбіна та інші.

Мета дослідження – розкрити особливості формування інноваційних процесів у сфері креативної економіки та висвітлити специфіку успішності таких проектів.

Сьогодні у світі fashion відбувається технологічна революція: з'являються альтернативні екологічніші варіанти виготовлення одягу, взуття, тканин, аксесуарів Як зазначає, Райан Клот, засновник та керівник іспанської компанії Fashioneers, яка допомагає розвиватися стартапам у сфері модних технологій, можна виділити три напрямки, в яких бренди, так само як і споживачі, можуть проявити прихильність до ідеї «sustainability». Це дбайливе використання природних та людських ресурсів (reducing), повторне використання готових речей (reusing та upcycling), а також переробка відходів і речей для виготовлення нових (recycling) [2].

Зважаючи на це, дедалі більшої актуальності набувають питання ефективного управління інноваційними проектами цієї сфери.

Загалом, підсумовуючи дослідження сутності інноваційного процесу, можна сказати, що це система взаємопов'язаних цілей і засобів їхнього досягнення, що призводить до створення, упровадження і поширення інновацій. Дане поняття вживається в кількох аспектах, які підкреслюють його значення, а саме, як паралельно-последовне проведення науково-технологічної діяльності; як послідовні зміни фаз життєвого циклу продукту і як інвестиційний проект за стадіями фінансування досліджень та розробок, поширення новацій і їх комерціалізації. Досить часто поняття «інноваційний процес» та «інноваційний проект» ототожнюють. Зокрема, як зазначає О.М. Лозовський та І.В. Іванцова [3] «інноваційний проект» вживається як діяльність що припускає здійснення комплексу

яких-небудь дій, що забезпечують досягнення певних цілей; як система організаційно-правових і розрахунково-фінансових документів, необхідних для здійснення яких-небудь дій; як процес здійснення інноваційної діяльності.

Як зазначає Kestel D. та Dave V. [4] управління інноваційним проектом підприємства має наступні етапи:

- визначення цілей і завдань інноваційного проекту;
- оцінка ситуації;
- формування стратегії;
- робота над створенням інновацій;
- реалізація проекту, мотивація подальшого розвитку проекту;
- контроль здійснення проекту;
- корективи проекту, завдань, спрямованості проекту.

Зважаючи на специфіку діяльності підприємств моди, а саме: створення та реалізація лімітованої серії одягу із екологічної сировини, а також надання послуг з дизайну існує необхідність детального дослідження інноваційного процесу та розробки системи проектного управління інноваціями, яка б враховувала цикловість проектного процесу, а також стимулювання розробки і впровадження інноваційних рішень на підприємстві. Відповідно дана система повинна включати наступні складові:

- постійне вдосконалення організації виробництва і праці на базі пошуку, відбору, розробки і впровадження інноваційних пропозицій;
- формування банку інноваційних ідей і варіантів їх вирішення;
- організацію процесу виявлення проблем розвитку і їх вирішення;
- формування на підприємстві клімату новаторства, пошуку нових ідей.

Зважаючи на той факт, що у сучасній теорії і практиці інноваційного менеджменту не існує ідеальної системи управління інноваційною діяльністю, яка могла б бути адаптована до будь-якого профілю діяльності організації, кожне підприємство повинно створювати та розвивати власну систему управління відповідно до особливостей, специфіки роботи та унікальності інноваційних проектів.

Важливою складовою частиною проведення інноваційної політики на підприємстві є мотивація інновацій, що спонукає виробника до активної діяльності в напрямку створення і продажу інновації чи, навпаки, шляхом її покупки і використання в господарському процесі.

Як відомо інноваційні проекти переважно є довготривалими та ризиковими, що в умовах браку ліквідності значно обмежує джерела їх фінансування. Світовий досвід свідчить, що найбільшій результативності інноваційна діяльність досягає там, де держава активно підтримує розвиток науково-технічних галузей. Щодо специфіки діяльності досліджуваної сфери держава, перш за все, має бути зацікавлена у інноваційних змінах діяльності таких підприємств, оскільки саме мода сьогодні виступає агресором щодо забруднення навколишнього середовища. Про це свідчать такі факти, що ще у 2012 році текстильна індустрія була визнана другим найбільшим забруднювачем чистої води після нафтової промисловості у світі [5]; щосекунди близько одного контейнера одягу віддається на спалювання чи потрапляє на звалища [6], а три п'ятих речей опиняються там протягом року з моменту виготовлення [7]; виробництво одягу та взуття «забезпечує» 8% викидів вуглекислого газу у світі [8]; для виготовлення однієї пари джинсів потрібно близько 7 тисяч літрів чистої води.

Зимові черевики з коноплі, веганські куртки зі шкірки яблук, тканина, яка накопичує сонячну енергію вдень, щоб її можна було використовувати вночі, сумки з пальмового листя та окуляри з кави – це інноваційні продукти, які виготовляють та продають зараз есо-friendly бренди. Однак, щоб досягти екологічної стабільності, безпечного використання природних ресурсів, розрахованих на довгострокову перспективу, та задля забезпечення екологічної та соціальної безпеки, перш за все, потрібно перевести галузь виробництва одягу у сферу циркулярної економіки, в якій акцент робиться на повторне використання матеріалів, а також на створення доданої вартості за допомогою послуг та інтелектуальних рішень. Тобто виходи одного ланцюга, а саме проданої продукції, повинні стати входами для іншого, знижуючи залежність від нових видів сировини. Прикладом такої продукції є куртка-трансформер зі старого деніму, рюкзак із рекламних банерів тощо.

Таким чином, управління інноваційними проектами – це безперервний процес удосконалення усіх процесів, це мистецтво керівництва та координації трудових, матеріальних й інших ресурсів, це застосування системи сучасних методів та техніки управління. При цьому вищеперелічені заходи

покликані сприяти досягнення визначених у проекті результатів за складом та обсягом робіт, вартості, часу, якості проекту.

Активна інноваційна діяльність підприємства зі створення колекцій одягу з екологічних матеріалів є на сьогодні одним з найважливіших факторів забезпечення конкурентоспроможності та постійного економічного розвитку галузі. В умовах класичного механізму господарської діяльності часто буває недостатньо для створення дієвої системи управління інноваційними проектами. Все частіше підприємства потребують перебудови організаційної та виробничої структур, зміни стилю управління, функцій менеджменту.

Розбудова такого механізму має здійснюватись за принципом поєднання інтересів суб'єктів ринку із загальнонаціональними інтересами та інтегрування ринкових методів організації інноваційної діяльності з державними методами регулювання.

У подальших дослідженнях будуть розглянуті питання щодо оцінювання інноваційних проектів у сфері креативної економіки та доцільність їх впровадження.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Острікова Т. Креативна економіка: що це таке та чому саме вона може врятувати Україну. URL: https://lviv.24tv.ua/kreativna_ekonomika_shho_tse_take_ta_chomu_same_vona_mozhe_vryatuvati_ukrayin_u_n1024780.
2. Марченко О. Екологічна мода: що таке sustainability і чому це важливо? URL: <https://www.bbc.com/ukrainian/features-43167364>
3. Лозовський О.М., Іванцова І.В. Інноваційний проект як пріоритетний напрям розвитку сучасного підприємства. *Молодий вчений*. 2018. № 2. С. 723 – 726.
4. Kestel D., Dave V. Project Management Institute. USA: 2013. № 5. 587 p. URL: <https://www.elbooka.com/rznaja-literatura/kniga-biznes/88683-dave-v-kestel-d-i-dr-rukovodstvo-k-svodu-znaniy-po-upravleniyu-proektami-rukovodstvo-pmbok-pyatoe-izdanie.html>
5. Rita Kant. Natural Science Textile dyeing industry an environmental hazard. University Institute of Fashion. Technology, Panjab University, Chandigarh, India; accepted 14 January 2012 Vol.4, No.1, 22-26 URL: <http://dx.doi.org/10.4236/ns.2012.41004>.
6. Pu Putting the brakes on fast fashion. *thebrakes*. 12 Nov 2018. URL: <https://www.unenvironment.org/news-and-stories/story/putting-brakes-fast-fashion>
7. Style that's sustainable: A new fast-fashion formula. October 20, 2016. URL: <https://www.mckinsey.com/business-functions/sustainability/our-insights/style-thats-sustainable-a-new-fast-fashion-formula#>.
8. Measuring fashion 2018. Environmental Impact of the Global Apparel and Footwear Industries Study. Full report and methodological considerations. Quantis. 2018. 65p. URL: https://quantis-intl.com/wp-content/uploads/2018/03/measuringfashion_globalimpactstudy_full-report_quantis_cwf_2018a.pdf

Метешоп Ірина Михайлівна, к.е.н, доцент кафедри прикладної економіки, Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу, Івано-Франківськ, e-mail: metoshop07@ukr.net

Кізіма Марта Зеновіївна, магістр першого року навчання, Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу, Івано-Франківськ, e-mail: kizyamarta5@gmail.com

Metoshop Iryna M. - Candidate of Economic Sciences, Associate Professor of the Department of Applied Economics, Ivano-Frankivsk National Technical University of Oil and Gas, Ivano-Frankivsk, e-mail: metoshop07@ukr.net

Kizyma Marta Z. - Master of the first year of study, Ivano-Frankivsk National Technical University of Oil and Gas, Ivano-Frankivsk, e-mail: kizyamarta5@gmail.com