

УДК 687.02:
658.5

ГАЛАБУРДА Ю.В., ЯЦЕНКО М.В., АРТЕМЕНКО Т.П.
Київський національний університет технологій та дизайну,
Україна

СУЧАСНИЙ ДОСВІД СТВОРЕННЯ УКРАЇНСЬКОГО БРЕНДУ ОДЯГУ

Мета. Аналіз тенденцій організації та розвитку підприємств у сучасних умовах як чинник розвитку індустрії моди.

Ключові слова: одяг, бренд, інновації, потенціал, індустрія моди.

Постановка завдання. Проаналізувати сучасний досвід та перспективи розвитку українського бренду одягу на прикладі ПрАТ «Едельвіка» (м. Луцьк).

Методи досліджень. У роботі застосовані аналітичні та теоретичні методи збору і обробки інформації.

Результати досліджень.

Індустрія моди – це відносно нове поняття, що в умовах ринкових відносин доповнює традиційне – «легка промисловість». Головною відмінною рисою індустрії моди від легкої промисловості є наявність торговельного сегмента.

У наш час функціонування індустрії моди – це складний багаторівневий процес розробки, виробництва, розподілу й споживання модних продуктів як об'єктів індустрії моди. Компанії, що займаються виробництвом, реалізацією модної продукції – це гігантська індустрія, що поєднує різноманітні суб'єкти. Одні суб'єкти індустрії моди продають сировину, інші – переробляють її в матеріали, треті – виготовляють готовий одяг, четверті – продають.

Успішність швейних підприємств все більше залежить від впровадження інновацій, які безпосередньо використовують наукові досягнення у комерційних цілях. Причому вони стосуються практично всіх аспектів діяльності: від постійного вдосконалення вже налагодженого виробництва і освоєння нових видів продукції (послуг) до впровадження нових схем управління бізнесом і розробки стратегії компанії. Ефективність роботи підприємств швейної промисловості безпосередньо пов'язана з нововведеннями на різних етапах виробничого процесу і життєвого циклу продукції, що визначається основними шляхами розробки їх стратегії.

Інновації мають важливе значення при удосконаленні діяльності підприємств, оскільки зміцнюють їх конкурентні позиції в порівнянні з іншими виробниками на ринку і впливають на формування їх стратегії, яка враховує потенціал підприємств та зростаючий попит на модний вітчизняний товар.

Сьогодні прикладом інноваційного підприємства є ПрАТ «Едельвіка» – найбільший виробник декоративних тканин та етно-одягу в Україні. Підприємство має власне ткацьке, швейне та оздоблювальне виробництво, брендові магазини, шоурум, інтернет-магазин та стабільні партнерські відносини з провідними рітейлерами.

Унікальністю підприємства є те, що воно має повний цикл виготовлення продукції – починаючи від виготовлення тканин та закінчуючи випуском колекцій одягу, які користуються широким попитом серед вітчизняних та закордонних споживачів. Ткацькі потужності дають змогу виготовляти широкий спектр тканин від платтяно-костюмних та декоративних з тканим оригінальним, авторським орнаментом до тканин спеціального призначення. Завдяки сучасному обладнанню підприємство виготовляє тканину з різним оздобленням відповідно до вимог та потреб замовників. При цьому, більшість декоративних тканин запатентовані чи знаходяться в процесі патентування. Завдяки високотехнологічному швейному та вишивальному устаткуванню, виготовляються високоякісні та конкурентоспроможні швейні вироби в еко-стилі.

Також досягненням ПрАТ «Едельвіка» є впроваджена і сертифікована система управління якістю на виробництві відповідно до вимог ДСТУ ISO 9001:2015. Але перевагою є діюча регіональна випробувальна лабораторія матеріалів легкої промисловості, акредитована Національним агентством з акредитації України на відповідність ДСТУ ISO/IEC 17025.

Висновок. Індустрія моди є інноваційним бізнесом, завдяки інтелектуальній праці (ідей, дизайну, технологій) можливо створити конкурентоспроможний бренд або продукт і успішно просунути його на ринок. Можна с певністю стверджувати, що не зважаючи на складне економічне становище в нашій державі, етно-бренд «Едельвіка» є зразковим прикладом організації виробництва та збуту текстильних виробів.

Література

1. Друкер, Питер Ф. Бизнес и инновации: Перевод с англ. – М.: И.Д. Вильямс, 2007. – 432 с.
2. Инновации [Электронный ресурс]: учеб. пособие / под общ. ред. А.В. Барышевой. – М.: Дашков и К, 2012. – 381 с.