

Московский Государственный университет имени М.В. Ломоносова

II Международная научно-практическая конференция  
«Инновационная экономика и менеджмент: Методы и технологии»



# Fashion Tech: инновационные технологии, меняющие стратегии развития агентов индустрии моды

Хворостяная Анна Сергеевна



МШЭ МГУ

ЦСИ ИМИСС МГУ

# Актуальность исследования



- ✧ Во всех компонентах модной индустрии присутствует результат воображения личности и результат использования его экономической ценности.
- ✧ Экономическая деятельность в индустрии моды обладает всеми качествами экономических объектов.
- ✧ Мода стала объектом коммерческой деятельности, все чаще она вовлекается в механизм рыночного хозяйствования: создается особый экономический механизм создания и внедрения новых концепций моды, включая систему защиты творческих идей, принципов ценообразования, организации работы творческих коллективов и их взаимодействия, сбытовых коммерческих структур.
- ✧ Мода стремительно эволюционирует у нас на глазах – меняется все, технологии, производство, логистика, материалы, маркетинг, каналы продаж, предпочтения потребителей

# Стратегия как категория и метод развития потенциала отрасли экономики



- ☞ Мониторинг и прогнозирование внешней и внутренней среды объекта
- ☞ OTSW-анализ
- ☞ Миссия
- ☞ Видение
- ☞ Целеполагание и цели
- ☞ Определение задач
- ☞ Стратегические сценарии
- ☞ Стратегический план



В.Л.КВИНТ

# Фэшн-стратег (fashion-strategist) ©



- ✧ Это профессионал-аналитик, обладающий стратегическим мышлением в специфической сфере – индустрии моды, занимающийся:
  - ✧ анализом развития индустрии моды на локальном и глобальном уровнях;
  - ✧ изучением поведения отдельных институтов индустрии моды;
  - ✧ выявлением основных стратегических решений, принимаемых участниками индустрии моды;
  - ✧ разработкой и внедрением инвестиционных стратегий в индустрии моды;
- ✧ В связи с этим, необходимо выделить **фэшн-стратегирование (fashion - strategizing process) ©** как отдельное направление отраслевого стратегирования.
- ✧ Источник: Термин автора: Хворостяная А.С.

# Стратегические тенденции в индустрии моды

## МИР

- ❧ *Устойчивое развитие и социальная ответственность*
- ❧ *Глобализация*
- ❧ *Формирующиеся рынки моды*
- ❧ *Исламизация индустрии моды*
- ❧ *Интегрирование индустрии моды в мировое интернет-пространство*
- ❧ *Технические инновации*
- ❧ *Трансформация розничной торговли через каналы продаж (omnichannel)*
- ❧ *Коллаборация индустрии моды и арт-индустрии*
- ❧ *Ликвидация вторых линий у брендов*

## РОССИЯ

- ❧ *Государственная поддержка (МинПромТорг)*
- ❧ *Регионализация*
- ❧ *Текстильные инновации*
- ❧ *Единое интегрирование части российской индустрии моды в интернет-пространство*



# СТЕЙКХОЛДЕРЫ



БИЗНЕС

ГОСУДАРСТВО

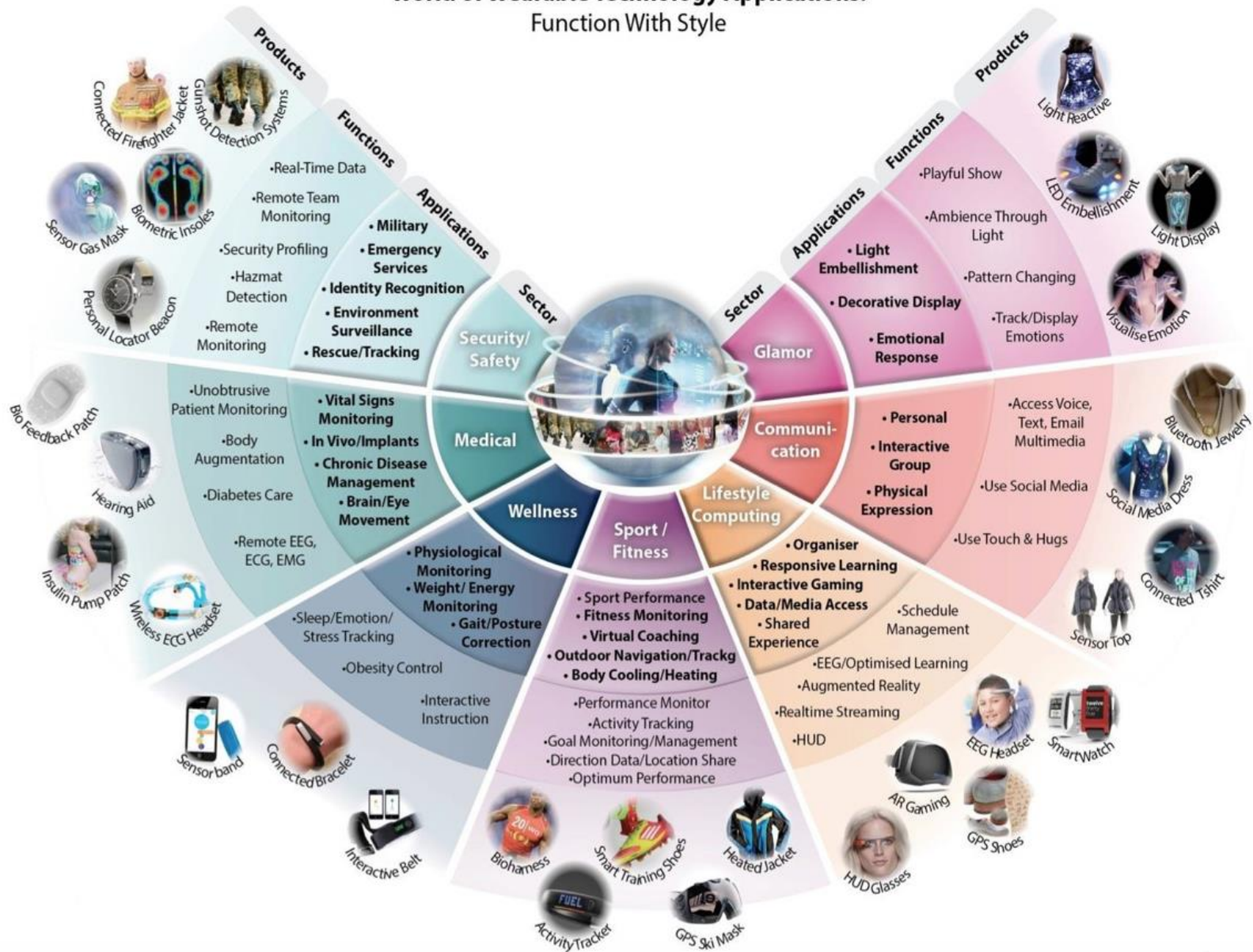
НКО

ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЕ  
СТАРТАПЫ

ВЕНЧУРНЫЕ  
ИНВЕСТОРЫ

# ИННОВАЦИИ: ПРОДУКТ

## World of Wearable Technology Applications: Function With Style



# ИННОВАЦИИ: ПРОИЗВОДСТВО



- |  |  |
|--|--|
| ☞ Роботизация пошива одежды и производства тканей (швей-боты); | Снижает зависимость от трудовых ресурсов |
| ☞ Технологии проектирования и моделирования одежды;            | Ускорение серийного производства         |
| ☞ Технологии 3D-печати одежды, обуви, аксессуаров;             | Закон экономии времени                   |
| ☞ Технологии устойчивого развития;                             | Решение кризиса перепроизводства одежды  |
| ☞ Технологии импакт-инвестирования;                            | Увеличение жизненного цикла одежды       |
|  | Решение социальных и экологических задач |
|  | Снижение затрат                          |






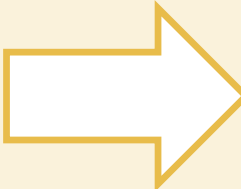
# ИННОВАЦИИ: МЕСТО ПРОДАЖИ



- ❧ Дополненная и виртуальная реальность для розничного бизнеса (AR и VR);
- ❧ Интерактивные технологии для ритейла (Offline retail);
- ❧ Технологии беспилотной логистики (Drone logistics);



# ИННОВАЦИИ: АНАЛИТИКА

- 
- 
- ❧ Технологии маркетинга;
  - ❧ Технологии прогнозирования спроса (Trend Forecasting);
  - ❧ Технологии искусственного интеллекта (AI);
  - ❧ Технологии анализа больших данных (Big data);
  - ❧ Омни-канальные технологии электронной коммерции (Omni-channel e-commerce);
  - ❧ Технологии потребления контента;
  - ❧ Технологии таргетинга;
- ❧ Детальное сегментирование покупателей с учетом реакции на изменяющиеся предпочтения
  - ❧ Почти контролируемый сбыт продукта
  - ❧ Снижение затрат на статистически наименее выигрышные маркетинговые стратегии

# Перспективы исследования



- ❧ Управление инновациями
- ❧ Коммутация создателей технологических инициатив и частных инвесторов
- ❧ Защиты интеллектуальной собственности
- ❧ Методики оценки инновационного потенциала

# Технологический бизнес: фэшн-фокус



2006 - E-commerce Shopbop.com

2009 – E-commerce Zappos

2011 – Flash-sale MyHabit.com

2013 – Amazon Fashion

2015 – Sponsorship NYFW

The Amazon logo, consisting of the word "amazon" in a bold, lowercase, sans-serif font, with a curved orange arrow underneath it pointing from the letter 'a' to the letter 'z'.



# Заключение



- ☞ Благодаря проведенному исследованию выявлено, что инновации влияют на целые процессы в практике создания моды



ПОТРЕБЛЕНИЕ



ДИЗАЙН  
ПРОЕКТИРОВАНИЕ



ПРОИЗВОДСТВО



ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ  
ПРОДВИЖЕНИЕ



ПРОДАЖИ

- ☞ Невзирая на новизну данного вида исследования, можно предположить, что постоянно повышающийся интерес к Fashion Tech будет предметом исследований и дискуссий в научной среде в дальнейшем.



A fashion show runway scene. A model in a white, geometric-patterned dress is walking on the runway. The audience is visible in silhouette in the foreground. The text "СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ" is overlaid in the center.

**СПАСИБО  
ЗА ВНИМАНИЕ**