



УДК 658.628.012.32

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ПРИНЦИПОВ ДИЗАЙН-МЕНЕДЖМЕНТА В ПРОЦЕССЕ СОЗДАНИЯ КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ ИЗДЕЛИЙ

СУГАК Ольга, ПОКИДЬКО Наталья
Технический Университет Молдовы

В статье представлены основные понятия дизайн-менеджмента и показана возможность использования данной категории управления в процессе создания конкурентных преимуществ швейных изделий. Представлены результаты анализа основных стратегий и инновационных технологий в данной области.

Ключевые слова: дизайн-менеджмент, конкурентные преимущества, стратегическое управление.

ВВЕДЕНИЕ

Основной задачей каждого предприятия швейной отрасли является производство и реализация конкурентоспособных изделий на внутреннем рынке страны. Для этого необходимо создать такие конкурентные преимущества продукта, которые обеспечат его наибольший спрос у потребителей.

ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

В настоящее время невозможно представить себе процесс создания конкурентных преимуществ товара без использования принципов дизайн-менеджмента, который призван обеспечить поддержку управления дизайном с точки зрения его структуры и процесса («делать вещи правильно»), а также с точки зрения эффективности результата («делать правильные вещи»).

РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ И ИХ ОБСУЖДЕНИЕ

Как известно, *дизайн-менеджмент* представляет собой ориентированный на конечного потребителя подход, который помогает организациям принимать решения по вопросам дизайна, как вовне, так и внутри бизнес-процесса. Он упорядочивает деятельность на всех уровнях создания конкурентного преимущества, с момента полной неопределенности перед стартом проекта вплоть до исполнения конкретных дизайнерских решений [1].

В нашем исследовании с целью формирования конкурентных преимуществ товара на примере женских и мужских костюмов мы наибольшее внимание уделили третьему уровню функционирования дизайн-менеджмента, т.е. стратегическому управлению, который включает в себя: создание дизайна, разработку бренда и стратегии



продукта. С этой целью были проанализированы основные стратегии в проектировании конкурентных преимуществ товара, а именно: лидерство в цене; дифференциация; концентрация внимания на интересе конкретных потребителей [2].

Так как использование инновационных технологий представляется нам одним из наиболее перспективных способов создания уникального модного продукта с высокими конкурентными преимуществами и добавленной стоимостью, то в исследовании был произведен и анализ инновационных технологий, разработанных в таких областях, как текстильная промышленность, производство швейного оборудования, конструирование и технология производства швейных изделий, маркетинг и психология [3].

ВЫВОДЫ

Таким образом, процесс формирования конкурентных преимуществ изделий в случае использования различных форм дизайн-менеджмента является наиболее эффективным.

ЛИТЕРАТУРА

1. Что такое дизайн-менеджмент [Электронный ресурс]: <http://www.lookatme.ru/flow/posts/books-radar/121259-design-management-po-russki> // просмотрено 04.04.2018,

2. Наталья ПОКИДЬКО, Ольга СУГАК. Разработка основных стратегий в проектировании конкурентных преимуществ товаров // Conferința Tehnico-Științifică a Colaboratorilor, Doctoranzilor și Studenților, 15-17 noiem. [2012 a Univ. Tehn. a Moldovei] / Univ. Tehn. a Moldovei. – Chișinău : UTM, 2013. – ISBN 978-9975-45-249-6. Vol.3 – 2013. – 523 p., p. 343-344.

3. Сугак О.В. Использование инновационных технологий в разработке конкурентных преимуществ изделий: Тези доповідей Міжнародної науково-практичної конференції «Сучасний стан легкої і текстильної промисловості: інновації, ефективність, екологічність» (28 – 30 жовтня 2015 р.): Херсон: Видавництво ХНТУ, 2015. – с.14-16.

SUGAC O., POCHIDKO N.

USING THE PRINCIPLES OF DESIGN MANAGEMENT IN THE PROCESS OF CREATION OF COMPETITIVE ADVANTAGES OF THE PRODUCTS

The article presents the basic concepts of design management and shows the possibility of using this category of management in the process of creating competitive advantages of garments. The results of the analysis of the main strategies and innovative technologies in this field are presented.

Key words: *design management, competitive advantages, strategic management.*