

УДК687.016.6:687.122

**ЦИФРОВІ СТРАТЕГІЇ FASHION-БРЕНДІВ – АДАПТИВНИЙ ОДЯГ
ЯК ПЕРСОНАЛІЗОВАНИЙ ПІДХІД ДО КЛІЄНТІВ**

С. Г. КУЛЕШОВА, О.П. ЛЕБЕДИНСЬКА, С.М. КОРОЛЬ
Хмельницький національний університет

Вступ. Діджиталізація, віртуальна реальність, цифровий одяг – сьогодні ці фрази позначають не лише популярні тренди, а й найважливіші інструменти для успішного функціонування fashion-бізнесу. Дизайнери дедалі частіше звертаються до digital-технологій та випускають цифровий одяг, який існує лише на екранах смартфонів. По-перше, це модно, зручно та необхідно для розвитку соціальних мереж та NFT-аукціонів. По-друге, віртуальні речі – на 100% екологічні. Такі вироби не зношуються, не засмічують планету, їх виготовлення не потребує природних ресурсів [1].

Усе це пов'язано і з появою нового покоління міленіалів та покоління Z, яке обирає й купує інакше, яке гармонійно живе в digital-просторі. Сучасна молодь впевнено споживає цифрові продукти. Поколінням Y (міленіалів) та поколінням Z цифрова мода сприймається як альтернативна й рівнозначна до фізичної. з самого дитинства [2].

Метою даної роботи є визначення основних принципів графічної презентації цифрових моделей одягу як модних інновацій fashion-брендів засобами комп'ютерних технологій.

Об'єктом дослідження є процес digital-проектування цифрових моделей швейних виробів.

Предметом дослідження є авторські цифрові моделі одягу, орієнтовані на споживачів молодшої вікової групи, оскільки вони є активними користувачами інтернету та споживачами модного продукту fashion-брендів.

Результати дослідження. Діджиталізація – процес цифрової трансформації суспільства. У XXI столітті цифровий світ змінює звичний спосіб комунікації та є невід'ємною частиною кожного з аспектів нашого життя. Четверта індустриальна діджитал революція, безумовно впливає й на fashion-індустрію. Діджиталізація fashion-індустрії використовує інтернет як інструмент, який спрощує, прискорює та дає можливість вдосконалити продукт чи послугу [2-4].

Українська fashion-індустрія завжди йде в ногу з передовими тенденціями. Команда брэнда FINCH дивує прогресивними проектами не лише нашу країну, а й усю світову спільноту. Вже зараз цифровий одяг стає своєрідним предметом мистецтва. Такі речі дедалі частіше купують на NFT-аукціонах, що свідчить про їхню незаперечну цінність [1].

Аналіз попередніх теоретичних досліджень використання цифрових інновацій в дизайні виробів fashion-індустрії дозволив авторам проаналізувати та систематизувати основні напрями оптимізації дизайну одягу, що поєднує

інноваційну моду, емоційний дизайн з технологією ІТ, що має реалістичне теоретичне та прикладне наукове значення [3-5].

Ще однією з ознак четвертої промислової революції є кастомізація, тобто можливість виробляти продукт, адаптований під окремого споживача, з тими вимогами, які необхідно врахувати [1].

Відомо, що первинне враження формується на стадії розробки модного продукту. В нашому випадку мова йде про цифровий одяг, який існує тільки в цифровому форматі.

У класичному маркетингу [2] для успішного просування fashion-продукту рекомендується репрезентувати бренд для потенційних клієнтів. За семіотичною концепцією [2] виокремлюють три види fashion-продукту: fashion-продукт-образ (візуалізація); fashion-продукт-опис (вербалізація); реальний fashion-продукт (те, що існує).

У сучасному просторі моди при описі нової колекції відсутня характеристика кожної моделі, тобто «fashion-продукт-опис» замінюється його візуалізацією (фото, відео) [3, 4].

Всі проведені теоретико-аналітичні дослідження за обраним напрямом зумовили необхідність у проведенні експериментальних досліджень з метою вивчення особливостей і вимог до конкретних споживачів і особливостей їх зовнішності. Це дозволяє здійснити персоналізований підхід до клієнтів в умовах онлайн взаємодій в сучасних конкурентних умовах.

Практична реалізація описаного підходу представлена авторами дослідження у вигляді візуальних перетворень зображень ескізних форм проєктних образів цифрових виробів з використанням програми комп'ютерної графіки PaintTool SAI [6]. Paint Tool SAI популярний, сучасний, зручний програмний продукт для графічних художників. Цим графічним редактором користуються відомі американські блогери-дизайнери такі як: «iloniana», «HappyKsu», «AVGURR», рис. 1, 2.

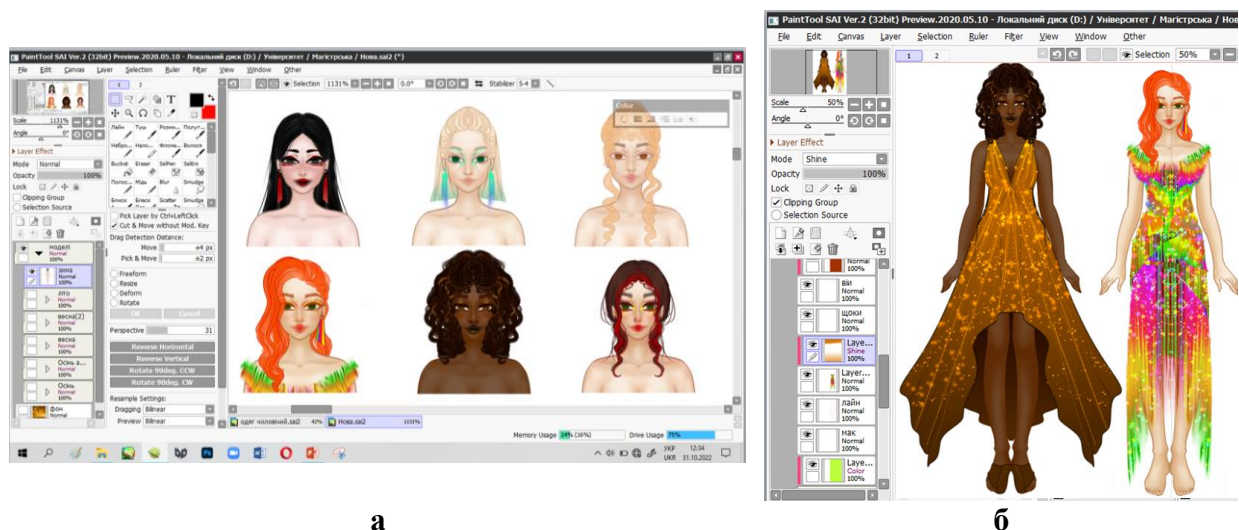


Рис. 1. Візуалізація у графічному редакторі Paint Tool SAI:
а) образів споживачів за надісланими фото; б) цифрових моделей суконь на фігурах

Ідеєю до створення представлених цифрових моделей одягу слугувала ігрова індустрія. У процесі digital-проектуванні проєктних образів моделей одягу у графічному редакторі Paint Tool SAI використані засоби, оздоблення виробів і їх елементів дозволило отримати принципово нові естетичні і функціональні властивості матеріалів та виробів, тим самим відкриваючи нові можливості для розвитку fashion-індустрії. Цифрові моделі суконь (рис. 1, б) мають функцію віртуальної 3D-анімації, яка спрацьовує на камері смартфона, коли її наводять на виріб за допомогою інстаграм-фільтра.



Рис. 2. Візуалізація цифрових моделей чоловічого одягу

До кожного комплекту чоловічого цифрового одягу (рис. 2) також було додано кілька віртуальних ефектів. Наприклад, один костюм може перетворюватися на три цифрові образи, змінюючи анімацію, принт чи колір.

Таким чином, цифровий одяг зроблений з матеріалів, які споживачі ніколи не могли б носити в реальному світі через закони фізики. Планується пропонувати одяг на своєму веб-сайті. А потім поєднувати цифровий одяг із наданою споживачем фотографією та додавати тіні та інші реалістичні елементи.

Отримавши власні фото у цьому цифровому одязі споживач може публікувати їх у соціальних мережах створюючи новий контент і не витрачаючи при цьому великі гроші на купівлю нових образів, які будуть не потрібні після. Користуючись цією технологією користувачі можуть вивчати запропоновані кольорні тренди модних показів, порівнювати роботи дизайнерів і реалізувати їх у нові власні цифрові моделі одягу.

Розроблені цифрові моделі одягу розраховані на тих споживачів, хто виражає себе в соцмережах через вбрання, адже будь-який образ можна втілити віртуально з мінімальними витратами. Як результат, це створює враження ідеального життя в Instagram.

Висновки. У дослідженні описуються перспективи цифрових стратегій fashion-брендів та електронної комерції. Доведено користь, цінність та важливість цифрової моди.

Продемонстровано на прикладі авторських робіт можливість інтеграції інновацій у цифрові моделі швейних виробів: розроблено серію прототипів цифрового одягу з принтами та з ефектами декорування світло діодами у графічному редакторі Paint Tool SAI.

Література

1. «Діджиталізація, сталість та інклюзивність»: що потрібно знати про моду майбутнього [Електронний ресурс] / Режим доступу: <https://folga.com.ua/ua/articles/didzitalizaciya-ustoicivost-i-inklyuzivnost-cto-nuzno-znat-o-mode-budushhego>
2. Дерман Л. М. Діджитал-проекування та презентація колекції одягу як автоматизована граматика ХХІ століття / Л. М. Дерман // Дизайн. Культура і сучасність. – 2020.– №2. – С. 118-122.
3. Fashion's digital transformation: Now or never. <https://www.mckinsey.com/industries/retail/our-insights/fashions-digital-transformation-now-or-never>
4. Digital Fashion [Електронний ресурс] / Режим доступу: <https://uxplanet.org/why-digital-clothing-is-2021s-most-exciting-tech-trend-64717db6856b>
5. Кулешова С.Г. Цифровий одяг як майбутнє fashion-брендів / С.Г. Кулешова, Д.П. Найчук, О.П. Лебединська // Ресурсозберігаючі технології легкої, текстильної і харчової промисловості: збірник тез доповідей Міжнародної науково-практичної Інтернет-конференції молодих вчених та студентів, 17-18 листопада 2021 р. – Хмельницький: ХНУ, 2021. – С. 115-116 [Електронний ресурс] – Режим доступу: https://tksv.khmnu.edu.ua/inetconf/2021/kuleshova_naychuk_lebedinska.pdf
6. PaintTool SAI - SYSTEMAX Software Development [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.systemax.jp/en/sai/>