

VIRTUALI MADA - FANTAZIJA AR BŪTINYBĖ?

Eugenija Strazdienė

Vilniaus kolegija



V., Pavardė: Eugenija Strazdienė
E-puslapis: viko.lt
E-paštas: e.strazdiene@viko.lt
Institucija: Vilniaus kolegija / Mados dizaino katedra
Adresas: Didlaukio g. 82, 08303 Vilnius
Telefono nr.: +370 681 47

Tyrimo tikslas. Išanalizuoti mados gaminių vystymo procesų: aprangos kompiuterinis projektavimo, virtualus primatavimo skaitmeninio spausdinimas ant tekstilės medžiagų skaitmeninimo galimybes ir perspektyvas. Pristatyti naują mados verslo modelį pilnai suskaitmenintos gamybos *digital textile micro factory* gamybos pagrindu.

Reikšminiai žodžiai: aprangos kompiuterinis projektavimas, virtualus primatavimas, skaitmeninis spausdinimas ant tekstilės medžiagų, tiekimo grandinės skaitmeninimas

Tyrimo rezultatai. Mados pramonė, siekdama įveikti iššūkius, susijusius su nuolat kintančiais vartotojų poreikiais, atsigręžia į gamybos *on-demand* (pagal pareikalavimą) procesus, kurie leidžia greitai į jus reaguoti vystant ir gaminant mažaserijinius ir individualizuotus gaminius. Gamintojams tai naudinga, nes nereikia spręsti problemų, susijusių su dideliais kiekiais neišpirktų nepopuliarių gaminių. Tačiau galvosūkiu tampa klausimas – kaip perorganizuoti gamybą ir verslo modelį, kad naujos kolekcijos realias ir virtualias parduotuvių lentynas pasiektų ne kas pusmetį, o ne rečiau kaip kas savaitę, ar per dar trumpesnę laikotarpį. Iš kitos pusės ir pats vartotojas nenori mokėti brangiau už tokius verslo pokyčius. Naujose sąlygose vartotojo lojalumas prekės ženklui tampa ypač svarbiu sėkmės garantu. Jei anksčiau prekės ženklas klientą galėjo išlaikyti nulemdamas mados tendencijas, tai dabar, turint galimybę atlikti nedidelius individualizuotus užsakymus, šioje erdvėje gali konkuruoti net nedideli mados dizaino namai. Tačiau tam reikia naudoti pažangias gamybos technologijas bei efektyvią socialinę rinkodarą.

Vienas iš atsakymų šį išskylančius klausimus yra mados pramonės, ypatingai produktų vystymo procesų, skaitmeninimas, kuris ne tik iš esmės keičia verslo modelius, bet ir pačią pirkimų dinamiką. Naujieji vartotojai nemėgsta pirkti daiktų, bet nori patirti kažką naujo, o skaitmeninės technologijos tai ir suteikia - virtualioje erdvėje sukuria realų ir įgyvendinamą norą, t.y. suasmenintų spalvų, medžiagų raštų ir atitikimo kūno formoms, gaminių. Ne paskutinė vieta šiame procese tenka ir tvarumo klausimams.

Originalumas ir praktinis reikšmingumas. Apžvelgiamos naujos kompiuterizuoto aprangos projektavimo tendencijos, šios srities inovatyvūs 3D sprendimai, skaitmeninio spausdinimo ant tekstilės ir naujų gamybos procesų, tokių kaip *digital textile micro factory* vystymosi perspektyvos ir poreikis.