

## РОЛЬ І ЦІННІСТЬ ДИЗАЙНУ У ІННОВАЦІЯХ СУЧАСНОГО БІЗНЕСУ

### THE ROLE AND VALUE OF DESIGN IN THE MODERN BUSINESS INNOVATION

**Кузнецова Н. Б.**

кандидат економічних наук, доцент,  
доцент кафедри економіки, підприємництва та маркетингу,  
Черкаський державний бізнес-коледж,  
м. Черкаси, Україна  
ORCID: 0000-0002-3121-6221

**Nataliya Kuznetsova**

PhD in economics, Associate Professor,  
Associate Professor of Economic, Entrepreneurship and Marketing Department,  
Cherkasy State Business College,  
Cherkasy, Ukraine

*У статті досліджено роль і значення дизайну в інноваціях промислових і технічно розвинутих компаній. На основі узагальнення основних якісних характеристик дизайнера та його професійних компетенцій, визначено цінність дизайнерського знання, окреслено ознаки його інноваційності, що є важливим чинником формування інноваційного потенціалу бізнесу. Визначено, що під впливом використання нових цифрових інструментів та комунікаційних мереж, розвиток дизайну зумовлює зміни ланцюжка створення вартості від виробника до споживача і робочих процесів. Досліджено цінність дизайну і його впливу на розвиток інновацій у країнах ЄС. Розглянуто роль державних програм країн ЄС, спрямованих на стимулювання розвитку інновацій по всій Європі за рахунок використання дизайнерських підходів. Вивчено досвід Великої Британії у формуванні стратегії розвитку дизайну та його впливу на створення цінності і розвитку інновацій у малому та середньому бізнесі.*  
**Ключові слова:** дизайн, інновації, дизайн-мислення, дизайнерські підходи до інновацій, креативна економіка.

*The article has examined the role and design importance in the innovations of industrial and technically developed companies. Within the research it has been determined that design changes its content, functions and purpose penetrating deeply into business processes and business innovations using modern information technologies. From the standpoint of human orientation, design is being seen as an anthropocentric innovative method of solving human problems. Based on the experience of the world's leading companies, the expediency of using design thinking in business management and strategy has been substantiated. The importance of design thinking as an important factor that significantly changes the understanding of design as a research and complex design process has been clarified. Based on the generalization of the main qualitative characteristics of a designer and his professional competencies, the value of design knowledge has been determined, the signs of its innovation have been outlined, because it is an important factor in forming the innovative potential of business. It has been determined that under the influence of the use of new digital tools and communication networks, design development causes changes in a value chain from a producer to a consumer and work processes. The importance of design as a driver of user-oriented innovation, which allows businesses to formulate flexible product policies, and the government to develop effective measures to regulate and stimulate design aimed at ensuring progressive change in the economy has been studied. The value of design and its impact on the development of innovation in EU countries has been examined. The important role of state programs of the EU countries aimed at stimulating the development of innovation throughout Europe via the use of design approaches has been considered. The experience of the United Kingdom in forming the strategy of design development and its impact on value creation and innovation in small and medium-sized businesses have been studied.*  
**Key words:** design, innovation, design thinking, design approaches to innovation, creative economy.

**Постановка проблеми.** Одним із успішних секторів креативної економіки, що активно і динамічно розвивається у багатьох країнах світу є дизайн. Це сфера креативної діяльності, яка традиційно в освіті розглядається з позиції форми, об'єкту та естетики. Проте сьогодні, завдяки новітнім технологіям, функціонально дизайн починає глибоко проникати у бізнес, його послуги та інновації, змінюючи свої зміст, функції і при-

значення. Орієнтація дизайну на людину, дає можливість його розглядати в якості антропоцентричного інноваційного методу вирішення реальних людських проблем. Дизайн-мислення суттєво змінює розуміння дизайну як дослідницького і комплексного процесу проектування. Дієвість дизайн-мислення уже підтверджена на практиці у бізнес-менеджменті й стратегуванні, галузях освіти й охорони здоров'я, у проектуванні послуг

та IT-сервісів. Фахівці провідних компаній таких як Apple, Google, Microsoft, Netflix, Uber та ін. уже тривалий час використовують дизайн-мислення для створення інновацій. Таким чином, роль та значення дизайну сьогодні зростає не тільки як сфери креативної діяльності, що створює нові форми і образи для послуг і продукції бізнесу, а й як новітнього антропоцентричного підходу до кращого розуміння аудиторії, творчого формування концепції майбутнього продукту і більш глибокого розуміння філософії робочого процесу. Так чи інакше, дизайн тісно пов'язаний з інноваціями та розвитком підприємництва.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Досить численними серед науковців є дослідження ролі і цінності дизайну у інноваціях. Оскільки галузь дизайну є провідною серед галузей креативної економіки і являє собою творчу, промислову та економічну діяльність, – все більше досліджень визнають технічну і більш масштабнішу роль дизайну у бізнесі та економічній діяльності. Зростає і все більше переосмислюється роль дизайну і дизайнерського мислення у бізнесі, а також фахівців цієї сфери – дизайнерів, здатних і навчених творчо мислити, переосмислювати продуктивні концепції, формувати інноваційні рішення, створювати радикальні інновації. Серед сучасних іноземних науковців, які вивчають тему інновацій у сфері дизайну є Рікардо Дж. Ернандез, Рейчел Купер, Брюс Тетер, Емма Мерфі [1], Дж. Кокс [2], Хобдей, М., Боддінгтон, А., Грентем, А. [3], Брюс Тетер [4] та інші.

**Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми,** котрим присвячується означена стаття. Необхідно зазначити, що у наукових дослідженнях тривалий час предметом вивчення були технологічні інновації та їх вплив на економічний розвиток країни, окрему галузь (промисловість) чи сектор. До прикладу, значення інновацій та їх вплив на економічний розвиток з позиції техніки, технології і науки, вивчалися Йозефом Шумпетером, Річардом Нельсоном, Крістофером Фрідманом, Сінді Вінтер та іншими. Проте в технологічних інноваціях, при дослідженні послідовності інноваційного процесу, інформація про дизайн або є взагалі відсутньою, або не надто часто згадується.

Вітчизняний науковий доробок досліджень з вивчення дизайну та інновацій є достатньо напружаним, проте більше з погляду специфіки професії дизайнера та його професійних якостей, проблем розвитку дизайн-освіти (В. Рунге, В. Сеньковський, А. Аронова, І. Рижова, В. Прусак, Т. Мала, М. Пічкур, І. Продан, В. Тименко та ін.). Водночас, малодослідженими залишаються економічні аспекти розвитку дизайну як провідного сектору креативної економіки та його впливу на розвиток підприємництва в інших галузях,

а також особливостей дизайн-підходів до інноваційної діяльності.

**Формулювання цілей статті (постановка завдання).** Основною метою у даному дослідженні є з'ясування ролі і цінності дизайну в інноваційному розвитку суб'єктів малого та середнього підприємництва.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Нетехнологічні інновації, до яких належить дизайн, а також творчість, інтегрована у сфері культури, є важливими інструментами підвищення конкурентоспроможності економіки та покращення якості життя громадян. Дизайн, як складова креативних індустрій, відіграє роль важливого рушія радикальних змін у суспільстві і економіці, що проникає у різні бізнес-процеси, зокрема, зі створення нових продуктів (послуг) та впливає на розвиток галузей мистецтва і культури. З розвитком сучасних технологій, змінювалися концепції розвитку дизайну як сфери креативної економіки, що характеризується масштабністю та глибиною проникнення у інші сфери і галузі економіки. Під впливом цифрових технологій і комунікаційних мереж, розвиток дизайну зумовлює зміни ланцюжка створення вартості від виробника до споживача і робочих процесів, які виникають у результаті використання нових інструментів. В результаті, відбувається злиття звичних меж між дизайном продукту, виробництвом і користувачем. Дизайн, як драйвер інновацій, орієнтованих на користувача, суттєво сприяє виведенню цікавих ідей на ринок. Це покращує гнучкість та цілеспрямованість розробки продуктів і послуг, сприяє розробці прозорих та більш ефективніших державних рішень і заходів регулювання розвитку економіки. Вже сьогодні дизайн у наукових дослідженнях позиціонує себе як «... комплексна міждисциплінарна проектно-художня діяльність, інтегруюча природничо-наукові, технічні, гуманітарні знання, інженерне та художнє мислення, спрямована на формування на промисловій основі предметного світу в надзвичайно великій «зоні контакту» його з людиною в усіх без винятку сферах життєдіяльності» [5, с. 59].

Науково-технічні, інформаційні революції змістили акцент на зростання ролі підприємця-новатора, який до вирішення проблем уміє застосовувати інноваційні підходи, засновані на творчості, володіє сучасними знаннями і постійно продукує їх, активно ініціює нові креативні ідеї та прогресивні рішення.

Сьогодні сучасним бізнесом високо ціняться фахівці, наділені здібностями креативити, які вміють поєднувати творчість з підприємницьким хистом. Проте таке поєднання не часто можна зустріти на практиці. Зазвичай, твор-

ча людина створює образи і естетичні моделі майбутнього продукту, а інша – володіє маркетинговими технологіями і комерційними навичками з його продажу на ринку. Існуванню даної проблеми можна надати двояке пояснення:

1) наявністю у дизайнерів слабких, недостатніх знань з основ ведення бізнесу та розвитку креативного підприємництва;

2) слабким рівнем інтегрованості дизайнерських знань у реальний бізнес.

Щодо першого аспекту проблеми, то вирішити її можна через систему вищої освіти шляхом введення в навчальні програми дисциплін, пов'язаних з вивченням креативного підприємництва, де майбутні креативні підприємці опанують економічні знання з основ креативного бізнесу і отримають навички аналізу і планування основних економічних показників його розвитку.

Проте в даній статті автор прагне зосередити увагу саме на другій складовій цієї проблеми, адже вона має більш масштабне соціально-економічне значення для економіки країни.

Цінність дизайнерського знання полягає в тому, що воно акумулює в собі інтегральну творчість, поєднує високу естетику з практичною доцільністю, а тому потрапляючи в бізнес-середовище, формує базу для зростання і розвитку інноваційного потенціалу підприємства, яке його використовує.

Сучасний дизайнер повинен володіти творчими і художніми здібностями та якісними характеристиками, які визначають його як неординарну творчо-креативну особистість, а саме: підвищеною увагою до деталей; здатністю до сприйняття просторового співвідношення предметів, до створення образу за словесним описом, до зорових уявлень; умінням передбачати результат; абстрактністю, асоціативністю і гнучкістю мислення; навичками креслення, здатністю до конструювання і проектування; мати почуття смаку, гармонії і симетрії. Як фахівець, дизайнер має володіти такими професійними компетенціями, як: навичками якісного художньо-конструкторського проектування виробів, відповідно до техніко-економічних і ергономічних вимог; навичками розробки і складання технічної документації на вироби; умінням здійснювати пошук, відбір і аналіз патентної та іншої науково-технічної інформації, що необхідна в процесі художнього конструювання на різних його стадіях; навичками пошуку та реалізації найбільш раціональних художньо-конструкторських рішень; володіти знаннями про тенденції розвитку галузі художнього конструювання, уміти їх аналізувати та іншими уміннями і навичками [5, с. 61-62].

Отже, можна стверджувати, що за сво-

ім змістовим наповненням і функціональним призначенням, дизайнерські знання містять ознаки інноваційності, що є дуже цінним для бізнесу в аспекті створення інновацій. Адже інновації, створені на основі дизайну, вимагають більш високого рівня креативності для досягнення синтезу усіх багаточисельних змінних інноваційних проектів.

Проте, як свідчать результати численних досліджень, представники малого і середнього бізнесу мають обмежене розуміння сутності і призначення дизайну, через обмеженість ресурсів, є менш схильними до ризику та інноваційної активності, володіють недостатнім досвідом проектування. Тому, для вирішення другого аспекту проблеми, важливим завданням для бізнесу є організація навчання з метою засвоєння нового дизайнерського знання та його впровадження в усі бізнес-процеси. Це можна досягти шляхом навчання працівників малого і середнього бізнесу із залученням дизайнерських агентів (фасилітаторів), що потребує співпраці між бізнесом і представниками сфери дизайну.

На зростаючій цінності дизайну та його впливу на розвиток інновацій і зміцнення на цій основі конкурентоспроможності національних економік країн ЄС, акцентує увагу Європейська комісія, яка зініціювала створення у 2012 р. Європейської ради лідерів дизайну. У 2013 р. уже був опублікований Європейський план дій щодо дизайну, за яким шість проектів ЄС було співфінансовано в рамках Програми конкурентоспроможності та інновацій, до яких було залучено 46 організацій із 19 країн-членів. Одним з таких проектів, на який було виділено найбільший обсяг інвестицій, був проект «Дизайн для Європи», реалізація якого сприяла створенню веб-платформи, що підтримувала взаємне навчання, спілкування та партнерство. Через дану онлайн платформу було забезпечено проведення програмних заходів, які створили умови для розробки інновацій по всій Європі. У 2016 р. Комісія ЄС запустила програму «Дизайн для підприємств» з різних можливих застосувань з метою проведення навчальних занять, на яких вивчалися методології проектування та можливість їх застосування в повсякденному бізнесі для МСП по всій Європі. Завдяки таким програмним заходам, ряд держав-членів, включаючи Данію, Естонію, Ірландію та Словенію, розробили власні плани розвитку дизайну, а дві країни – Фінляндія та Латвія у 2013 та 2018 роках, відповідно, опублікували національні стратегії розвитку дизайну. Ці результати демонструють потенціал для мобілізації порядку денного з розвитку дизайну на найвищих рівнях урядів цих країн [6].

Однією з європейських країн, що активно і динамічно розвиває дизайн є Великобританія. За даними звіту [6] станом на 2018 р. у цій країні до сфери дизайнерської діяльності було залучено 1 693 200 дизайнерів, з яких 36,9 % були зайняті безпосередньо у галузі дизайну та 63,1 % працювали в інших галузях. Загальний річний обсяг послуг дизайнерської діяльності склав 95,4 млрд євро, що становить 7 % ВДВ та 7% від усього експорту країни. Крім того, у Великобританії підготовку дизайнерів здійснюють 232 школи дизайну, які щорічно випускають 166 930 студентів.

Великий внесок у дослідження економічної цінності дизайну для економіки Великобританії вніс Дж. Кокс. Саме цей вчений у своїх дослідженнях запропонував уряду країни поєднати дизайн і креативність для створення бізнес-інновацій, зокрема, для МСП. Його спостереження продемонстрували, що креативність, дизайн та інновації можуть допомогти економіці Великобританії зберегти лідерство на конкурентному світовому ринку, особливо коли існує загроза конкуренції з боку країн, що розвиваються. Кокс звернув увагу на значення дизайну в аспекті створення інновацій і описав дизайн як творчість, що розроблена для певної мети [2].

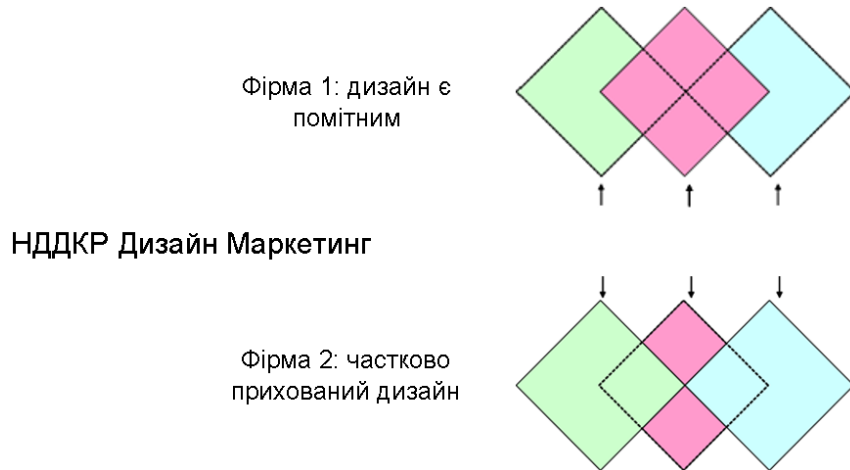
Про зростання ролі дизайну у інноваційній діяльності промислових підприємств акцентують увагу у своїх дослідженнях британські науковці Рікардо Дж. Ернандез, Рейчел Купер, Брюс Тетер і Емма Мерфі. З метою визначення впливу дизайну на промисловість і розуміння кращого сприйняття дизайну бізнес-спільнотою, вчені провели національне опитування промисловців Великобританії, яке дало можливість констатувати, що дизайн в значній мірі бере участь у створенні цінності і сприяє інноваціям у малому і середньому бізнесі. Дослідження підтвердило роль дизайну у маркетингових інноваціях, проте на думку вчених, дане питання ще потребує подальшого вивчення, оскільки за результатами опитування, підприємці ще не помічають цінності захисту дизайнерської продукції за допомогою зареєстрованих промислових зразків і не відокремлюють його від захисту своїх технологій через патенти [1].

Хобдей, М., Боддінгтон, А. і Грентем, А. [3] досліджували інновації і дизайн з позиції управління та економіки. Результати їх напрацювань продемонстрували, що загалом в існуючих наукових дослідженнях інновацій, дизайн практично відсутній, зокрема, в теорії, викладанні, підручниках і дослідженнях, тобто не займає ще належного місця у соціальних науках, зокрема в аспекті бізнес-стратегії, під-

приємництва і маркетингу, у сфері управління бізнесом, а також у соціології, організаційних науках і економічних галузях. На їх переконання, від зближення галузей інноваційних досліджень і дизайну (дизайн-мислення), бізнес та економіка можуть отримати значні вигоди. Це говорить про те, що творча діяльність може формувати серйозні виклики усталеним тривалий час стандартним і раціональним поглядам на дослідницьку та інноваційну діяльність компаній та багатьом стандартним інструментам управління інноваціями.

Ще один британський вчений – Брюс Тетер [4] у своїх дослідженнях зазначає, що крім технологічних інновацій, які забезпечують технічну чи технологічну новизну, є ще й нетехнологічні, що засновані на нових дизайнах чи концепціях та не містять технологічної новизни. До них науковець відносить інновації в дизайні і інновації на основі концепцій. Першими є радикально нові продукти чи послуги, отримані шляхом дизайну без або з мінімальною технічною новизною, а другими – інновації, що включають нову концепцію без нових технологій і, в якості прикладу, розглядає гірський велосипед, сноуборд, Apple's iPod, аудіо MP3-програвач Sony Walkman. Дослідник наводить докази того, що компанії, які інвестують в дизайн, мають значно кращі показники діяльності. Тетер Б. глибоко дослідив природу дизайнерських інновацій та присутність дизайну в інноваціях промислових і технічно розвинутих компаній і зазначає, що дизайн у них представлений як підфункція, іноді "прихована" або в межах НДДКР як пілотних інновацій, або між НДДКР і функцією маркетингу (рис. 1). На його переконання, у дизайнерських інноваціях важливим є творчий внесок та вміння досягти певного творчого чи концептуального стрибка, що ще раз доводить складність виміру вкладу дизайну як у технологічну, так і нетехнологічну (м'яку) складову інновацій [4].

Загалом можна констатувати, що інноваційний прояв креативних індустрій, до яких належить індустрія дизайну, відображається у розвитку креативного підприємництва, де формується власна підприємницька ініціатива, залучається творче і креативне мислення до вирішення проблем, розвивається винахідливість і комунікація, гнучкість і стійкість до ризиків. Креативність і творча енергія представників креативного сектору економіки переходить в інші сфери і види діяльності, формуючи нові бізнес-моделі розвитку економіки окремих міст, регіонів і країн. Інновації у сфері креативного бізнесу легше піддаються швидкому копіюванню, ніж технологічні інновації, що сприяє швидкості поширення нових знань, їх генеруванню для появи нових інновацій, які зу-



**Рис. 1. Видимість дизайну у промислово-технологічних компаніях**

Джерело: [4]

мовляють прогресивний економічний розвиток креативних індустрій. Такі творчі види діяльності як дизайн є часто інтегрованими у технологічні наукоємні продукти чи послуги, що підвищує їх естетичну привабливість і технологічну цінність. Проте виокремити вклад дизайну у розвиток технологічних інновацій є надто складним процесом і в реальності практично неможливим, адже дизайнерські підходи до створення продукту завжди спрямовані на споживача, а отже є адаптованими і гнучкими у ринковому середовищі та одночасно цінними для бізнесу.

**Висновки з цього дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямку.** Таким чином, узагальнюючи все вище зазначене, можна констатувати, що дизайн є цінним джерелом і ресурсом для створення інновацій як у дизайнерській діяльності, так і у інших сферах бізнесу. Інновації, створені з участю дизайну можна розглядати як підсилювачі якості товарів і послуг, які наповнені новим значенням і змістом, оскільки передають своєрідну «мову» продукту (послуги). Теоретичний аспект інноваційних досліджень і теоретичних знань про інновації як нових продуктів, процесів чи послуг повинен розглядатися не тільки з позиції значимості для

світу і ринків, а й для самих компаній. Адже інновація є ще й процесом, що передбачає тривалий в часі розвиток компаній та застосування ними нових знань і навичок у всіх процесах, як внутрішньої корпоративної політики, так і зовнішньої діяльності. Теорія інновацій повинна містити дизайнерську складову, де дизайн, як галузь знань, що формує дизайн мислення, має бути обов'язковою складовою бізнес-процесів і приймати участь у формуванні такої важливої для бізнесу навички, як вирішення проблем; бути центральною частиною промислових інновацій, важливим елементом процесу проектування дизайну продукту; джерелом інновацій у дизайнерських концепціях; інструментом інновацій у системі менеджменту. дизайн як творчий підхід до вирішення проблем, який можна застосувати в приватному та державному секторах для стимулювання інновацій у продуктах, послугах, суспільстві та навіть у розробці політики.

Перспективним напрямом подальших наукових досліджень можна розглядати освітній фактор розвитку креативного підприємництва з метою якісної підготовки креативних підприємців як основи забезпечення стійкого та сталого розвитку національних економік.

#### БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

- Hernandez, R. J., Cooper, R., Tether, B. & Murphy, E. (2017) The Value of Design in Innovation: results from a survey within the UK Industry, *The Design Journal*, 20:sup1, S691-S704, DOI: 10.1080/14606925.2017.1353015.
- Cox, G. (2005), *Cox Review of Creativity in Business: Building on the UK's Strengths*, HM Treasury, London.
- Hobday, M., Boddington, A., & Grantham, A. (2011). An innovation perspective on design: part 1. *Design Issues*, 27(4), 5-15. [https://doi.org/10.1162/DESI\\_a\\_00101](https://doi.org/10.1162/DESI_a_00101).
- Tether, B. (2005). The role of design in business performance. Manchester: *ESRC Centre for Research on Innovation and Competition*. URL: [https://www.researchgate.net/publication/250873766\\_The\\_Role\\_of\\_Design\\_in\\_Business\\_Performance/\(accessed 26 June 2022\)](https://www.researchgate.net/publication/250873766_The_Role_of_Design_in_Business_Performance/(accessed%2026%20June%202022)).
- Алексєєва, С. Дизайн і підприємництво: сучасні проблеми та перспективи підготовки до підприємницької діяльності в системі дизайнової освіти. Мистецька освіта: зміст, технології, менеджмент : зб. наук. пр. / Арт академія сучасного мистецтва ім. С. Далі, Інститут ПТО НАПН України. Київ: Вид-во ТОВ «ТОНАР», 2020. Вип. 15. С. 57-71. (Серія: Педагогічні науки). <https://doi.org/10.37041/2410-4434-2020-15-4>.
- European Design Report 2.0 - Interreg Europe (2018): BEDA / Co-Funded by the Creative Europe Programme of the Europe Union. URL: [https://www.interregeurope.eu › file\\_1543245130](https://www.interregeurope.eu › file_1543245130) (accessed 25 June 2022).

## REFERENCES:

1. Hernandez, R. J., Cooper, R., Tether, B. & Murphy, E. (2017) The Value of Design in Innovation: results from a survey within the UK Industry, *The Design Journal*, 20:sup1, S691-S704, DOI: 10.1080/14606925.2017.1353015.
2. Cox, G. (2005), *Cox Review of Creativity in Business: Building on the UK's Strengths*, HM Treasury, London.
3. Hobday, M., Boddington, A., & Grantham, A. (2011). An innovation perspective on design: part 1. *Design Issues*, 27(4), 5-15. [https://doi.org/10.1162/DESI\\_a\\_00101](https://doi.org/10.1162/DESI_a_00101).
4. Tether, B. (2005). The role of design in business performance. Manchester: *ESRC Centre for Research on Innovation and Competition*. URL: [https://www.researchgate.net/publication/250873766\\_The\\_Role\\_of\\_Design\\_in\\_Business\\_Performance/](https://www.researchgate.net/publication/250873766_The_Role_of_Design_in_Business_Performance/) (accessed 26 June 2022).
5. Alieksieieva, S. (2020). Dyžain i pidprijemnytstvo: suchasni problemy ta perspektyvy pidhotovky do pidprijemnytskoi diialnosti v systemi dyžainosvity [Design and entrepreneurship: modern problems and prospects of preparation for entrepreneurial activities in the design education system]. *Art Education: Content, Technologies, Management* : Kyiv: TOV «TONAR», DOI:10.37041/2410-4434-2020-15-4 (in Ukrainian).
6. European Design Report 2.0 - Interreg Europe (2018): BEDA / Co-Funded by the Creative Europe Programme of the Europe Union. URL: [https://www.interregeurope.eu › file\\_1543245130](https://www.interregeurope.eu › file_1543245130) (accessed 25 June 2022).