

УДК 745:687.016

Гардабхадзе І.А.

Київський національний університет  
культури і мистецтв (КНУКіМ)**ІННОВАЦІЇ У ФЕШН-ДИЗАЙНІ:  
ОЦІНКА, УПРАВЛІННЯ, ЕФЕКТИВНІСТЬ**

*Гардабхадзе І.А. Інновації у фешн-дизайні: оцінка, управління, ефективність.* Проаналізовано роль інновацій у фешн-дизайні. Викладено особливості взаємозв'язку феномена моди та інновацій у процесі пошуку дизайнерських рішень сучасного одягу. Охарактеризовано основні фактори впливу інновацій на ефективність дизайнів-проектів. Розглянуто типи інноваційних проектів у фешн-дизайні і надано узагальнену оцінку їхнього інноваційного потенціалу. Запропоновано системний підхід до оцінки ефективності результатів впровадження інновацій у процесі проектування сучасного костюма. Описано метод цілеспрямованого пошуку інноваційних рішень, заснований на моделі збалансованого трикутника ефективності. Показано, що запропонований метод пошуку інноваційних рішень може бути застосований для управління ефективністю дизайнів-проектів з можливістю усунення обмежень типу «пляшкового горлечка», які знижують результативність процесів створення сучасного одягу.

**Ключові слова:** інновації у фешн-дизайні, інноваційність дизайнерських рішень, ефективність, комплексна оцінка інноваційності

*Гардабхадзе И.А. Инновации в фэшн-дизайне: оценка, управление, эффективность.* Проанализирована роль инноваций в фэшн-дизайне. Изложены особенности взаимосвязи феномена моды и инноваций в процессе поиска дизайнерских решений современной одежды. Охарактеризованы основные факторы влияния инноваций на эффективность дизайнов-проектов. Рассмотрены типы инновационных проектов в фэшн-дизайне и приведена обобщенная оценка их инновационного потенциала. Предложен системный подход к оценке эффективности результатов внедрения инноваций в процессы проектирования современного костюма. Описан метод целенаправленного поиска инновационных решений, основанный на модели сбалансированного треугольника эффективности. Показано, что предложенный метод поиска инновационных решений может быть применен для управления эффективностью дизайн-проектов с возможностью устранения ограничений типа «бутылочного горлышка», которые снижают результативность процессов создания современной одежды.

**Ключевые слова:** инновации в фэшн-дизайне, инновационность дизайнерских решений, эффективность, комплексная оценка инновационности.

*Hardabkhadze I.A. Innovations in fashion design: assessment, management, efficiency.* The paper describes a role of innovation for success in fashion industry. The features relationships between the phenomenon of fashion and innovation were described during the design process of modern clothes. It is shown, that there are some main innovative factors which influence at effectiveness of design project. The types of innovative projects in the fashion industry were presented with the prediction of assessment their innovative potential. A system approach for innovation effectiveness assessment in design-processes during modeling of modern clothes was proposed. This approach is based on a model of a balanced triangle of effectiveness. How it is known, there are some negative factors like “bottleneck”, which influence to effectiveness of clothes modeling. One of results of approach which was proposed is a method for targeted finding of innovative solutions to cutting down of “bottleneck” of design project.

**Keywords:** innovation in fashion design, innovative design solutions, efficiency, integrated assessment of innovation.

**Постановка проблеми.** У повсякденному житті феномен інновацій став настільки звичним, що у більшості випадків це поняття використовується як інтуїтивно зрозуміле та не вимагає додаткових коментарів або спеціального аналізу. Однак, для успішного управління інноваційною діяльністю необхідне знання ключових факторів впливу інновацій на протікання процесів. У сучасному суспільстві накопичений високий потенціал знань для ефективного впровадження досягнень високих технологій, проте існує ряд напрямків, у яких для управління інноваційною діяльністю потрібний нестандартний підхід, який відрізняється від підходу, що склався у таких високотехнологічних галузях, як мікроелектроніка, ІСТ, енергетика, біоінженерія. Таким напрямком діяльності є фешн-дизайн, який сполучає у собі художньо-естетичні, технологічні та соціально-психологічні аспекти. Рішення актуальних проблем дизайну костюма усе більше спирається на ланцюжок інновацій, аналіз факторів впливу яких на процеси створення та просування на ринок виробів сучасного одягу сформувався в самостійну актуальну проблему фешн-дизайну. Ця проблема у сукупності із задачею достовірної оцінки результатів інноваційної діяльності становлять актуальні питання теорії та практики художнього проектування костюма.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Дослідження факторів впливу інновацій на результати діяльності ведуться у широкому спектрі напрямків [6–10; 14]. Зростає інтерес до пошуку раціональних підходів до достовірної оцінки інноваційних проектів та управління інноваційною діяльністю [12; 13; 15]. Багато досліджень присвячено інноваціям у теорії та практиці художнього проектування одягу. В публікаціях останніх років [1; 2; 4; 6; 11] представлені результати робіт, що звертаються до теми інновацій в індустрії моди.

**Визначення невирішених проблем.** У сьогоденному науково-творчому середовищі зростає

інтерес до результатів досліджень ролі інновацій у дизайнерській творчості. Однак, незважаючи на високу активність досліджень феномена інновацій, питання їхнього впливу на результати дизайнерської діяльності в цей час вивчені недостатньо глибоко для використання у практиці управління ефективністю фешн-проектів. Вивчення альтернативних підходів до типологізації інноваційної діяльності [6; 7; 17] дозволяє стверджувати, що жодна з систем індикаторів, які характеризують інноваційні процеси у високотехнологічних сферах, не відбиває соціально-психологічну, естетичну та побутову сутність феномена моди. У роботах, присвячених вивченню природи інноваційної діяльності, не розглядається вплив тенденцій моди на креативну генерацію інноваційних дизайнерських рішень. Можна відзначити, що в наукових публікаціях відсутні матеріали системних досліджень, які висвітлюють ролі інновацій у вирішенні проблем дизайну сучасного костюма. У тому числі не знайдено конструктивного підходу до управління інноваціями, який можна було б застосувати на практиці в реальних умовах індустрії моди, не запропоновано методик оцінки інноваційності як процесів проектування, так і дизайнерських рішень моделей та колекцій сучасного одягу.

**Метою даної роботи** є аналіз факторів впливу інновацій на результати дизайн-проектів з урахуванням комплексної природи дизайну, а також побудова підходу до оцінки інноваційності процесів та результатів дизайнерської діяльності, вірогідність якої буде заснована на всебічному аналізі новаторських ініціатив усіх складових дизайн-проекту.

**Викладення основного матеріалу.** Для реалізації поставленої мети були вирішені наступні завдання:

- описані та відібрані найбільш значимі ролі інновацій у фешн-дизайні з розкриттям взаємозв'язку феномена моди та інновацій у процесі побудови дизайнерських рішень сучасного одягу;
- проаналізовано типи інновацій та інноваційний потенціал проектів сегменту сучасного одягу індустрії моди;
- запропонований та обґрунтований підхід до оцінки інноваційності процесів створення сучасного одягу;
- визначено фактори впливу інновацій на ефективність дизайн-проектів.

Дана робота спирається на результати, які раніше були отримані автором та описані у роботі «Особливості інноваційної діяльності в сегменті сучасного одягу індустрії моди» [4], а саме на особливості ролі інновацій у процесах створення сучасного одягу. У статті описані типові об'єкти інновацій у фешн-дизайні та надана узагальнена характеристика інноваційного потенціалу складових дизайн-проектів сучасного одягу, сформульовані поняття інноваційності дизайнерсь-

ких рішень та фешн-проектів [4]. Спираючись на отримані в цій роботі результати, розглянемо процес художнього проектування сучасного одягу як комплексний інноваційний проект у ракурсі художньо-естетичних, проектно-конструктивних та соціально-культурологічних критеріїв з акцентом на інноваційність.

*Особливості ролі інновацій у фешн-дизайні.* Основною відмінною рисою інновації в дизайні сучасного костюма є трансформація нововведень із допоміжної, інструментальної ролі, спрямованої на підвищення ефективності функціонування об'єкта й/або на подолання конкретних недоліків і обмежень процесів в основний продукт діяльності. Інновації в фешн-дизайні несуть на собі цільове навантаження, тобто є однією з основних цілей проектування. Можна вважати, що не тільки перспективні й авторські, але й промислові колекції є продуктами проектів, які інноваційні по своїй природі.

*Взаємозв'язок феномена моди та інновацій у процесі пошуку дизайнерських рішень сучасного одягу.* Як інновації, так й відповідність тенденціям моди відносяться до ключових факторів успішності фешн-проекту. Оскільки мода служить двигуном перспективних тенденцій у фешн-дизайні і оскільки новизна дизайнерських рішень є живильним середовищем розвитку моди, костюм не може претендувати на роль фешн-продукту без інновацій. Таким чином, новизна – невід'ємний атрибут моди і в такій же мірі – невід'ємний атрибут дизайнерських рішень сучасного костюму.

*Типи інноваційних проектів індустрії моди.* У прийнятому в інновації традиційному поданні під інноваційним проектом розуміється система взаємообумовлених і взаємопов'язаних по ресурсах, строках і виконавцях заходів, спрямованих на досягнення конкретних цілей на пріоритетних напрямках розвитку науки і техніки [12]. Проекту відповідає інноваційний процес послідовного перетворення ідеї на товар, що проходить етапи фундаментальних, прикладних досліджень, конструкторських розробок, маркетингу, виробництва та збуту [17].

Інноваційні проекти індустрії моди можна поділити на дві категорії – проекти традиційного інвестиційного типу і проекти короткого циклу, які мають на меті створення та реалізацію сучасного одягу. Перший тип інноваційних проектів представлений інвестиційно-технологічними, інвестиційно-інфраструктурними проектами та проектами реінжинірингу бізнес-процесів, які прив'язані до первинного сектора, до інфраструктури та торговельного сегмента ринку індустрії моди. Другий тип інноваційних проектів представлений процесами створення нових моделей сучасного одягу, тобто фешн-проектами, які є базовими процесами функціонування вторинного сегменту індустрії моди. Фешн-проект – особливий тип інноваційного проекту, відмінність якого від традиційних проектів

обумовлена домінуючою роллю інновацій у фешн-дизайні. Дизайн-проект, що має на меті розробку колекції та запуск моделей одягу у виробництво, відрізняється від «хай-тек»-проектів, пов'язаних із технологічними, економічними, сервісними або організаційно-системними нововведеннями, малою часткою фундаментальних і прикладних досліджень, сезонністю, циклічністю, принциповою залежністю від тенденцій моди, дизайнерського бренда та властивостей матеріалів, короткими строками реалізації, масштабом інвестицій.

*Інноваційні потенціали складових дизайн-проектів сучасного одягу.* Творчий процес художнього проектування костюма може бути представлений трьома процесами різної природи та трьома групами факторів відповідно до цих складових: художньо-естетичними, утилітарними та соціальними факторами [5]. Фактори інноваційності у фешн-дизайні доцільно також охарактеризувати комплексом трьох груп компонентів, які прив'язані до характеристик об'єктів дизайну. Інноваційність соціальних та художньо-естетичних факторів становлять специфічну складову інновацій у дизайні. Інноваційний потенціал художньо-естетичних факторів костюма відноситься до основних характеристик фешн-проекта та проявляється у досягненні оригінальності композиційних рішень, свіжості сприйняття моделей колекції, зміцнення та реювензації дизайнерського бренда.

Потенціал інноваційності соціальних факторів реалізується у костюмі за рахунок демонстрування приналежності особистості до бажаного соціального рівня та залучення нових символів ідентифікації членів певних соціальних груп. Потенціал інноваційності утилітарних факторів реалізується за зразком технологічних напрямків за рахунок розширення асортименту, надання нових функцій і властивостей, підвищення технологічності і якості виробів одягу.

*Побудова підходу до оцінки інноваційності дизайнерських рішень костюму.* Існуючі методики оцінки моделей колекцій сучасного одягу спираються на комплекс художньо-естетичних, утилітарних і соціальних критеріїв. Для оцінки інновацій ці критерії перетворюються у ключові фактори впливу нововведень на ефективність дизайн-проектів, у складі яких ступінь відповідності тенденціям моди є ключовим фактором оцінки інноваційності дизайнерських рішень. І якщо такі критерії, як собівартість, якість посадки й технологічність оцінюються згідно з розробленим та апробованим на практиці формалізованим методом з перевагою об'єктивних критеріїв, оцінка художньо-естетичних властивостей моделей одягу визначається такими суб'єктивними чинниками, як свіжість сприйняття, новизна, оригінальність композиційного рішення та міра відповідності перспективним тенденціям моди, які корелюють з ознаками інновацій. Для ви-

користання цих критеріїв для оцінки інновацій потрібно їхня подальша деталізація та гармонізація з суттю інновацій.

Для оцінки інноваційності фешн-проекту можна запозичити елементи методики управління ефективністю проектування, що заснована на комплексній оцінці результатів на кожному етапі [3; 5; 6]. Підхід до пошуку збалансованого стану між художньо-естетичними, утилітарними та соціальними факторами впливу на ефективність дизайн-процесу представлений у роботі [5] на основі моделі збалансованого трикутника ефективності. Як показано на рисунку, за аналогією зі збалансованим трикутником ефективності можна побудувати модель оцінки інноваційності на основі збалансованого трикутника інновацій. Цей підхід дає можливість підвищення ефективності проектування шляхом цілеспрямованого пошуку інноваційних рішень з метою усунення «пляшкового горлечка» дизайн-проектів. На рисунку у лівій частині представлена модель «збалансованого трикутника ефективності дизайн-процесів», а праворуч – модель «образа інноваційності дизайн-процесів». Трикутник ефективності утворений трьома групами факторів: – «Естетичні якості», «Соціальні фактори», «Утилітарні властивості» [5]. На фоні ідеалізованої моделі збалансованого трикутника відображена оцінка гіпотетичного процесу проектування. Порівнюючи модулі ідеалізованої і поточної оцінки, можна візуально визначити «помилки регулювання процесу». Дана інтерпретація наочно демонструє, які параметри найбільше відстають від ідеалізованих, які фактори створюють ефект «пляшкового горлечка», який з напрямків найбільш ефективний для пошуку інноваційних рішень.

**Висновки.** У даній роботі запропоновано підхід до комплексної оцінки інновацій у фешн-дизайні. Проаналізовано можливість використання моделі збалансованого трикутника ефективності для цілеспрямованого пошуку інноваційних рішень з метою усунення «пляшкового горлечка» процесів проектування. Практична цінність результатів роботи у можливості достовірної оцінки як уже реалізованих інновацій, так і інновацій, що потрібні для вдосконалювання результатів проектування. Така оцінка дає інформацію для управління ефективністю та є фактором впливу на конкурентоспроможність дизайн-проекту.

**Перспективи подальшого дослідження.** Для вдосконалювання алгоритмів управління ефективністю фешн-проектів важлива подальша деталізація параметрів впливу, у напрямку яких можна було б ініціювати цілеспрямований пошук інновацій. Також перспективна конкретизація методів визначення вагових коефіцієнтів для побудови образів комплексної, інтегральної та допоміжної інноваційності.

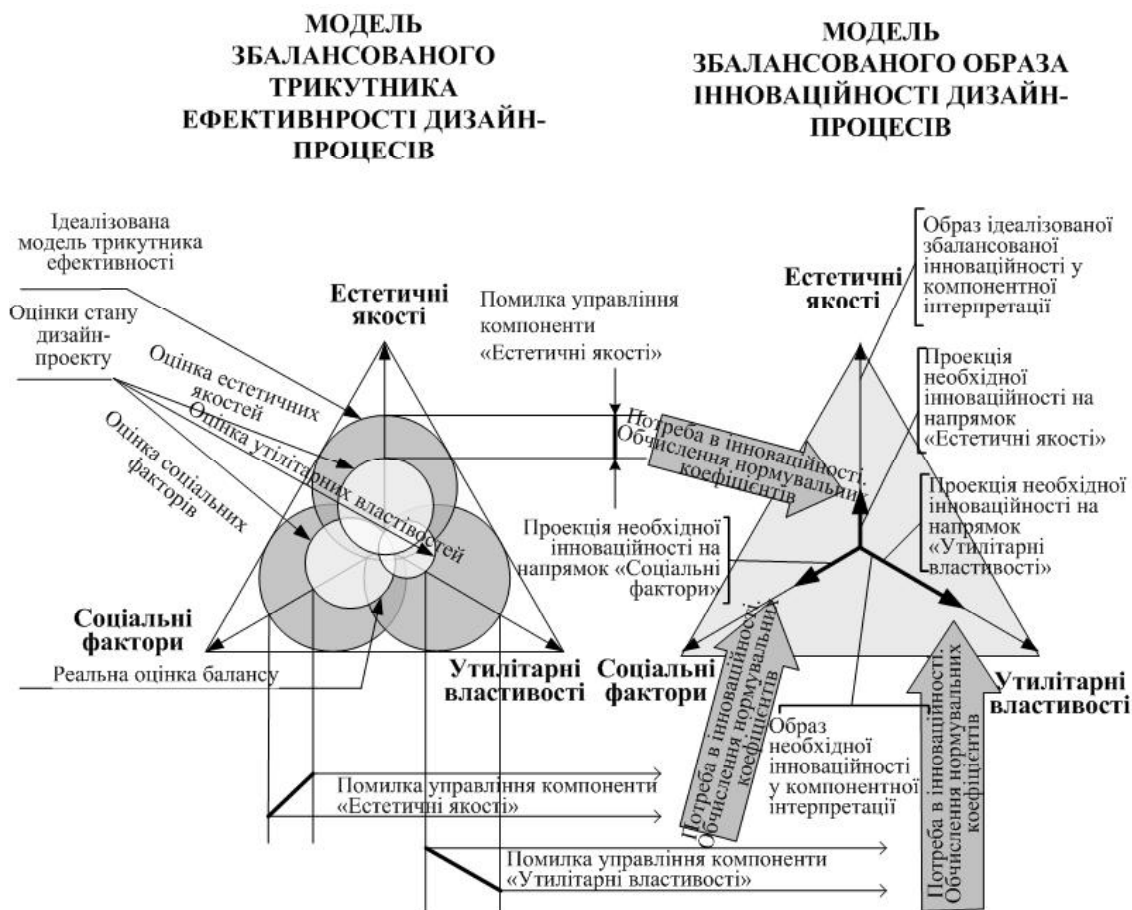


Рис. Підвищення ефективності дизайн-процесу методом «допоміжної інноваційності», яка визначається «помилкою регулювання процесів» на основі трикутника ефективності

#### Література:

- Гардабхадзе І.А. Актуальні проблеми теорії і практики художнього проектування сучасного одягу / І. А. Гардабхадзе // Вісник ХДАДМ. – X, 2012. – Вип. 13. – С. 18–24.
- Гардабхадзе І.А. Інноваційні методи візуалізації результатів художнього проектування одягу в індустрії моди / І.А. Гардабхадзе, М.О. Островецька // Наукові записки КНУКіМ. – К., 2012. – Вип. 13. – С. 33–41.
- Гардабхадзе І.А. Комплексна оцінка ефективності процесу проектування одягу на основі багатокомпонентної моделі / І.А. Гардабхадзе // Вісник КНУКіМ. Серія «Мистецтвознавство». – 2009. – Вип. 20. – С. 33–43.
- Гардабхадзе І.А. Особливості інноваційної діяльності у сегменті сучасного одягу індустрії моди / І. А. Гардабхадзе // Дизайн. Теорія та практика. – К.: НАУ, 2014. – № 3. – С. 3–14.
- Гардабхадзе І.А. Особливості наукового підходу до вирішення актуальних проблем дизайну одягу / І.А. Гардабхадзе // ХДАДМ, 2012. – № 15. – С. 5–7.
- Гардабхадзе І. А. Особливості системного підходу до вирішення актуальних проблем дизайну одягу / І.А. Гардабхадзе // ХДАДМ, 2012. – № 15. – С. 7–10.
- Инновационность. Взгляд общества: Интернет-проект [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.inno-prod.ru/> – Дата обращения: 10.04.2012. – Заглавие с экрана.
- Ілляшенко Н.С. Впровадження концепцій інноваційного маркетингу в діяльність промислових підприємств / Н.С. Ілляшенко // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2010. – № 1. – С. 28–33.
- Кузьмин А.М. Креативные и аналитические методы создания инноваций: справочник [Электронный ресурс] / А.М. Кузьмин. – Режим доступа: <http://www.inventech.ru/pub/guide/>. – Дата обращения: 10.04.2012. – Заглавие с экрана.
- Методы поиска идей и создания инноваций [Электронный ресурс] // Портал «Центр креативных технологий». – Режим доступа: <http://www.inventech.ru/pub/methods/>. – Дата обращения: 10.04.2012. – Заглавие с экрана.
- Міжнародна науково-практична конференція «Маркетинг інновацій і інновації у маркетингу» [Електронний ресурс] – режим доступа : <http://km.fem.sumdu.edu.ua/kafedra-marketingu/konferentsiya-marketing-innovatsiy-i-innovatsiy-v-marketingu>. – Дата доступа 10.10.2013. – Заглавие с экрана.
- Мутанов Г. Информационная система оценки инновационных проектов / Г. Мутанов, Г. Абдыкорова. – Усть-Каменогорск: ВКГТУ, 2010. – 136 с.
- Мутанов Г.М. Метод оценки инновационности и конкурентоспособности инновационных проектов [Электронный ресурс] / Г.М. Мутанов, Ж.С. Есенгалиева. – Фундаментальные исследования. – 2012. – № 3 (часть 3). – стр. 712–717. – Режим доступа: URL: [www.rae.ru/fs/?section=content&op=show\\_article&article\\_id=9999013/](http://www.rae.ru/fs/?section=content&op=show_article&article_id=9999013/). – Дата обращения: 15.10.2013. – Заглавие с экрана.
- Науковий журнал «Маркетинг і менеджмент інновацій» [Електронний ресурс] / Кафедра маркетингу та управління інноваційною діяльністю Сумського державного університету. – Режим доступу: <http://mmi.fem.sumdu.edu.ua/>. – Дата звернення 10.10.2013. – Назва з екрану.
- Слонимский Л.А. Комплексная система стратегического контроля показателей успеха проектов в инновационной компании: автореф. дис. на соиск. ученой степ. канд. эконом. наук: 08.00.05 [Электронный ресурс] / <http://www.dissercat.com/content/kompleksnaya-sistema-strategicheskogo-kontrolya-pokazatelei-uspekha-proektov-v-innovatsionno-ixzz34ANJXwc>
- Сумина О. Н. Развитие рынка технологических инноваций в Украине у процесі інтернаціоналізації науки і технологій / О.Н. Сумина, Ю.Я. Ткачук // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2011. – № 2. – С. 139–144.
- Хайруллин Р.А. Этапы инновационного процесса / Р.А. Хайруллин // – Фундаментальные исследования. – 2011. – № 12 (часть 4). – М.: Академия естествознания. – С. 809–813.