

Следующим мероприятием будет поиск новых поставщиков материальных ресурсов. Это могут быть, например, поставщики из более близлежащих населенных пунктов. С такой политикой предприятию удастся исключить как минимум транспортные затраты. Либо же если новые поставщики могут поставлять больший объем материальных ресурсов. При условии, что производственные мощности предприятия позволяют производить больший объем продукции, что позволит нам значительно уменьшить издержки предприятия, тем самым снизить себестоимость выпускаемой продукции.

Еще предприятию следует заменить имеющееся оборудование на высокотехнологичное. Например, это оборудование будет выполнять одновременно несколько производственных операций, что раньше удавалось только при использовании нескольких. Либо же это оборудование при выполнении тех же производственных операций будет потреблять меньше топливно-энергетических ресурсов или же ему потребуется меньший срок времени, что увеличит выработку. Таким образом, каждое предприятие, исходя из своей специфики, должно разрабатывать программу снижения материалоемкости продукции, рационального использования сырьевых и топливно-энергетических ресурсов. Государство должно проводить эффективную экономическую политику и стимулировать процессы по рациональному и экономному использованию сырьевых и топливно-энергетических ресурсов на предприятиях. Это позволит добиться поставленных задач.

Л и т е р а т у р а

1. Головачев, А. С. Экономика организации (предприятия) : учеб. пособие / А. С. Головачев, Л. А. Лобан. – Минск : РИВШ, 2022. – 387 с.
2. Володько, О. В. Экономика организации : учеб. пособие для вузов / О. В. Володько, Р. Н. Грабар, Т. В. Зглюй ; под ред. О. В. Володько. – 3-е изд., испр. и доп. – Минск : Выш. шк., 2017. – 396 с.

ОСОБЕННОСТИ РАЗРАБОТКИ ПРОЕКТОВ В ДИЗАЙНЕРСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Д. И. Корнеев

*Учреждение образования «Гомельский государственный технический
университет имени П. О. Сухого», Республика Беларусь*

Научный руководитель И. В. Ерманина

Рассмотрены особенности разработки проектов в дизайнерской деятельности, ключевые аспекты, необходимые для успешной реализации проекта.

Ключевые слова: дизайнерская деятельность, проект, бриф, прототип, преимущества дизайна.

Цель исследования – изучение характерных особенностей дизайнерских проектов и основных аспектов, влияющих на процесс создания качественного и востребованного дизайнерского продукта. В основу методики исследования был положен анализ научных публикаций по изучаемой теме.

Результаты проведенного исследования показывают, что дизайнерская деятельность – это сложный и многогранный процесс, требующий не только креативности и художественного вкуса, но и сохранения знаний в области технологий, психологии, маркетинга и управления проектами. Разработка проектов в этой сфере имеет

свои характерные особенности, которые необходимы для достижения результата. Успешный дизайнер должен обладать навыками исследования, анализа, коммуникации и управления проектами, чтобы превратить абстрактную идею в конкретный, функциональный и эстетически привлекательный продукт. Рассмотрим основные аспекты, влияющие на процесс создания качественного и востребованного дизайнерского продукта [1]:

1. Понимание настроения и целей заказчика.

Первым и, пожалуй, самым важным этапом разработки любого дизайнерского проекта является четкое понимание настроения, целей и ожиданий заказчика. Это требует активного взаимодействия, проведения интервью и анализа предоставленной информации. Важно не просто выслушать клиента, но и задать уточняющие вопросы, чтобы указать скрытые размеры и ограничения. На этом этапе применяется бриф – документ, в котором четко прописаны все требования к проекту, сроки выполнения и бюджет. Качественно составленный бриф является залогом успешной реализации проекта [2].

2. Исследование и анализ.

После получения брифа необходимо провести тщательное исследование и анализ, включающий в себя, тенденции и влияние в выбранной области дизайна. Это позволит создать продукт, который будет не только внешне привлекательным, но и конкурентоспособным и востребованным на рынке. На этом этапе дизайнер изучает целевую аудиторию, конкурентную среду, тенденции и ограничения, а также формирует четкое понимание задач и целей проекта. Исследование может включать изучение статистики, проведение опросов, анализ существующих решений и прототипов. Важно понимать, какие решения уже существуют, какие проблемы они решают, и как можно создать что-то новое и лучшее.

3. Генерация идей и концептуализация.

На основе полученной информации начинается процесс генерации идей и концептуализации. Это творческий этап, требующий использования различных техник и методов, таких как мозговой штурм, эскизирование, прототипирование и визуализация. Важно не ограничивать себя рамками, а использовать как можно более продвинутые идеи, даже если они на первый взгляд совершенно нереалистичны. Затем, из большинства идей выбираются наиболее перспективные и разрабатываются в виде концепций – представления о будущем продукте.

4. Проектирование и разработка.

После утверждения концепции начинается этап проектирования и разработки. На этом этапе рассматриваются детальные чертежи, схемы, макеты и прототипы, которые позволяют визуализировать будущий продукт и оценить его функциональность и эргономику. Используются различные программные средства для 2D- и 3D-моделирования, интерактивного создания прототипов и визуализаций. Важно учитывать технические ограничения, требования к безопасности и эргономике, а также доступность материалов и технологий.

5. Тестирование и итерации.

Созданный прототип или макет проходит испытания. Это позволяет выявить недостатки, ошибки и неточности в дизайне, а также получить обратную связь от пользователей. На основе результатов тестирования вносятся корректировки и улучшения, и процесс повторяется до тех пор, пока продукт не будет соответствовать требованиям заказчика и ожиданиям пользователей. Итеративный подход к разработке позволяет производить более качественную и востребованную продукцию.

6. Предварительный просмотр и презентация.

После выполнения этапов проектирования и разработки необходимо создать качественную визуализацию продукта, которая позволит представить его в наиболее выгодном свете. Используются различные техники и инструменты для создания реалистичных 3D-моделей, рендеринга, анимации и интерактивных презентаций. Важно донести до потребителя преимущества разработанного дизайна, его уникальность и решение поставленных задач.

7. Реализация и внедрение.

Последним этапом разработки дизайнерского проекта является его реализация и внедрение. Сюда может входить производство, строительство, монтаж, ввод в эксплуатацию оборудования и другие операции, необходимые для воплощения дизайнерской идеи в жизнь. Важно обеспечить контроль качества всех этапов реализации, а также своевременно решать возникающие проблемы и вопросы.

8. Особенности проектирования в различных областях.

Необходимо отметить, что особенности разработки проектов могут учитываться в зависимости от конкретной области проектирования:

- *Графический дизайн*: особое внимание уделяется композиции, типографике, цветовой гамме и визуальной коммуникации.
- *Веб-дизайн*: важны удобство использования, скорость загрузки, адаптивность и соответствие требованиям поисковых систем.
- *Дизайн интерьера*: учитываются эргономика, функциональность, стиль и соответствие требованиям строительных норм и правил.
- *Промышленный дизайн*: особое внимание уделяется технологичности, безопасности, эргономике и соответствию требованиям производства.

Таким образом разработка проектов в дизайнерской деятельности – это сложный и многоэтапный процесс, требующий не только творческих способностей, но и сохранения знаний в области технологий, психологии и управления проектами. Успешная реализация проекта зависит от четкого понимания образа заказчика, тщательного исследования, креативного подхода, итеративного тестирования и качественной визуализации. Учитывая особенности дизайна каждой конкретной области, можно производить продукцию, которая будет востребована на рынке, и будет приносить пользу обществу.

Л и т е р а т у р а

1. Леванова, Н. А. Дизайн и дизайнерская деятельность: природа и сущность / Н. А. Леванова // Бизнес и дизайн ревю. – 2020. – № 4 (20). – С. 5.
2. Основные принципы разработки сайта: от концепции до реализации. – URL: <https://adwit.ru/osnovnye-printsipy-razrabotki-sayta-ot-kontseptsii-do-realizatsii/> (дата обращения: 23.03.2025).

ОСОБЕННОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ ДИЗАЙНА В РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

А. А. Синякова

Учреждение образования «Гомельский государственный технический
университет имени П. О. Сухого», Республика Беларусь

Научный руководитель И. В. Ермнина

Дизайн рекламы – это мощный инструмент современного маркетинга, объединяющий креативные идеи и визуальные элементы. Термин появился относительно недавно и до сих пор не имеет универсального определения, что связано с его многогранностью. Дизайн рек-