

2. Дыбская, В.В. Логистика: Полный курс МВА / В.В. Дыбская, Е.И. Зайцев, В.И. Сергеев [и др.]. – Эксмо, 2013. – С. 944.
3. Горборуков, В. Н. Использование карт Google при построении маршрутов / В.Н. Горборуков // Современная транспортная логистика / В.Н. Горборуков. – Харьков, 2018. – Гл. 4. – С. 111 – 115.
4. Оптимизация работы автотранспортных предприятий: методические указания для выполнения дипломных работ по специальности 1-25 01 07 «Экономика и управление на предприятии» / БГАТУ, кафедра моделирования и прогнозирования экономики АПК; сост. Б.М.Астрахан. – Минск. 2005. – 30 с.
5. Винстон, Уэйн. Бизнес-моделирование и анализ данных. Решение актуальных задач с помощью Microsoft Excel / Уэйн Винстон. 5-е изд. – СПб.: Питер, 2018. – 864 с.

УДК 339.13.024

ЦЕННОСТЬ И ВАЖНОСТЬ ДИЗАЙНА В БИЗНЕСЕ

*Л. А. Голод, студентка группы 10508115 ФММП БНТУ,
научный руководитель – канд. экон. наук, доцент Н. В. Жудро*

Резюме – Бизнес-дизайн - это ориентированный на человека подход к инновациям. Он применяет принципы и методы проектирования, чтобы помочь организациям создавать новые ценности и новые формы конкурентного преимущества. В основе бизнес-дизайна лежит интеграция эмпатии клиентов, дизайн-опыта и бизнес-стратегии. Дизайн существует для того, чтобы улучшать качество жизни общества. Как известно, качество жизни в разных странах зависит от ведения национальной экономики. Только компетентные управляющие могут сформировать устойчивую платформу для развития дизайна в бизнесе.

Summary – Business Design is a human-centred approach to innovation. It applies the principles and practices of design to help organizations create new value and new forms of competitive advantage. At its core, Business Design is the integration of customer empathy, experience design and business strategy. Design exists to improve the quality of life of society. As you know, the quality of life in different countries depends on the conduct of the national economy. Only competent managers can form a stable platform for the development of business design.

Дизайн открывает ценные возможности для бизнеса. Его важность часто недооценивают, но хороший дизайн может принести существенные преимущества для бизнеса.

Этапы исследования процесса дизайна могут произвести идеи нового продукта и позволить выявить новые потребности и предпочтения клиентов.

Дизайн может помочь превратить обычные идеи в инновационные и конкурентоспособные продукты и услуги, которые подходят для определенного рынка. Использовать дизайн можно и для того, чтобы сделать бизнес- процессы более эффективными.

Дизайн может принести пользу бизнесу от разработки продукта до бизнес-стратегии. Он участвует в процессе проектирования, а также как можно управлять процессом и измерять его успех.

Сегодня ни для кого не секрет, что использование дизайна улучшает производительность бизнеса. Предприятия, которые недооценивают важность дизайна, могут упустить жизненно важные возможности.

Дизайн может принести ряд коммерческих преимуществ, если использовать систематически по всему вашему бизнесу. Эти преимущества включают:

- увеличение продаж продукции или услуг;
- улучшение положения на рынке по отношению к конкурентам;
- повышение лояльности клиентов и уменьшение количества жалоб;
- более сильная идентичность для бизнеса;
- возможность создавать новые продукты и услуги и открывать новые рынки;
- сокращение время выхода на рынок новых продуктов и услуг.

Эффективное использование дизайна дает клиентам повод для покупки у вас, а не у ваших конкурентов. Это ценный источник дифференциации, то есть хорошо спроектированный продукт или услуга будет выделяться среди конкурентов.

Дизайн также повышает ценность продуктов и услуг. Клиенты часто охотно готовы платить больше за хорошие дизайнерские продукты, которые могут предложить им преимущества: большая практичность, увеличенная функциональность и улучшенная эстетика.

Но помимо улучшения продуктов и услуг, которые продаются, дизайн может также улучшить способ работы бизнеса - эффективность процессов, рентабельность сырья, качество упаковки. Тщательный дизайн процесса производства, может принести существенные сбережения. Он также может сделать процессы и использование материалов более эффективными и экологически чистыми, помогая предприятиям соблюдать правила и законодательство в области устойчивого развития.

Дизайн охватывает гораздо больше, чем просто внешний вид продуктов или графических элементов вещей, таких как сайт, упаковку и маркетинговые материалы. Он играет роль почти в каждом аспекте того, что делают большинство предприятий.

В некоторых областях, важность дизайна вполне очевидна, например, когда бизнес создает последовательный образ через свои продукты, вывески, канцелярские товары и маркетинговые мероприятия.

Дизайн можно использовать для того, чтобы помочь бизнесу быть эффективнее. Помните, что дизайн это не только управление внешним видом вашего бизнеса, но также управление бизнес-процессами, чтобы они были максимально экономичными.

Предприятия используют множество видов дизайна, среди которых:

- дизайн продукта, включая эргономику;
- технический проект;
- графический дизайн, от руководств маркетинговой литературы до вывесок и программных интерфейсов;
- дизайн упаковки;
- дизайн сайта и интерфейса;
- ретейл-дизайн;
- дизайн интерьера и отделки;
- дизайн выставки;
- архитектура для переоборудования и строительных модификаций.

Дизайн заслуживает большего внимания, чем он часто получает от владельцев бизнеса и менеджеров. Это часто рассматривается как последний штрих в развитии продукта или услуги - что-то, что будет использоваться после того, как стратегия была сформулирована, ключевые решения были приняты и бюджеты были выделены.

Успешный бизнес включает в себя дизайн как часть своей бизнес-стратегии с самого начала. Это потому, что вовлечение дизайнера на ранней стадии может сэкономить деньги и привести к лучшему предложению и лучшему привлечению клиентов.

Не обязательно нужен профессиональный дизайнер, чтобы стратегически использовать дизайн, нужно просто искать новые способы удовлетворения потребностей клиентов. Даже незначительные изменения могут обеспечить значительные награды.

Первые шаги к стратегическому использованию дизайна должны включать:

- определение того, где и как дизайн в настоящее время используется в бизнесе;
- определение путей улучшения процесса проектирования, таких как расширение участия руководства или использование профессионального консультанта по дизайну;
- поиск областей бизнеса, где упущены возможности дизайна;
- дизайн должен быть отражен во всех документах по бизнес-планированию;
- проведение маркетинговых исследований, чтобы знать, что нужно клиентам.

Выяснение того, чего хотят клиенты, является важной отправной точкой в разработке конкурентоспособных продуктов и услуг. Чем больше вы узнаете о предпочтениях ваших клиентов из исследования рынка и дизайна, тем больше вероятность того, что вы должны создавать продукты, которые они хотят купить.

Дизайн может быть мощным средством удержания клиентов и позиционирования бизнеса для перехода на новые рынки.

Способы привлечения клиентов:

- проектирование прототипов продуктов, которые могут быть использованы для выявления потребностей и предпочтений клиентов и разжигания новых идей;
- создание продуктов, включающих исследования тенденций, которые предвидят и удовлетворяют потребности клиентов;
- разработка бренда бизнеса с помощью упаковки, графики и коммуникации с клиентами.

Дизайн может расширить рынки и за рубежом за счет принятия различных технических стандартов.

Наряду с завоеванием нового бизнеса нужно помнить, что дизайн может играть важную роль в сохранении ваших существующих клиентов. Потребности клиентов могут изменяться, поэтому замечание потребителя, исследование тенденции и прототипирование, как часть процесса проектирования, помогут держать связь с рынком.

Для каждого дизайн-проекта нужно установить четкие цели для измерения его успеха.

Во многих случаях ответ клиента будет решающим фактором. Например, разработка нового продукта или нового интерфейса веб-сайта, ключевым ориентиром успеха будет его производительность на рынке.

Чем более конкретные цели и даты изложены в резюме дизайна и чем больше ключевых людей или отделов вовлечены в их установку, тем больше вероятность того, что прибыль от инвестиций в дизайн будет максимальной.

Таким образом, хороший дизайн – это хорошая прибыль. Только после того, как компании столкнутся с преимуществами дизайна, они смогут понять его ценность и reinvestировать в него.

ЛИТЕРАТУРА

1. Whitepaper: Behavioral Economics and Design: [Электронный ресурс]. URL: <https://www.artefactgroup.com/resources/behavioral-economics-design/> (Дата обращения: 23.03.2019).
2. Feature: The Future of Design is Economics: [Электронный ресурс]. URL: <https://impactdesignhub.org/2014/09/03/feature-the-future-of-design-is-economics/> (Дата обращения: 23.03.2019).
3. Роль дизайна в экономике: [Электронный ресурс]. URL: http://life-prog.ru/2_24930_rol-dizayna-v-ekonomike.html (Дата обращения: 23.03.2019).

УДК 339.13.024

BAUHAUS, ИЛИ РОЖДЕНИЕ ДИЗАЙНА

*М. Р. Грамина, студентка группы 10508115, ФММП БНТУ,
научный руководитель – канд. экон. наук, доцент Н. В. Жудро*

Резюме – Баухауз — это направление в дизайне и архитектуре, основная задача которого – совместить передовые материалы с технологией, соблюдая при этом удобство использования. Баухауз – это не только продукты из области архитектуры, здания жилого и общественного назначения, но продукты бытовой среды – мебель, электронные и механические устройства.

Summary – Bauhaus is a school of design and architecture whose main task is to combine advanced materials with technology respecting usability. Bauhaus is not only products from the field of architecture, residential buildings and public buildings, but also household environment products - furniture, electronic and mechanical devices.

Staatliches Bauhaus – известно просто как Bauhaus – художественная школа в Германии, первая школа дизайна. Школа приобрела известность благодаря стремлению создания диалога между производством и художниками. Школа Bauhaus отличилась тем, что вопреки стандартам своего времени, предлагала сочетание функциональности продукта с внешним видом.

Стремительный экономический и производственный рост в начале XX века привел к увеличению производства товаров народного потребления. Номенклатура товаров бытового назначения расширялась в геометрической прогрессии, что привело к следующему противоречию – на тот момент отсутствовало понятие продуктового дизайна, как технологии создания вещей, функционально обусловленных, но и удобных в использовании и эстетически привлекательных.

В результате перехода от ремесла к массовому производству поначалу внимание к внешнему виду изделий было незначительным, главной задачей производства являлось создание продуктов, удовлетворяющих только функциональным требованиям.

Основное содержание и путь развития школы были определены Вальтером Гропиусом, основателем и первым директором школы, который считал, что «каждый предмет должен выполнять свои практические функции и быть удобным, доступным и красивым». Однако на тот момент не существовало понятие «дизайн», поэтому именно сочетание идей и философия школы Bauhaus стали толчком к формированию нового понятия, столь распространенного сегодня. Так родился дизайн.

Bauhaus — в переводе с немецкого «строительство дома». Работавшая в периоде с 1919 по 1933 год, она стала известна как «Школа Строительства» [1].