

УДК 659

ПРОЦЕСС ПРОЕКТИРОВАНИЯ ЭЛЕМЕНТОВ НАВИГАЦИИ ТОРГОВОГО ЗАЛА СЕТИ МАГАЗИНОВ «НИКА»

И.Л. Кириллова, А.Д. Барановская

Витебский государственный технологический университет, Республика Беларусь

e-mail: kirilova.i.l@yandex.by

В статье рассмотрен процесс проектирования элементов навигации торгового зала сети магазинов «Ника». Определены цели и решены задачи проекта. Представлены практические разработки дизайна навигации. Выделены основные принципы проекта: привлечение внимания, запоминаемость, современный стиль, лаконичные цвета. Установлено, что представленный проект, будучи реализованным, несомненно, вызовет интерес у покупателей, новая система навигации и рекламно-информационная поддержка поможет покупателям максимально ускорить процесс поиска товаров и выгодно выделит сеть магазинов «Ника» среди конкурентов, а дизайн торговых залов выглядит современным и привлекательным для покупателей.

Ключевые слова: дизайн, навигация, проектирование, предприятие, пиктограммы, инфографика, цвет, шрифт.

THE PROCESS OF DESIGNING THE NAVIGATION ELEMENTS OF THE TRADING FLOOR OF THE «NIKA» STORE CHAIN

I. Kirillova, A. Baranovskaya

Vitebsk State Technological University, Republic of Belarus

e-mail: kirilova.i.l@yandex.by

The article describes the process of designing the navigation elements of the trading floor of the «Nika» chain of stores. The goals and objectives of the project are defined and solved. Practical developments of navigation design are presented. The main principles of the project are highlighted: attracting attention, memorability, modern style, concise colors. It is established that the presented project, being implemented, will undoubtedly arouse the interest of buyers, the new navigation system and advertising and information support will help buyers to speed up the process of searching for goods as much as possible and will favorably distinguish the «Nika» store chain among competitors, and the design of the sales halls looks modern and attractive to buyers.

Keywords: design, navigation, design, enterprise, pictograms, infography, color, font.

Создание новой системы навигации и рекламно-информационной поддержки сети магазинов «Ника», которая будет отражать деятельность предприятия для продвижения на рынке, среди продвинутых современных сетей магазинов, и повышения имиджа среди потенциальных клиентов, в настоящее время является очень актуальной проблемой.

Главной проблемой навигационных систем является невозможность определения местоположения в тех условиях, в которых она расположена.

Именно качественная разработка навигации, и грамотная рекламная политика по ее продвижению позволяет донести покупателю мнение о необходимости покупки товаров именно в данной сети магазинов. Использование современных графических тенденций в дизайне новой навигации, поможет именно эту сеть магазинов выгодно выделить и подчеркнуть на фоне всех остальных.

Проект значим с социальной точки зрения, так как дизайн навигации оказывает эмоциональное и психологическое влияние на покупателей при движении по торговому залу, а значит, новый дизайн может помочь расширить целевую аудиторию и повысить статус предприятия в понимании общества.

Задачей проекта заключается в том, чтобы с помощью новой оригинальной навигации привлечь как можно больше внимания потребителей к магазину и увеличить число продаж. С точки зрения маркетинга новый стиль должен способствовать узнаванию и продвижению сети магазинов, качественный образ и креативный образ будут отличной рекламой.

Научная новизна статьи заключается в авторской разработке элементов навигации торгового зала сети магазинов «Ника».

Согласно методу эмпирического уровня в данном проекте используется наблюдение. Метод экспериментально-теоретического уровня в проекте используется как анализ и моделирование. Метод теоретического уровня в проекте указывает на изучение и обобщение материала.

Использование компьютерной графики в данном проекте позволяет лучше усвоить содержание системы навигации и рекламно-информационной поддержки на основе распространенного на сегодняшний день способа подачи информации. С помощью графических редакторов в данном проекте визуализированы выразительные, оригинальные константы.

Основными препятствиями при создании дизайна общественного пространства торгового зала сети магазинов «Ника» является необходимость продемонстрировать потенциальному потребителю специфику передвижения и помочь посетителю быстро понять логику данного места и начать в нем ориентироваться.

Использование проекта планируется в течение длительного времени, навигация торгового зала в сети магазинов «Ника» меняется не так часто, одна и та же навигация не требует изменений и смены в течение нескольких лет.

Поскольку сеть магазинов «Ника» работает только по Витебской области, соответственно, территориальные рамки проекта определяются данной областью.

В процессе создания навигации сегодня анализируются основные потребности пользователей и различные способы использования конкретного пространства, из которых в итоге проектируется основная концепция данного места. Торговые залы – крайне сложные в навигационном плане пространства. Чем масштабнее строение, тем сложнее создать подходящую под него систему навигации.

Навигация – это наука на стыке информационного дизайна, типографики, инфографики, графического дизайна и проектирования пользовательского интерфейса [2].

При разработке вариантов дизайна навигации для сети магазинов «Ника» изучен уже имеющийся дизайн магазина, логотип и составляющие фирменного стиля (рисунок 1).



Рисунок 1. – Логотип магазина «Ника», фирменные цвета, шрифт

Существующий стиль, фирменный шрифт и фирменный цвет используются в новом дизайне визуальной навигации магазина «Ника». Во время работы над проектом представлено несколько концепций стилистики дизайна навигации.

Первая концепция заключается в использовании тонких, легких линий – графической техники, с минимальным использованием цветов. На основе первой концепции дизайна визуальной навигации магазина «Ника» создан паттерн на основе графических элементов, который далее может быть использован в различных элементах рекламно-информационной поддержки – дизайн интерьера торгового зала, листовка сети магазинов, флаер или как-либо другой рекламный продукт (рисунок 2).



Рисунок 2. – Первая концепция дизайна визуальной навигации магазина «Ника». Вариант изобразительного элемента и начертания шрифта для отдела «фрукты и овощи» и разработанный паттерн

Вторая концепция дизайна визуальной навигации включает в себя доминирующий фирменный цвет сети магазинов «Ника». Предложены различные варианты пиктограмм для навигации (рисунок 3).

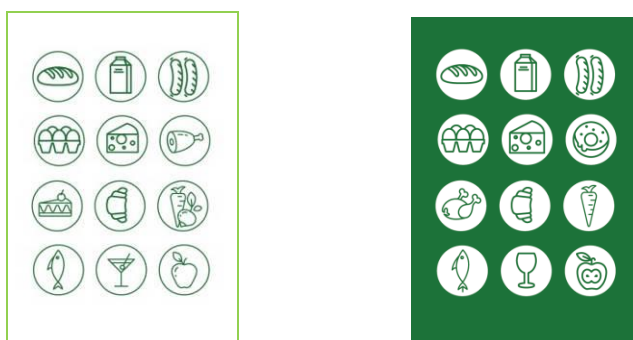


Рисунок 3. – Вторая концепция дизайна визуальной навигации. Варианты пиктограмм для навигации

В основе концепции использован очень популярный сегодня стиль минимализм. Минимализм – хороший инструмент для дифференциации большой серии элементов навигации. Умение в навигации выразить индивидуальность сети магазинов, сообщить все необходимые сведения и не забыть про идентичность бренда – очень важно. Такой дизайн избавляется от всего лишнего, от избыточной перегруженности графикой и цветами. Он позволяет выделить главное, что хотел донести производитель до покупателя [5].

Третья концепция заключается в использовании линейной стилистики и контура объектов, ярких и сочных цветов (рисунок 4). Стилистика данных элементов навигации противоречит существующему фирменному стилю сети магазинов «Ника», он представлен автором проекта для придания новизны и яркости облику магазина, что позволит сформировать новое представление о колористике предполагаемого нового фирменного стиля сети магазинов, и поможет привлечь новую целевую аудиторию и позволит расширить горизонты.

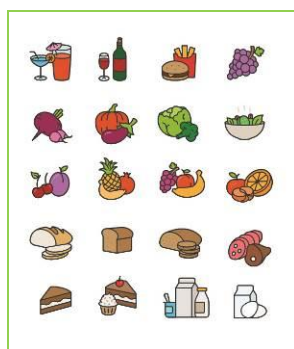


Рисунок 4. – Третья концепция дизайна визуальной навигации. Вариант пиктограмм для навигации

Четвертая концепция совмещает в себе минимализм и лаконичность первой концепции, и яркость пиктограмм третьей концепции для повышения современности навигации в соответствии с графическими тенденциями в дизайне (рисунок 5).



Рисунок 5. – Четвертая концепция дизайна визуальной навигации.
Вариант пиктограмм для навигации

Каждая из представленных концепций имеет место быть, однако, заказчиком выбрана третья концепция, так как принято решение не выходить за рамки уже существующего фирменного стиля и, соответственно, придерживаться фирменных цветов (рисунок 6).

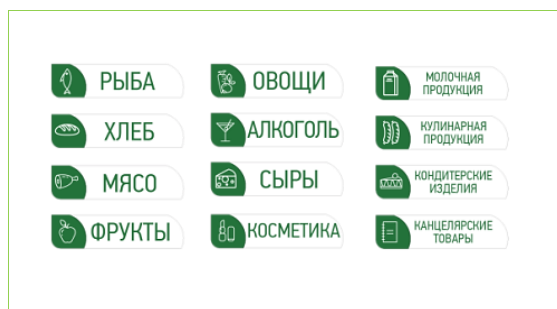


Рисунок 6. – Таблички навигации с наименованиями отделов магазина «Ника»

Большое пространство магазина занимает территория с продукцией собственного производства преимущественно хлебобулочных изделий и существует необходимость с помощью элементов дизайна выделить эту территорию магазина для привлечения покупателей, на этом сделан акцент и для этой большой зоны разработаны пиктограммы в линейном стиле в фирменных цветах (рисунок 7).



Рисунок 7. – Пиктограммы для отдела продукции собственного приготовления

Разработан визуальный ряд, на котором отображены элементы системы навигации и их органичное расположение (рисунок 8).

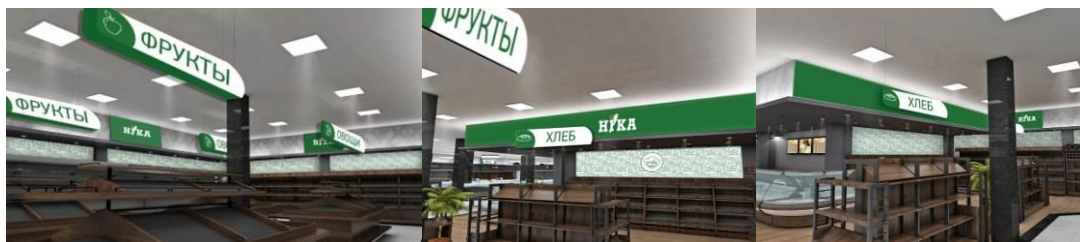


Рисунок 8. – Расположение элементов навигации в торговом зале

Результатом исследования является процесс проектирования элементов навигации торгового зала сети магазинов «Ника». Установлено, что, будучи реализованным, представленный проект вызовет интерес у потребителей. Новая система навигации и рекламно-информационной поддержка поможет покупателям максимально ускорить процесс поиска товаров, а дизайн новой навигации торговых залов, разработанный с использованием современных графических тенденций в дизайне, поможет именно эту сеть магазинов выгодно выделить среди конкурентов и подчеркнуть на фоне всех остальных.

ЛИТЕРАТУРА

1. Кириллова, И. Л., Коммуникативный дизайн как дизайн информации / И. Л. Кириллова, Е. А. Иванова; И. Л. Кириллова, Е. А. Иванова // Материалы докладов 51-ой Международной научно-технической конференции преподавателей и студентов, Витебск, 2018 г. / УО «ВГТУ». – Витебск, 2018. – С. 51-53. – Библиогр.: с. 137 (3 назв.).
2. Песоцкий, Е. Современная теория и практика рекламы / Е. Песоцкий. – Ростов н/Д: Феникс, 2001. – 320 с.
3. Концепции календаря для Березинского биосферного заповедника / И. Л. Кириллова, О. М. Шкетик // Прогрессивные технологии и оборудование: текстиль, одежда, обувь : материалы докладов Международного научно-практического симпозиума, Витебск, 3 ноября 2020 г. / УО "ВГТУ". - Витебск, 2020. - С. 209-211.
4. Рекламно-информационная поддержка для Витебской областной организации общественного объединения «Белорусский союз художников», г. Витебск / А. В. Попова, И. Л. Кириллова, Н. М. Кириллова; А. В. Попова, И. Л. Кириллова, Н. М. Кириллова // Прогрессивные технологии и оборудование: текстиль, одежда, обувь : материалы докладов Международного научно-практического симпозиума, Витебск, 3 ноября 2020 г. / УО «ВГТУ». - Витебск, 2020. - С. 224-227. - Библиогр.: с. 227 (3 назв.).
5. Sokolbank [Электронный ресурс] / Печать продукции. – Витебск, 2020 – Режим доступа: <https://kursovaya.sokolbank.ru>. – Дата доступа: 22.05.2020 г.

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

УЧРЕЖДЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ
«ПОЛОЦКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

**АРХИТЕКТУРНО-СТРОИТЕЛЬНЫЙ КОМПЛЕКС:
ПРОБЛЕМЫ, ПЕРСПЕКТИВЫ, ИННОВАЦИИ**

ЭЛЕКТРОННЫЙ СБОРНИК СТАТЕЙ
III МЕЖДУНАРОДНОЙ НАУЧНОЙ КОНФЕРЕНЦИИ

(Новополоцк, 29–30 апреля 2021 г.)

Текстовое электронное издание

Новополоцк
Полоцкий государственный университет
2021

УДК 72:624/628+69(082)

Одобрено и рекомендовано в качестве электронного издания
Советом инженерно-строительного факультета (протокол № 8 от 27.10.2021 г.)

Редакционная коллегия:

Д. Н. Лазовский (председатель), А. А. Бакатович, Е. Д. Лазовский,
Л. М. Парфенова, Ю. В. Вишнякова, Р. М. Платонова, А. М. Хаткевич

АРХИТЕКТУРНО-СТРОИТЕЛЬНЫЙ КОМПЛЕКС: ПРОБЛЕМЫ, ПЕРСПЕКТИВЫ, ИННОВАЦИИ

[Электронный ресурс] : электрон. сб. ст. III междунар. науч. конф., Новополоцк, 29–30 апр. 2021 г. / Полоц. гос. ун-т ; Редкол.: Д. Н. Лазовский (председ.) [и др.]. – Новополоцк : Полоц. гос. ун-т, 2021. – 1 электрон. опт. диск (CD-ROM).

ISBN 978-985-531-779-2.

Рассмотрены вопросы архитектуры и градостроительства в современных условиях, прогрессивные методы проведения инженерных изысканий и расчета строительных конструкций. Приведены результаты исследований ресурсо- и энергосберегающих строительных материалов и технологий, энергоресурсосберегающие и природоохранные инновационные решения в инженерных системах зданий и сооружений. Проанализированы организационные аспекты строительства и управления недвижимостью, проблемы высшего архитектурного и строительного образования.

Для научных и инженерно-технических работников исследовательских, проектных и производственных организаций, а также преподавателей, аспирантов, магистрантов и студентов строительных специальностей учреждений образования.

*Сборник включен в Государственный регистр информационного ресурса.
Регистрационное свидетельство № 3671815379 от 26.04.2018 г.*

211440, ул. Блохина, 29, г. Новополоцк, Беларусь
тел. 8 (0214) 53 53 92, e-mail: a.bakatovich@psu.by; l.parfenova@psu.by

№ госрегистрации 3671815379**ISBN 978-985-531-779-2**

©Полоцкий государственный университет, 2021

2 – дополнительный титульный экран – производственно-технические сведения

Для создания текстового электронного издания «Архитектурно-строительный комплекс: Проблемы, перспективы, инновации» использованы текстовый процессор Microsoft Word и программа Adobe Acrobat XI Pro для создания и просмотра электронных публикаций в формате PDF.

**АРХИТЕКТУРНО-СТРОИТЕЛЬНЫЙ КОМПЛЕКС:
ПРОБЛЕМЫ, ПЕРСПЕКТИВЫ, ИННОВАЦИИ**

ЭЛЕКТРОННЫЙ СБОРНИК СТАТЕЙ
III МЕЖДУНАРОДНОЙ НАУЧНОЙ КОНФЕРЕНЦИИ

(Новополоцк, 29–30 апреля 2021 г.)

Технический редактор *И. Н. Чапкевич.*

Компьютерная верстка *А. А. Прадидовой, С.Е. Рясовой.*

Компьютерный дизайн обложки *Е. А. Балабуевой.*

Подписано к использованию 09.11.2021.

Объем издания: 21,05 Мб. Тираж 3 диска. Заказ 420.

Издатель и полиграфическое исполнение:
учреждение образования «Полоцкий государственный университет».

Свидетельство о государственной регистрации
издателя, изготовителя, распространителя печатных изданий
№ 1/305 от 22.04.2014.

ЛП № 02330/278 от 08.05.2014.

211440, ул. Блохина, 29,
г. Новополоцк,
Тел. 8 (0214) 59-95-41, 59-95-44
<http://www.psu.by>