

## РЕАЛИЗАЦИЯ ДИЗАЙНА НА ПРЕДПРИЯТИИ

*М.А. Ризванова, канд. экон. наук, доц.*

*Ю.А. Дигтяр, студент*

*Уфимский государственный нефтяной технический университет, Российская Федерация*

*В статье рассмотрены проблемы развития дизайна, причины, а также некоторые решения. Экономическая ситуация с точки зрения промышленности. Психология людей, их реакция относительно привлекательного объекта.*

**Ключевые слова:** *дизайн, затраты, развитие, эмоции, цифровизация.*

Каждый человек, смотря на товар, неосознанно или осознанно оценивает его внешний вид. Объект, который привлек внимание, побуждает человека к процессу размышления. С точки зрения психологии привлекательность вызывает у человека положительные эмоции, а также чувство заботы и защиты. Люди, вещи, картины, обладающие приятной внешностью, привлекают наше внимание, вызывают доверие и ностальгию.

Часто привлекательность используется в интересах предприятий. Вследствие чего, роль дизайна в промышленности неопровержима. Образ продукта, эстетика, материалы - в производстве учитывается все. В наше время на изготовление изделия влияет слово рынка. Мало кто наденет вещь, которая не в тренде или купит технику без каркаса. Все привыкли к красивой «картинке».

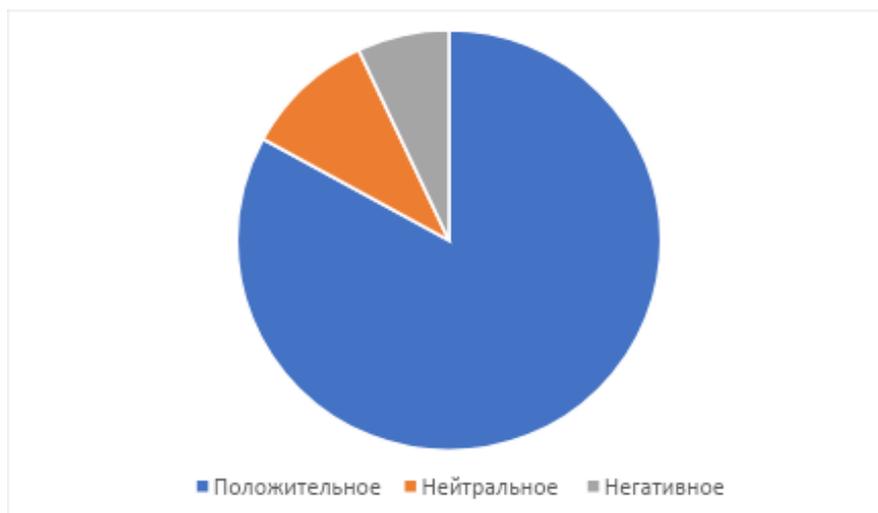
Дизайн родился на стыке техники и искусства. Профессия довольно молода, однако роль, которую она играет, важна. С учетом условий цифровизации существует множество ответвлений профессии как в практическом, так и теоретическом плане.

За рубежом это направление активно развивалось, развивается и активно используется в промышленности. Чего нельзя сказать об отечественном производстве. По мере развития производства проблема внешности более актуальна, особенно в период цифровизации. Проблема заключается в том, что отечественная продукция остается в стороне от этих процессов.

В умах людей прочно закрепилась определенная репутация. Предпочтение отдадут скорее импортным товарам, а не отечественным. Преимущественно это связано с менталитетом. Оценивая затраты на дизайн и учитывая, что это направление относительно новое существуют издержки на освоение создание, реализацию и т.д.

Затраты на переподготовку специалистов, разработку дизайна, составление документации. Часто возникают переменные затраты, дефицит ресурсов. Компенсировать или решить некоторые из проблем возможно с помощью метода «косметического» дизайна. Повышение привлекательности изделия за счет смены цветовой гаммы или некоторых конструкторских решений. В этом случае переменные издержки остаются на базовом уровне, при условии увеличения постоянных затрат.

Был проведен опрос, в котором принимали участие люди в возрасте от 17 до 29 лет. Отношение к дизайну в целом – позитивное.



**Рисунок 1. – Отношение людей к дизайну**

Также респонденты отмечали, что эффективный дизайн делает продукцию более привлекательной для потребителей; продуманный дизайн интерфейсов упрощает коммуникацию с потребителями; при грамотном дизайне увеличивается узнаваемость бренда, а в следствии его популярность.

С точки зрения экономики и цифровизации были рассмотрены следующие мнения: доступность, положительно влияет на экологию, идёт в ногу со временем; повышение эффективности работы дизайнеров, возможность быстрого внесения изменений, сокращение временных и финансовых трат; разрушение географических барьеров и т.д.

Действительно, цифровизация помогает экономить время, а также увеличивает продаваемость товара. Благодаря ускорению процесса выдачи готового продукта потребителю, выполняется большее количество заказов за определенный период времени, следовательно, повышает доход.

Мнения по поводу дизайна могут отличаться. Затраты на развитие данного отдела, действительно, могут превышать бюджет. Предприятия, способные правильно включить, вложить и развить данное направление, являются готовыми к переменам в условиях цифровизации.

#### Список использованных источников

1. Антонова, Н. В. Восприятие брендов и стратегии потребительского поведения [Текст] / Н. В. Антонова, О. И. Патоша ; отв. ред. Н. В. Антонова ; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». — М. : Изд. дом Высшей школы экономики, 2017. — 208 с. — 500 экз. — ISBN 978-5-7598-1588-4 (в пер.).— ISBN 978-5-7598-1676-8 (e-book).
2. Экономические аспекты применения дизайна в промышленности. - Текст : электронный // Экономические аспекты применения дизайна в промышленности – тема научной статьи по экономике и бизнесу читайте бесплатно текст научно-исследовательской работы в электронной библиотеке КиберЛенинка (cyberleninka.ru) : - URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ekonomicheskie-aspekty-primeneniya-dizayna-v-promyshlennosti> (дата обращения: 20,09,2024)
3. Психологические параметры товара Текст : электронный // Психологические параметры товара — Студопедия (studopedia.ru) : - URL: [https://studopedia.ru/9\\_6478\\_psihologicheskie-parametri-tovara.html](https://studopedia.ru/9_6478_psihologicheskie-parametri-tovara.html) (дата обращения: 20,09,2024)
4. Поведение потребителей с точки зрения психологии. - Текст : электронный // Поведение потребителей с точки зрения психологии, Типы потребителей и их предпочтения - Анализ мнений, предпочтений и поведения потребителей (studbooks.net) : - URL: [https://studbooks.net/1509828/marketing/povedenie\\_potrebiteley\\_tochki\\_zreniya\\_psihologii](https://studbooks.net/1509828/marketing/povedenie_potrebiteley_tochki_zreniya_psihologii) (дата обращения: 20,09,2024)