

РОЛЬ ДИЗАЙНА ПРОДУКТА В БИЗНЕСЕ

Ващенко Антон Валерьевич

студент, Новосибирский государственный университет экономики и управления, РФ, г. Новосибирск

Петухова Светлана Валерьевна

научный руководитель, канд. экон. наук, доц., Новосибирский государственный университет экономики и управления, РФ, г. Новосибирск

С каждым годом актуальность дизайна набирает свои обороты и все глубже проникает в нашу культуру. Каждый продукт оценивается потребителем все тщательнее, и конкуренция заставляет рынок развиваться в этом направлении.

В данной статье будет разобрано понятие дизайна и важности в продукте.

Для того, чтобы продукт успешно зашел на рынок необходимы две составляющие: сам продукт (его дизайн); маркетинг (то как продукт представлен на рынке).

Простыми словами, исходя из определения Филипа Котлера, основателя классической теории маркетинга [1] – маркетинг подразумевает правильный выбор целевой аудитории, её привлечение и удержание различными способами. И, конечно, маркетинг является безусловно важным элементом бизнеса, но он ничего не стоит без самого продукта.

Создать хороший продукт самая важная составляющая успешного бизнеса, но то, как хорош этот продукт, будет определять его дизайн.

Классическое определение дизайна – «деятельность по [проектированию эстетических](#) свойств [промышленных изделий](#), а также результат этой деятельности» [2]. Но более полно и глубоко понятие дизайна раскрывает высказывание Стива Джобса, которого многие считают гением дизайна и маркетинга:

«Для большинства людей дизайн – это внешнее проявление вещи, ее украшение. Для меня это определение крайне далеко от истинного значения дизайна. Он не только о том, как выглядят вещи или какие эмоции они вызывают, но и о том, как они работают ...»

Дизайн – это душа творения человека, которая проявляет себя через последовательные внешние слои продукта или услуги» [3].

И теперь можно разложить понятие дизайна продукта на составляющие:

- эргономика;
- эстетика.

Эргономика – это целая наука, основной задачей которой является разработка подходящей формы предметов, которые были бы по-настоящему удобными и безопасными для человека в пользовании. Удобство в пользовании это то, что отличает более эргономичный продукт от менее эргономичного. Для этого необходимо учитывать физиологические, психологические и биомеханические особенности человека [4].

Для примера рассмотрим массовый пошив одежды. При пошиве мужской рубашки нужно учитывать, что заднее полотнище должно быть больше переднего, поскольку у большинства мужчин мышцы спины представляют больший объем задней верхней части тела относительно передней, что и влечет необходимость делать соответствующий крой. Также следует учитывать сутулость и прочие технологические составляющие. Не соблюдение этих особенностей влечет за собой плохую эргономическую составляющую дизайна продукта, что соответственно делает его менее конкурентоспособным.

Теперь рассмотрим понятие эстетики. Эстетика – это внешнее проявление вещи и то, как она будет воспринята потребителем, будет очень субъективно. Но тем не менее можно выделить некоторые факторы эстетического проявления объекта, чтобы сделать вывод о его качестве, т.е. свойствах, способных удовлетворить потребности покупателя [5].

«Дизайнерское творчество ... обусловлено системой сложно взаимосвязанных факторов, отражающих требования производства и потребления изделий, выражающих утилитарно-техническую и духовно-ценностную (социально-культурную) стороны сущности создаваемых вещей (их наборов, комплексов, систем) и среды в целом» [6].

На самом деле этих факторов будет огромное количество, и каждый из них будет раскрываться более подробно, что представлено на рисунке 1.

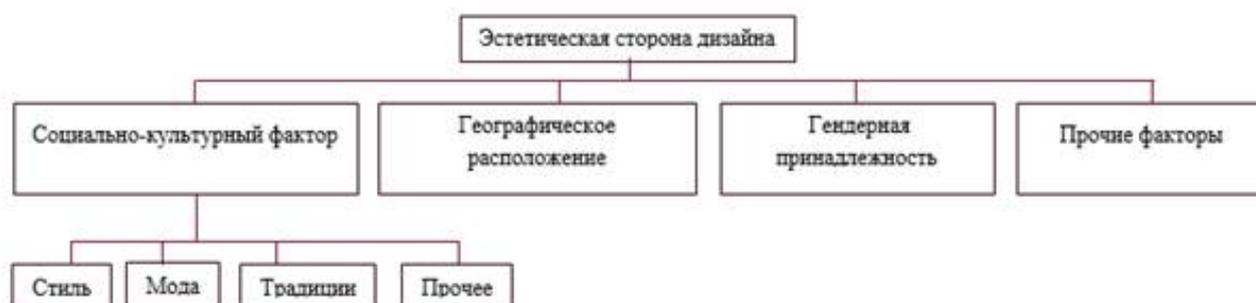


Рисунок 1. Факторы качества эстетической стороны дизайна

Иными словами потребителей необходимо разьединить на целевые аудитории – группу людей, чью потребность организация стремится удовлетворить [7].

Рассмотрим для примера социально-культурный фактор, одним из его подфакторов будет стиль, этот стиль содержит в себе особые отличительные элементы. К примеру возьмем музыкальные инструменты, а конкретно электрогитары. Те, кто относят себя к культуре «металлистов» собираются приобрести гитару соответствующего вида. Они будут смотреть на ее внешний вид: черные или темные цвета, часто заостренные элементы и прочие отличительные черты характерные для их субкультуры.

Для того, чтобы продукт можно было считать успешным, он должен представлять из себя объект качественного дизайна и эффективного продвижения его на рынке. Возможно, конечно, выпустить плохой продукт и иметь некоторые продажи за счет хорошего маркетинга, или наоборот хороший продукт, но не продвигать его на рынке, ожидая желаемых продаж, но намного эффективнее будет совместить эти два составляющих и получить желаемый результат.

Список литературы:

1. Маркетинг - [Электронный ресурс] - URL: http://marketnotes.ru/about_marketing/marketing_basic/.
2. Дизайн / Москаева А. С., Зенкевич Е. П. // Дебитор – Евкалипт. – М: Советская энциклопедия, 1972. – (Большая советская энциклопедия: [в 30 т.] / гл. ред. А. М. Прохоров; 1969–1978, т. 8.
3. Высказывание Стива Джобса - [Электронный ресурс] - URL: <https://vc.ru/p/jobs-quotes>.
4. Эргономика - [Электронный ресурс] - URL: <http://www.fotokomok.ru/ergonomika-i-dizajn/>.
5. Качество / Стандарт ИСО 8402-86.
6. Дизайн / Медведев В.Ю. Роль дизайна в формировании культуры/ В.Ю. Медведев.
7. Целевая аудитория - [Электронный ресурс] - URL: <https://texterra.ru/blog/tselevaya-auditoriya-zachem-znat-svoego-klienta.html>.