

Однако Stage-Gate имеет и недостатки. При необходимости изменений на последних стадиях разработка может быть недостаточно гибкой, что может оказаться дорогостоящим для компании. Для внесения изменений весь проект необходимо перевести на несколько стадий назад, чтобы иметь возможность внедрить их, что сказывается на сроках проекта. Поэтому такие гибкие методы, как, например, Scrum, выигрывают Stage-Gate.

Однако если мы говорим об управлении крупными портфелями проектов, целесообразно отдать предпочтение Stage-Gate модели. Это можно обосновать тем, что в больших организациях необходимо внедрение единой системы оценки появляющихся идей, так как их количество может быть внушительным. Это позволяет сравнить их, отобрав только жизнеспособные идеи за меньший промежуток времени. Но следует отметить, что, если необходимо управлять проектами не крупного размера, что касается, например, стартапов, Stage-Gate не является эффективным, что не только не ускорит процесс разработки, но и может его замедлить.

Заключение. Таким образом, эффективное осуществление крупных инновационных проектов является сложной задачей, еще больше усложняющейся управленческими, финансовыми и человеческими факторами. Из-за перечисленных проблем часто наблюдается превышение первоначально планируемого бюджета и времени. Однако Stage-Gate процесс помогает свести к минимуму или устранить возникающие проблемные ситуации. Внедрение Stage-Gate процесса поможет принять обдуманное и взвешенное решение в критических точках проекта, что в значительной степени улучшит эффективность и выживаемость проекта.

ЛИТЕРАТУРА

1. Модель stage-gate [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://studfile.net/preview/6810698/page:6/>. – Дата доступа: 24.03.2022.
2. Основы подхода Stage-Gate [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.samsonowa.com/ru/stage-gate/>. – Дата доступа: 24.03.2022.

УДК 303.823.22

БРИФ В ДИЗАЙН-ПРОЕКТЕ КАК ФУНДАМЕНТ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ МЕЖДУ ЗАКАЗЧИКОМ И ИСПОЛНИТЕЛЕМ

*А. И. Рагель, студентка группы 10508120 ФММП БНТУ,
научный руководитель – старший преподаватель А. В. Смёткина*

Резюме – в статье рассмотрены ключевые аспекты составления брифа и особенности его использования в работе с дизайн-проектами.

Resume – the article discusses the key aspects of drafting a brief and the features of using it in working with design projects.

Введение. Успех любого проекта заключается в достижении взаимопонимания между клиентом и исполнителем. Очень важно чтобы заказчик

мог грамотно объяснить, что он хочет видеть в результате, а исполнитель сумел быстро понять и реализовать это. Для сокращения недопонимания и затрат времени на стадии ознакомления с задачей, можно прибегнуть к использованию брифа. В данной статье будут рассмотрены особенности составления брифа для дизайн-проекта.

Основная часть. Для того, чтобы структурировать желания клиента в понятный для дизайнера набор информации, прописывается бриф. Бриф – это документ, в котором заказчик совместно с исполнителем прописывают задачи, уточняют предстоящие этапы работы и разбирают возможные нюансы для того, чтобы быстро создать общий, понятный всем сторонам контекст [1]. Желательно чтобы бриф составлял дизайнер, так как заказчик может не заметить разницу между брифом и техническим заданием (ТЗ). Первый документ – это общая информация, описание идеи, а ТЗ – это точный и детальный план по воплощению заказа клиента в жизнь. С брифом можно оперативно рассчитать цену реализации проекта, получить замечания и советы. Следовательно, бриф – стартовая точка для работы над проектом [2]. Для составления успешной бриф-анкеты следует разделить документ на смысловые зоны (табл. 1).

Таблица 1 – Структура бриф-анкеты

Раздел	Характеристика (описание)
1. Общая информация	<ul style="list-style-type: none"> – данные о компании (название, область деятельности); – концепция компании (основную идею); – целевая аудитория (возраст, пол, интересы, доход, образ жизни)
2. Данные о проекте	<ul style="list-style-type: none"> – цель: то что должно быть в результате работы (например, логотип); – пожелания клиента: все специфические особенности проекта (например, надпись, которую следует использовать в логотипе); – опыт работы с дизайнером (результаты, пожелания)
3. Подбор визуального плана проекта	<p>Здесь следует попросить заказчика прикрепить ссылки на основных конкурентов, либо проекты, которые нравятся по исполнению.</p> <p>Но как показывает практика, лучше составлять эту зону в виде таблиц с отобранными Вами вариантами, где клиенту остается только поставить галочки напротив наиболее понравившихся.</p> <p>Не всегда у клиента и дизайнера совпадают вкусы, чтобы избежать конфликт интересов, Вы отбираете в бриф уместные на Ваш профессиональный взгляд примеры, а после выборки, сделанной заказчиком, строите представление о том, с чем придется работать.</p> <p>Этот раздел и является <i>отличительной чертой</i> брифа для дизайн-проекта. Именно здесь можно включить как готовые решения, так, например, и вопросы по цветовой гамме, начертанию шрифта и т. д. Идеальным будет включение своих собственных работ, тогда в случае их выбора у вас будет больше свободы творчества, а у заказчика уверенность в том, что вы точно справитесь с задачей</p>
4. Сроки и финансы	Ограничения по бюджету и дедлайн

Источник: разработка автора на основе [3]

Главная задача в том, чтобы отразить в документе цели проекта, наиболее важную информацию о бренде и продукте, и самое главное – ви-

дение проекта заказчиком. Зачастую, заказчик сам не понимает то, как должен выглядеть проект, из-за чего в процессе разработки получается много правок, что приводит к повышению стоимости конечного результата. В зависимости от области применения, бриф разделяют на множество разновидностей, для дизайн-проектов, наиболее удачным будет Бриф-анкета. При ее составлении стоит смотреть на анкету глазами заказчика. Лучше подготовить 10 вопросов, чем сложный для заполнения документ на несколько страниц. Основная суть брифа заключается в краткости и информативности.

Заключение. Бриф является прекрасным инструментом для структурированного понимания целей проекта и его финального вида. Данный документ служит гарантией снижения риска конфликтов интересов, сокращает затраты времени и финансов, а также отражает профессиональный имидж, показывая заинтересованность сторон в реализации проекта. А в отношении дизайнера, зарекомендует его как опытного работника, понимающего основы взаимодействия с клиентом.

ЛИТЕРАТУРА

1. Что такое бриф: объясняем и создаем [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://sendpulse.by/support/glossary/brief>. – Дата доступа: 29.03.2022.

2. Творчество и креатив в коммуникациях: теория и практика: материалы VIII Всероссийской научно-практической конференции Москва, 04 декабря 2020 г. – 2021. – С. 36–43.

3. Белезяк, Л. К. Бриф как основа технического задания на разработку программного обеспечения / Л. К. Белезяк, Р. А. Карелова // Молодежь и наука. – Нижний Тагил, 2021. – С. 9–12.

УДК 339

МЕТОДИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ОЦЕНКЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ СТРАНОВОЙ ЭКОНОМИКИ

*Е. И. Рыжко, студентка группы 10508118 ФММП БНТУ,
научный руководитель – канд. экон. наук, доцент Н. В. Жудро*

Резюме – в статье изложены методические подходы к оценке конкурентоспособности страновой экономики.

Resume – the article outlines methodological approaches to assessing the competitiveness of a country's economy.

Введение. Вопросы конкурентоспособности актуальны на всех уровнях экономики. Актуальность заключается в том, что конкуренция представляет собой макроэкономическую проблему, которая оказывает наиболее прямое и сильное влияние на каждую экономическую систему – от предприятия до отрасли, региона и национальной экономики. Рынок может