

## DESIGN THINKING, A METHOD OF CREATING A PRODUCT OR SERVICE, CENTERED ON A PERSON

**Dmitrieva Irina Valentinovna,**

PhD in Architecture, Associate Professor,  
Tashkent State Technical University,  
head Department of Industrial Design  
e-mail: [irinadmitrieva65@mail.ru](mailto:irinadmitrieva65@mail.ru)

**Madaminova Mohinabonu Khusnutdin kizi.**

Tashkent State Technical University,  
4th year student of the Department of Industrial Design  
e-mail: [madaminovamohinabonu@gmail.com](mailto:madaminovamohinabonu@gmail.com)

**Abstract:** Design thinking can change the way products, services, processes, and strategies are organized. It combines what is desirable from a human point of view with technology and economic viability. This method also allows non-designers to use creative tools to solve a wide range of tasks. Design thinking is a deeply human process.

**Key words:** Design, thinking, inspiration, idea, method.

Он полагается на нашу способность быть интуитивным, распознавать закономерности, строить идеи, которые являются эмоционально значимыми, а также функциональными. Две крайности — руководство чувствами, интуицией и вдохновением и чрезмерная зависимость от рационального и аналитического — представляют значительный риск. Дизайн-мышление обеспечивает интегрированный способ достижения результата. Есть большая идея для всех нас, лидеров или каким-то образом ведущих других за собой — попытаться встать на место нашего «потребителя» на один день.

Процесс проектного мышления лучше всего рассматривать как систему перекрывающихся пространств, а не последовательность упорядоченных шагов. Часто есть три пробела: вдохновение, идея и реализация. Вдохновение — это проблема или возможность, которая мотивирует поиск решений. Идея — это процесс генерации, разработки и тестирования предложений по решению проблемы. Реализация — это путь, который ведет от этапа проекта к жизни идеи, предложения среди людей. В рамках этой системы IDEO использует как аналитические инструменты, так и методы генерации, чтобы помочь клиентам понять, как их новые или существующие операции могут выглядеть в будущем, и строить дорожные карты для их получения.

Изначально методологический инструментарий дизайн-мышления оттачивался на решении комплексных задач создания и разработки нового продукта. Однако особенно актуальными стали подходы дизайн-мышления, когда появилась необходимость серийного производства инноваций. При этом по мере того, как изменялось понятие «инновации», наращивал свой потенциал и аппарат дизайн-мышления. Сегодня философию и подходы дизайн-мышления активно используют в инновационном предпринимательстве — для создания новых бизнесов, а также для генерации бизнес-моделей, для формирования желательных сценариев развития будущего. Футуродизайн как сознательное

проектирование будущего — развитие парадигмы дизайн-мышления на новом уровне, которого требуют мир и человеческое общество. Дизайн-мышление часто называют разновидностью *out-of-the-boxthinking* — нестандартного мышления, заставляющего выйти за пределы известного.

Профессионалы, ориентированные на человека, имеют одно качество — им нравится задавать вопросы. Многие из них способны встать на место человека, для которого они делают продукт или услугу. Их любопытство заключается в том, как они развивают сочувствие (эмпатию) к потребностям и желаниям своего клиента, и поддерживают с ним контакты, чтобы создать эффективный цикл обратной связи. Но это не всегда только индивидуальный разговор. Чтобы масштабировать любопытство, нам нужно разработать алгоритмы, которые собирают и анализируют данные строгим и ориентированным на человека способом.

Как чаще надо экспериментировать.

Никогда не останавливайтесь на одном варианте. В бизнесе способность «набросать» или проверить жизнеспособность и желательность сразу нескольких идей является критическим навыком. Мы собрали и проанализировали довольно много данных и обнаружили, что команды, которые исследуют и проверяют пять или более решений, сразу же производят на 50% больше успешных запусков. Экспериментировать — значит использовать дивергентное (поиск множества решений одной и той же проблемы) мышление так же, как конвергентное (точное использование инструкции по решению задачи).

Несмотря на барьеры и трудности надо сотрудничать.

Для достижения прорывных идей требуется междисциплинарное сотрудничество. Сегодня проблема идет дальше задачи заставить внутренние отделы разговаривать друг с другом.

Чтобы предсказать прорывные решения будущего, нужно выйти за пределы здания и преодолеть границы своей отрасли. Это единственный способ, которым организации могут избежать общей ошибки — слишком узко определить конкуренцию (кто бы мог подумать, что поисковая система Google, станет крупнейшим конкурентом медиаиндустрии за рекламные доллары). Для SEO это может означать поиск интересных партнерств или инвестиций за пределами основного бизнеса компании. Это может также означать привлечение талантливых людей в организацию извне. Примите практику сбора знаний из неожиданных мест.

Распространяйте идеи как вирус.

Разработка практики повествования обычно не рассматривается как часть инструментария в проекте, но это важный навык. Идеи, которые вы создаете, будут умирать на заметках Post-It, если они не имеют оживляющей силы. Расскажите прекрасную историю, активируйте сети, которые помогут вам построить свою идею, и сделайте все возможное, чтобы сделать эту идею заразной в организации. Не позволяйте идее курсировать туда и обратно между командами — это быстрый способ убить ее. Если идея началась с лидера, который малокомпетентен в проблеме, трюк заключается в том, чтобы быстро назначить создателя продукта, который сможет вызвать движение. Чем раньше у вас есть создатель, который увидит в идее свою работу, чтобы генерировать волнение и импульс вокруг нее, тем больше шансов на выживание проекта. Данные, собранные в нашей работе «Различия в

творчестве», показали, что лидеры и владельцы продуктов, способствующие четкой цели и последовательным намерениям, на 20% успешнее запускают реализацию идеи.

Больше идей — быстрее победа.

Дизайн-ориентированные команды понимают, что чем больше идей, тем больше шансов. Если вы начнете с избытка идей, тогда вы сможете пожертвовать несколькими любимыми по пути и не быть потопленными ими.

## Этапы дизайн-мышления



### Вдохновляющие примеры дизайн-мышления

Square предлагает продукты, которые просты в использовании и понимании. Акцент на упрощенной функциональности — следствие принятия принципов дизайн-мышления.

Согласно Forbes, еще в 2001 основатель Netflix Рид Гастингс (Reed Hastings) расходовал по \$10 000 000 в год на исследования стриминговых технологий. Один этот факт показывает, насколько клиент-ориентированной компанией являлась Netflix изначально.

Такие компании, как ИКЕА, каждый год получают большое количество новых продуктов, это стало для них привычной практикой: исследовать и выбирать. Такое изобилие требует всех вышеперечисленных качеств для создания итерационного процесса проектирования, который строит ранние прототипы, дает доказательства и получает обратную связь от рынка, быстро реагируя на все промежуточные шаги.

Если не общаться с заказчиком, а лишь изучать конкурентов, то уйдут месяцы и сотни тысяч рублей на бесполезные решения. Именно дизайн-мышление и эмпатия показывают проблемы изнутри и наводят на их решения.

### Список используемый литературы.

1. Елочкин М.Е. Введение в современный дизайн. М., 2005.
2. Флоренский П.А. Столп и утверждение истины. (Опыт право славной теодиции в двенадцати письмах). М. 1914.
3. Креативная педагогика. М., 2004, с. 176.
4. Поддубко Л.М., Демиденко А.И. Прогр