

Российский рынок услуг в области промышленного дизайна

*Кочиев А.И., студент 3 курса
факультета управления*

*Научный руководитель: Тотиева Жанна Дмитриевна,
доцент кафедры математического анализа,
кандидат физико-математических наук*

ФГБОУ ВО «СОГУ имени Коста Левановича Хетагурова»

e-mail: Alankochiev97@mail.ru

Россия, Владикавказ

Промышленный дизайн производимого изделия, играет важнейшую роль в формировании спроса на товар как на внутреннем, так и на внешних рынках. В РФ же внешний вид продукции разных отраслей промышленности пока не может конкурировать с западными (по дизайну и качеству) и восточными аналогами (по дизайну и цене). При этом разные предприятия в стране находятся на разном этапе понимания важности промышленного дизайна: от начала инвестирования до полного игнорирования этого направления.

Основные причины отказа от промдизайна в стране – отсталые технологии на производствах, привычка отечественных производителей к внутрифирменному проектированию и скептицизм в отношении возможностей промдизайна как мощного дифференцирующего инструмента на потребительском рынке. Также проблему осложняет невозможность получения конкурентоспособного образования в стране, его оторванность от производства, реальных продуктов и современных технологий.

Тем не менее, рынок услуг в области промдизайна постепенно развивается. Высокие темпы роста по сравнению с традиционными отраслями (в среднем около 20% в год, по оценкам экспертов) объясняются низкой базой. Реальных драйверов для взрывного роста рынка пока не наблюдается. Однако технологичные госкорпорации (РОСНАНО и РОСТЕХ) совместно с лидерами рынка в силу своих возможностей оказывают поддержку формирующемуся креативному сегменту.

Текущее отставание российской промышленности и российской индустрии промдизайна (а также их низкая интеграция в мировой рынок) обусловлено, прежде всего, наследием советской плановой экономики. Это обусловлено тем, что на первое место ставилось обеспечение страны необходимым без фокуса на эстетику и эргономику производимой продукции и о конкуренции речи не шло. Хотя, в начале XX века Россия, а затем СССР, была одним из ключевых мировых драйвером дизайна. Кроме того, свою роль сыграл пропуск страной ряда технологических революций, начиная с 60-х гг. прошлого века (включая «вторую автомобильную революцию» и др.). В 80-х гг. отставание в области промышленного дизайна стало

критическим (за исключением стратегических оборонного и аэрокосмического секторов). Также свою роль сыграло медленное восстановление промышленности после кризиса 90-х гг.

В настоящий момент спрос на услуги в области промдизайна, по оценкам участников рынка, постепенно растет, однако существует ряд барьеров, которые мешают более активному развитию направления. Так, в числе таких стоп-факторов находится скептическое отношение российских производителей к разработке эргономичного и эстетичного дизайна промышленной продукции. При этом производители, изначально ориентированные на потребительские рынки (B2C), являются более гибкими в этом отношении и начинают постепенно осознавать необходимость разработки конкурентного дизайна. Принятие и внедрение промдизайна в B2B-компаниях, не привыкших работать на розничных рынках, происходит гораздо медленнее.

Другим существенным барьером является склонность отечественных производителей к внутрифирменному проектированию. При этом, в отличие от различных зарубежных производителей (например, IKEA, Toyota, Renault и др.), где дизайн является стратегией, во многих российских компаниях разработка внешнего вида изделий находится преимущественно на уровне сервисных служб. Исключение здесь могут составить компании, которые в советское время имели передовые дизайн-отделы, впоследствии полностью или частично расформированные (как правило, это предприятия тяжелой промышленности – машиностроение, судостроение, космос). И сейчас такие предприятия пытаются возродить дизайн на новом уровне.

На аутсорсинг проекты передаются, в том числе и за рубеж, но это не общепринятая практика. В большинстве случаев размещение заказов в европейских, американских и даже во многих китайских студиях достаточно дорого для отечественных производителей, поэтому они стараются обращаться к российским дизайнерам. Относительная дороговизна подобных услуг за рубежом также может стать фактором роста интереса производителей к внутреннему рынку.

Однако стоит заметить, что на российском рынке, по мнению экспертов, уже достаточно успешно реализуется ряд отечественных товаров с промдизайном. В частности, это тепловые конвекторы, фильтры для очистки воды, канцтовары, телевизионные антенны и др. Кроме того, в РФ были и знаковые проекты. Например, Ё-мобиль (2010–2014 г.) и YotaPhone (2013 г. – производится по настоящий момент). К сожалению, проект городского гибридного автомобиля 15 был свернут по причине потери интереса к проекту главного инвестора – ИГ ОНЭКСИМ, а разработки были переданы государственному научному центру НАМИ, специализирующемуся на исследованиях в области автомобильной теории и технологии.

Российский премиальный смартфон сумел победить в номинации «Мобильные устройства» на Международной выставке потребительской электроники CES-2013 в Лас-Вегасе, США. Однако пока не стал популярным среди российского населения. Здесь, возможно, сказываются недостаточно

активная кампания по продвижению продукта и ценовая политика производителя, так как российский YotaPhone оказался в условиях жесткой конкуренции с серьезными глобальными брендами (Samsung, Apple).

Промдизайн также практически не используется в РФ как средство решения социальных задач (в сфере здравоохранения, общественного транспорта, формирования городской среды и др.), как это происходит на развитых рынках, например, в Великобритании или Германии.

Достаточно слабо развиты государственно-частные инициативы (например, вовлечение дизайнеров в производственные консорциумы, изменение технологических стандартов и др.), направленные на развитие российского рынка дизайнерских услуг. Но, тем не менее, это направление развивается. На данный момент основной двигатель подобных проектов в РФ со стороны государства – это РОСНАНО и РОСТЕХ, со стороны частного сектора – ведущая российская дизайнерская компания SmirnovDesign (подробнее о компании см. ниже). Так, для развития проектной культуры в стране SmirnovDesign совместно с Фондом инфраструктурных и образовательных программ РОСНАНО 16 запустила в 2013 г. в Троицке (Московская обл.) на базе наноцентра «ТехноСпарк» дизайнерскую площадку – «Фабрику промдизайна». Основная идея проекта — создание креативного пространства с оборудованными рабочими местами для деятельности команд высококвалифицированных промдизайнеров. На данный момент основным заказчиком выступает Сеть нанотехнологических центров.

Другая государственная корпорация РОСТЕХ также активно занимается развитием промдизайна в РФ (стоит подчеркнуть, что в ряде компаний, входящих в госкорпорацию, – «Вертолеты России», КАМАЗ и АвтоВАЗ, активно развивается внутрифирменное проектирование). Так, в 2015 г. при участии госкорпорации был реанимирован Институт технологической эстетики ВНИИТЭ 17 – главной проектной и исследовательской организации в области промышленного проектирования в СССР. Согласно планам РОСТЕХа ВНИИТЭ должен стать интегратором, связывающим потребности производителей и возможности дизайнерского сообщества.

Также РОСТЕХ занимается продвижением российского промдизайна в РФ и за рубежом. В 2015 г., благодаря усилиям госкорпорации, состоялся первый открытый конкурс промдизайна – «Дизайн для российских технологий». В 2016 г., впервые после распада СССР, РФ (в лице «Московского музея дизайна» и при поддержке госкорпорации) участвовала в престижном международном мероприятии – Первом Лондонском биеннале дизайна (1st London Design Biennale), крупнейшей в мире выставке, которая посвящена промдизайну и новым технологиям. Российская экспозиция была удостоена одной из главных наград – медали Utopia Medal за наиболее полное раскрытие темы выставки «Утопия в дизайне». Также медали получили экспозиции Швейцарии (Jaguar Innovation Medal 2016 — за инновации в дизайне) и Ливана (The London Design Biennale Medal 2016 — за

вклад в дизайн).

Однако в настоящий момент необходимость продвижения дизайнерского направления постепенно осознают и другие профильные и непрофильные участники индустрии. В качестве примеров таких проектов можно привести: международный форум Global Industrial Design в рамках промышленной выставки ИННОПРОМ (проводится при поддержке Минпромторга), Международный форум инноваций в промышленном дизайне PUSHKA (поддержка осуществляется Ассоциацией промышленных дизайнеров России), Всероссийский студенческий конкурс промышленного дизайна FORMA (поддерживающая организация — Российский студенческий центр при Министерстве образования и науки РФ) и др. РОСНАНО.

Также большой потенциал для развития креативной индустрии может иметь ИЦ «Сколково». В научно-технологичном комплексе обеспечиваются особые экономические условия для компаний, работающих в приоритетных отраслях модернизации российской экономики: телекоммуникации и космос, биомедицинские технологии, энергическая эффективность, информационные и ядерные технологии. По мере становления «Сколково» как центра разработки, потребность в дизайнерских услугах должна возрасть. В 2012 г. были открыты четыре специализированных объекта, которые составляют в целом практически полный цикл работ, необходимых для создания модели нового продукта (от концептуальной разработки до внедрения в производство): лаборатории «Инженерная», «Промышленный дизайн», «3D-прототипирование» и «Механообработка». На данный момент эти НИОКР-сервисы технопарка начинают пользоваться популярностью среди резидентов. Кроме того, в «Сколково» с 2016 г. начали проводиться ежегодные «Дни промдизайна». Основная цель проекта, как и ВНИИТЭ, – формирование экспертной и коммуникационной «платформы», необходимой для взаимодействия между промышленными дизайнерами и производителями.

На развитие дизайн-индустрии влияет и недостаточно высокий уровень профессионального образования в сфере промдизайна в РФ. Причин такой ситуации несколько: преподаватели «старой школы» практически не преподают; талантливые выпускники, как правило, делают выбор в пользу частного сектора (Таблица 1).

Таблица 1. Количество выпускников из аспирантуры по направлению «Техническая эстетика и дизайн», чел.

Образовательные структуры	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Научно-исследовательские организации	3	1	3	-	2	-	-	-

Образовательные организации высшего образования	38	54	31	38	35	28	30	40
ВСЕГО	41	55	34	38	37	28	30	40

Источник: данные Росстат.

Кроме того, промышленным дизайнерам в РФ практически негде стажироваться. Фактически открыто стажеров набирают несколько дизайнерских бюро, расположенных преимущественно в столичных регионах. Отсутствие опыта приводит к трудностям с реализацией дизайнерских разработок на российском рынке. Так, на доведение дизайнерской идеи до реального производства, по заявлениям отечественных производителей, может уйти до 2 лет, что недопустимо для быстроразвивающихся современных потребительских рынков.

Что касается «образовательной» активности производителей, то только некоторые готовы «выращивать» специалистов для себя. Так, например, отечественный разработчик смарт-браслетов OneTrak отбирает во время стажировок, а затем выращивает промышленных дизайнеров. Также медленно, но происходит формирование ассоциаций и сообществ промдизайнеров, готовых осуществлять просветительскую работу (например, подобных уже существующим «Клубу промышленных дизайнеров» и онлайн-ресурсу Designet.ru).

Также ситуацию с кадрами осложняет «утечка мозгов» – миграция талантливых дизайнеров за рубеж (преимущественно в западные страны). В РФ практикуется получение базового образования в российском вузе (бакалавриат), а за специальными знаниями дизайнеры уезжают доучиваться за границу (магистратура), где впоследствии и остаются. Кроме того, зарубежными компаниями проводятся конкурсы среди российских промдизайнеров (включая студентов), многим из которых в дальнейшем предлагается работа или хорошее вознаграждение. За рубежом, как уже говорилось, сегодня очень востребованы разработки в области автомобилестроения, спецтехники, потребительской электроники, медицины и др. Под такие проекты и привлекаются молодые талантливые специалисты.

Кроме того, средний класс – основной потребитель предметов промдизайна – в РФ активно сокращается. Так, по данным Института социальной политики НИУ ВШЭ, потребительские возможности среднего класса за кризис 2014–2015 гг. существенно пострадали: доля тех, кто может позволить себе купить все, кроме автомобиля, сократилась с 27 до 13%.

Необходимо еще раз подчеркнуть, что РФ практически не интегрирована в мировой рынок промдизайна: присутствуют успешные точечные зарубежные проекты, но экспортный поток дизайн-услуг не сформирован.

В РФ рынок услуг в области промдизайна только развивается. Датой зарождения индустрии (или возрождения после распада СССР, но в новом

«рыночном» формате) можно назвать конец 90-х гг. прошлого века. Однако официальная статистика в области промдизайна в РФ практически отсутствует (представлены только точечные данные). Также на данный момент не сформировалось профессиональных объединений или ассоциаций, которые на регулярной основе занимались бы вопросом оценки объема и динамики данного рынка.

Только в 2014 г. НИУ ВШЭ в лице Института статистических исследований и экономики знаний начал реализовать в интересах Минпромторга проект, связанный с формированием системы мониторинга рынка инжиниринговых услуг и промдизайна. Подразумевается разработка системы базовых понятий, статистических показателей, соответствующего инструментария. Ожидается, что в 2018 г. новая система мониторинга будет запущена.

Согласно же данным участников российского рынка дизайн-услуг, его фактический объем в 2015 г. составлял всего 126,5 млн руб. или около 2 млн долл., а в 2016 г. – 149,3 млн руб., или также около 2 млн долл. Это очень низкие показатели по сравнению с уровнем развитых рынков. Например, в США объем рынка промдизайна в 2015–2016 гг. составлял свыше 2,5 млрд долл., по данным аналитических агентств. В настоящий момент западные страны, по экспертным оценкам, при разработке новых продуктов инвестируют до 5% от стоимости проекта на промдизайн (включая проекты внутрифирменного проектирования и аутсорсинга), в Китае этот показатель выше в несколько раз и составляет 17%. В РФ, по данным участников рынка, только 0,2% от затрат расходуется на промдизайн, и только 3% всех производителей фокусировались на разработке оригинального дизайна.

Потенциальный объем рынка услуг промдизайна в РФ, по данным представителя французской бизнес-школы INSEAD Филиппа М. Паркера (Philip M. Parker), в 2012 г. оценивался в 154,3 млн долл., что составляет не более 1,6% от общего потенциального объема рынка услуг промдизайна в мире. В 2015–2016 гг. этот показатель увеличился до 1,8% (около 189 млн долл.), что многократно превышает размер фактического объема российского рынка.

Что касается географических особенностей формирующегося рынка, то региональными лидерами, по оценкам экспертов, закономерно, являются Москва и Санкт-Петербург, где расположена большая часть дизайнерских компаний. Регионами второго эшелона являются крупные промышленные города – Нижний Новгород, Екатеринбург и Ижевск.

В отношении стоимости контракта на оказание услуг в области промдизайна, то эти данные являются в настоящий момент непрозрачными (здесь свою роль играют заключаемые с заказчиками договора о неразглашении информации). Однако, по экспертным оценкам, стоимость услуг может варьироваться от сотен тысяч до нескольких миллионов рублей, по другим оценкам средняя стоимость контракта не превышает 20 тыс. долл. При этом запрашиваемая российскими дизайнерами сумма в несколько раз ниже того, что получают дизайнеры за выполнение аналогичных заказов на

развитых рынках, где согласно данным аналитических агентств, средняя стоимость проекта промдизайна составляет 100–200 тыс. долл.

Стоит также отметить, что помимо традиционной модели сервисного бизнеса (непосредственная оплата заказчиком услуг), на российском рынке промдизайна развивается модель соинвестирования, когда дизайнерская компания участвует в проекте производителя своими ресурсами (примерно 2–5% в зависимости от изделия и дизайнерской составляющей, согласно российской практике), а после выхода продукта на рынок получает ежегодное роялти. Однако на данный момент таких проектов единицы, производители пока опасаются нетрадиционного способа привлечения дизайнерских компаний.

Список использованной литературы

1. *Седых И. А.* Рынок услуг в области промышленного дизайна. М.: Национальный исследовательский университет Высшая школа экономики, 2017.
2. <https://dlib.rsl.ru/01009435615>
3. <http://www.inno.ru/press/articles/document21883.shtml>
4. <http://www.ru-90.ru/chronicle/2010/>