

---

# ПУБЛИЧНАЯ ВЕРСИЯ ОТЧЕТА ЕМКОСТЬ РЫНКА И СИСТЕМА КВАЛИФИКАЦИЙ ДИЗАЙНА В РОССИИ И МИРЕ РЕЗЮМЕ

ИССЛЕДОВАНИЕ «ЕМКОСТЬ РЫНКА И СИСТЕМА  
КВАЛИФИКАЦИЙ ДИЗАЙНА В РОССИИ И МИРЕ»  
ИНИЦИИРОВАНО НАЦИОНАЛЬНЫМ ИНСТИТУТОМ  
ДИЗАЙНА И РЕАЛИЗОВАНО ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОЙ  
КОМПАНИЕЙ «СЕТЕВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ»  
СОВМЕСТНО С СОЮЗОМ ДИЗАЙНЕРОВ РОССИИ.  
ПОЛНАЯ ВЕРСИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ ЯВЛЯЕТСЯ  
ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТЬЮ  
ЗАКАЗЧИКА И НЕ ПРЕДНАЗНАЧЕНА ДЛЯ  
РАСПРОСТРАНЕНИЯ.

---

СОЮЗ  
ДИЗАЙНЕРОВ  
РОССИИ  
RUSSIA  
DESIGNERS  
ASSOCIATION



Национальный  
Институт  
Дизайна  
National  
Design  
Institute



# ПУБЛИЧНАЯ ВЕРСИЯ ОТЧЕТА

## ЕМКОСТЬ РЫНКА И СИСТЕМА КВАЛИФИКАЦИЙ ДИЗАЙНА В РОССИИ И МИРЕ

### РЕЗЮМЕ

*Для меня дизайн – это набор задач и действий, которые, сочетаясь вместе, позволяют решить проблему или разработать свежую идею. Сегодняшний дизайн фокусируется на соединении множества технологий, исследований и пользовательского опыта, доставляя ценность конечному пользователю.*

**Срини Сринивасан**

Президент World Design Organization / WDO

*Сегодня дизайн – это огромная межотраслевая индустрия, которая является порождением рынка и нацелена на развитие промышленности и торговли, инжиниринга и технологий, рекламы и маркетинга, архитектуры и строительства, культуры и искусства.*

*Дизайн – это стратегический и экономический инструмент, который создает новую реальность и среду.*

**Виталий Ставицкий**

Президент Союза Дизайнеров России

## 1 ИЗ КАКОЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОЙ ПОЗИЦИИ МЫ РАБОТАЛИ НАД ПРОЕКТОМ?

В первую очередь стоит сказать, что отчет написан с учетом позиций отраслевых экспертов дизайна. Нам было очень важно учитывать мнение профессионалов, непосредственно работающих в рынке, понимать, как они сейчас определяют дизайн и его положение в системе координат, в чем именно им хочется конкретики и более точного исследовательского взгляда на ситуацию.

В современной России основная отраслевая идеология и миссионерство в области дизайна сформулированы вокруг концепции «Дизайна 5.0», под которой понимается система зарождения и управления инновациями, включающая в себя искусство, технологии и инжиниринг, учитывающая социальные, психологические и исторические факторы при проектировании. В данном контексте дизайн – это политика и стратегия управления отраслями, использующая творчество и инновации как способ проектирования будущего. Это методология, применяемая для решения сложных проблем и поиска желаемых решений для клиентов путем интеграции инноваций. Также дизайн опирается на логику, воображение, интуицию и системные рассуждения, чтобы исследовать потребности пользователей и создавать максимально полезные продукты и сервисы. С учетом этого дизайн становится стратегическим инструментом политики государства на внутренней и международной аренах, инструментом обеспечения его суверенитета. Вышеизложенная позиция, безусловно, была учтена и спроецирована на каждый тематический блок в проекте. То, каким образом дизайн понимается, и какие виды деятельности в него включаются, во многом определяет и емкость его рынка, и значимость отрасли для экономики, и требования к квалификации специалистов, работающих в индустрии.

Помимо оценки емкости рынка и потенциала роста, мы изучали, какие технологии на отечественном и мировом рынках применялись в последние годы, фиксировали направления государственной и отраслевой дизайн-политики, а также деятельность в работе с матрицами компетенций кадров, изучили мировые практики и их потенциальную пользу для экономик развитых государств, где основная линия развития отраслей заключается в понимании дизайна как стратегии.

Отраслевым партнером данного проекта – Союзом Дизайнеров России – наиболее релевантными для изучения дизайна в России, были обозначены следующие области:

- Промышленный дизайн – отрасль дизайна, целью которой является определение формальных качеств промышленно производимых изделий, их структурных и функциональных особенностей и внешнего вида, а задачей – сделать производимый продукт удобнее.
- Коммуникативный дизайн – «инженерное» планирование процессов в сложных организационных структурах, смешанная дисциплина, находящаяся между дизайном и разработкой информации, связанная с тем, как медиаизобретения человечества взаимодействуют с людьми. Он объединяет в систему такие компоненты, как визуальный дизайн, рекламу, иллюстрирование, шрифтовую культуру, печатные процессы, информационные объекты, анимацию, брендинг, копирайтинг, веб-дизайн, UX/UI-дизайн.
- Дизайн текстиля – область дизайна, направленная на создание структуры материалов и разработку узоров, рисунков, принтов для тканей, используемых в интерьерах и модной индустрии.
- Fashion (фэшн) дизайн – область дизайна, включающая в себя дизайн одежды, обуви и аксессуаров, а также ювелирных изделий.
- Средовой дизайн – область дизайна, занимающаяся процессом формирования целесообразных, комфортных и эстетически полноценных условий для осуществления бытовой, общественной и производственной деятельности человека.
- Интерьерный дизайн – отрасль дизайна, направленная на интерьер помещений с целью обеспечить удобство и эстетически приятное взаимодействие среды с людьми.
- Концептуальный дизайн – разработка принципиальной идеи, проработка стратегий и подходов, используемых для проектирования, а также принципов взаимодействия различных участников коммуникации.

С учетом многогранности и сложности самого предмета дизайна, только микс различных количественных и качественных методик позволяет сформировать почву для построения закономерностей и выводов. В исследовании использовалось 4 основных метода: кабинетное исследование, экспертные интервью, социологический опрос, работа с выгрузкой и обработкой больших массивов данных из социальных сетей и агрегаторов.

### КАБИНЕТНЫЙ АНАЛИЗ

Это центральный метод в поисковой активности, который предполагает работу с открытыми источниками данных, чаще вторичными: аналитическими отчетами, статистическими сборниками и агрегаторами, научными и публицистическими статьями, блогами, интервью и высказываниями экспертов, сайтами и социальными сетями компаний, персон и проектов. Отдельный интерес представляли государственные программы, доклады и отчеты государственных и общественных институтов развития дизайна, образовательные программы и любые актуальные исследования локальных и международных рынков дизайна. Всего в работе сделано обращение более, чем к 800 ресурсам.

Область дизайна в российской действительности не является популярной с точки зрения ее изучения и осмысления. Практически отсутствуют какие-либо цифры и аналитика по рынку, кадрам, что во многом обуславливает актуальность настоящего исследования, в котором некоторые подходы приходилось изобретать с нуля.

В работе был изучен опыт преимущественно развитых зарубежных стран, в том числе Великобритании, США, Германии, Италии, Франции, Китая, скандинавских стран.

### КАЧЕСТВЕННОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ (ЭКСПЕРТНЫЕ ИНТЕРВЬЮ)

Если кабинетный анализ дает представление о рынке и реализуемых в нем практиках на основе открытых данных, то качественные интервью открывают возможность получить ответы на необходимые вопросы непосредственно от практиков индустрии, которые далеко не всегда можно обнаружить первым способом.

В глубинных интервью приняли участие 18 российских и 9 зарубежных экспертов<sup>1</sup>. Основная часть респондентов – владельцы предприятий или руководители направлений в дизайн-студиях, руководители, занимающиеся дизайном в крупных производственных российских компаниях, главы профессиональных сообществ. В числе информантов были, например, президент Всемирной организации дизайнеров (WDO), президент Японской ассоциации промышленных дизайнеров (JIDA), представители студии SmirnovDesign, Студии Артемия Лебедева.

Данный проект, по большому счету, является первой попыткой серьезного масштабного исследования рынка дизайна в России, поэтому не со всеми экспертами удалось выстроить доверительные отношения и получить необходимую информацию по конкретным цифрам или инструментам управления отраслью, особенно это касается представителей иностранных государств.

### ОПРОС ШКОЛ ДИЗАЙНА

В ходе разработки программы исследования Союзом Дизайнеров России было принято решение также дать старт работе по массовому сбору статистических данных о существующих в России школах дизайна. Это достаточно стандартная практика контроля состояния индустрии для многих развитых стран, что отражено, например, в EuropeanDesignReport<sup>2</sup>. Но в индустрии российского дизайна подобная работа не проводилась. Опрос служит основанием для создания первого в Российской Федерации сборника о школах дизайна, а также первичным сбором цифр о дизайне в России для европейских коллег.

В качестве валидного основания для выборки пилотного опроса послужил перечень вузов, участвующих в преподавании направления «54.03.01 Дизайн», занесенных в систему ФРДО. В онлайн-опросе приняло участие 139 вузов.

Среди основных информационных блоков анкеты – данные о направлениях подготовки школы, особенностях методологии и ключевых компетенциях школы, лучших проектах и выпускниках, партнерах, а также цифры трудоустройства и примерные заработные платы выпускников.

### ВЫГРУЗКА И АНАЛИЗ ДАННЫХ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ И АГРЕГАТОРОВ

Впервые в рамках изучения дизайна в России были использованы сервисы API<sup>3</sup> и программирование для выгрузки данных из социальных сетей и агрегаторов. Поскольку валидных и актуальных данных о российском рынке труда в дизайне, по сути, нет ни в одном исследовании или официальном источнике, было принято решение работать с этим типом данных.

В первом случае нами производилась выгрузка и анализ профилей пользователей крупнейшей отечественной социальной сети «ВКонтакте», обучающихся на факультетах и кафедрах, связанных с дизайном, в 100 крупнейших по численности населения российских городах. Во втором реализована выгрузка всех вакансий<sup>4</sup>, размещенных в Российской Федерации, связанных с дизайном, с самого массового рекрутингового портала HeadHunter.ru. Основной исследовательский фокус был направлен на изучение карьерных и географических траекторий специалистов, а также на понимание запроса рынка труда, его содержательных и количественных требований к работникам.

### СЕТЕВОЙ АНАЛИЗ ИНСТИТУТОВ УПРАВЛЕНИЯ И РАЗВИТИЯ В ДИЗАЙНЕ

В рамках исследования также был проведен пилотный проект по применению метода анализа социальных сетей (SNA) для изучения взаимодействия акторов публичной политики в сфере промышленного дизайна Европейского союза (ЕС). Мы не нашли аналогичных работ, посвященных исследованию сфер влияния, тому, какие страны имеют вес в отрасли, в то время как именно сетевой подход эффективно описывает данные феномены даже на небольших наборах данных.

Social Network Analysis – метод систематического анализа социальных сетей, который рассматривает социальные отношения в терминах так называемой «сетевой теории» (области компьютерных наук и наук о сетях), состоящих из узлов (представляющих отдельных деятелей / акторов в определенной сети) и связей (которые представляют отношения между этими акторами, например, дружеские или родственные отношения, партнерство между компаниями, передача информации между ведомствами и т.д.). Любая организация или рынок существует только в формате сети, это постоянное взаимодействие сотрудников: они учатся друг у друга, делятся информацией, используют ресурсы, работают на результат и пр.

Сети и связи между различными ассоциациями и университетами ЕС строились по следующим критериям (наличие совместной активности за последние 10 лет):

1. Совместное участие в проектах.
2. Участие в рабочих группах при органах власти ЕС и Ассоциаций.
3. Участие в подготовке стратегических и регуляторных документов.
4. Участие в публичных слушаниях.

Далее в сжатой форме мы представим доступные для публикации выводы по ключевым исследовательским блокам и вопросам.

1 Полный список экспертов представлен в конце резюме.

2 [https://www.interregeurope.eu/fileadmin/user\\_upload/tx\\_tevprojects/library/file\\_1543245130.pdf](https://www.interregeurope.eu/fileadmin/user_upload/tx_tevprojects/library/file_1543245130.pdf)

3 Интерфейс программирования приложений, позволяющий сервисам взаимодействовать, получать доступ и обмениваться данными.

4 Выгрузка резюме «условно бесплатно», как это было в случае с вакансиями, невозможна на ресурсе. Поэтому сбор и анализ по резюме производился вручную.

Лидирующие экономики мира, как минимум последние 15–30 лет, уже воспринимают дизайн как методологию отраслевого управления либо как стратегию развития индустрий. Это выражается в:

- а. законодательной поддержке;
- б. финансовом стимулировании бизнеса и льготах, а также различных грантах и премиях;
- в. «пропаганде» и просветительской деятельности как для производителей товаров и услуг, так и для непосредственных потребителей, путем создания специализированных музеев, проведения деловых и развлекательных событий, фестивалей и пр.

### **ВЕЛИКОБРИТАНИИ, ДАНИИ И ФИНЛЯНДИИ**

В Великобритании, Дании и Финляндии существуют полноценные программы развития дизайна, ведется совместная работа отраслевых министерств по расширению влияния дизайна на общественную жизнь (образование, культура, управление, решение социальных проблем), наращиванию взаимодействия с профессиональными организациями и союзами по выработке решений проблем, существующих в общественной, экономической и культурной жизни. Результаты измеряются экономически в добавленной стоимости и прибыли, а также в национальном бренде дизайна этих стран во всем мире. В рамках своей работы структуры, занятые дизайн-политикой, способствуют развитию малых и средних предприятий (МСП), поддерживая их как финансово, так и через обучающие системы. Дизайн для них – всеобъемлющая методология, способная адекватно применяться в любой сфере деятельности.

Китай также проводит свою дизайн-политику в стратегическом направлении, поскольку эти приоритеты установлены высшей государственной властью. Китай декларирует открытое международное сотрудничество, создавая благоприятные условия для работы зарубежных специалистов и интегрируя в производственные процессы лучшие дизайнерские практики. Но при этом большая часть документов и информации о рынке по стране находится в закрытом доступе.

### **США**

В США нет единой доминирующей для всего государства дизайн-политики, однако довольно сильна сеть организаций, занимающихся управлением дизайна. Роль ведущих акторов дизайн-политики там переходит к компаниям и профильным организациям, которые способствуют общему курсу развития отрасли и применению дизайн-решений в экономических и производственных процессах. Сетевой характер взаимоотношений этих структур позволяет формировать общую повестку в дизайне, а наличие технологических лидеров дает возможность США диктовать мировые тренды в дизайне без прямого участия государственных институтов.

### **ГЕРМАНИЯ**

В Германии дизайн является частью промышленного и инновационного развития, поэтому дизайн-политики в строгом смысле там нет. Но, в отличие от США, там существуют общенациональные структуры, которые формируют единую общественную повестку в индустрии. Профессиональные ассоциации скорее развивают внутрикорпоративные связи и способствуют выработке более четкой позиции по различным вопросам.

### **РОССИЯ**

В России дизайн и промышленное развитие пока не так тесно сплетены, как в лучших зарубежных кейсах. Нереализованное сетевое взаимодействие участников рынка, отсутствие явного позиционирования в информационном поле и немногочисленные не очень эффективные государственные программы пока не позволяют достичь необходимой интеграции дизайна в большинство производств и профессиональных сообществ. С малой долей вероятности можно говорить о том, что прямо сейчас дизайнеры позиционируются в стране как проектировщики новой среды, реальности, технологий, которыми они являются в действительности. Опыт зарубежных стран показывает, что экономическое конкурентное преимущество можно возвращать и наращивать, используя дизайн как стратегию. Для России сейчас это крайне актуально, это может служить выходом из того промышленного и экономического кризиса, в котором страна находится.

Важным вопросом в исследовании было не только понять, каким образом дизайн развивают на государственном и отраслевом уровне, какие финансовые инструменты и меры реализуются для поддержки предпринимателей и специалистов, какие мероприятия, конкурсы, премии и музеи создаются в странах для популяризации индустрии и выработки стандартов качества в ней, но также разобраться в том, какой экономический эффект все эти действия приносят для государства.

Итогом стратегической дизайн-политики в Великобритании стал ощутимый экономический результат. В 2018 году Design Council опубликовал крупный отчет о состоянии дизайна в Великобритании «Экономика дизайна 2018»<sup>5</sup>. Отчет показывает, что в 2016 году экономика дизайна принесла валовой добавленной стоимости (ВДС) Великобритании 85,2 млрд фунтов стерлингов, что эквивалентно 7% от всей ВДС страны. Это значение выросло на 52% с 2009 года. В 2016 году на должностях в дизайне было занято 1,69 миллиона человек, что сопоставимо с больничным сектором. В то время в Великобритании работало 78 030 дизайнерских фирм. При этом цифровой дизайн является самой быстрорастущей частью экономики дизайна, демонстрируя рост на 85% в период с 2009 по 2016 годы<sup>6</sup>. По прогнозу 2020 года доход от дизайнерской деятельности к 2024 году вырастет до 12,1 млрд \$<sup>7</sup>. А по подсчетам агентства InnovateUK (2015), каждый фунт, инвестированный в дизайн, может принести компании 20 фунтов дохода, увеличить операционную прибыль на 4 фунта, вместе с 5 фунтами экспорта<sup>8</sup>. Подобные цифры только подтверждают необходимость усиленного развития дизайна в стране.

В 2007 году (очевидно, что с тех пор показатели только увеличились) был опубликован доклад The Value of Design Factfinder (2007)<sup>9</sup> британского Совета по дизайну. Он содержит следующие заключения:

- Каждые 100 фунтов стерлингов, потраченные на разработку дизайна, увеличивают оборот на 225 фунтов стерлингов.
- В компаниях, где дизайн является неотъемлемой частью деятельности, более трех четвертей утверждают, что благодаря дизайну они повысили свою конкурентоспособность и оборот.
- Компании, которые рассматривают дизайн как неотъемлемую часть, в основном не конкурируют по цене с другими.
- Акции компаний, ориентированных на дизайн, превосходят ключевые фондовые индексы на 200%.
- Почти половина всех британских компаний считает, что за последнее десятилетие дизайн стал более важным, помогая им поддерживать конкурентные преимущества.
- Компании, в которых дизайн является неотъемлемой частью деятельности, в два раза чаще разрабатывают новые продукты и услуги.
- В среднем, компании, ориентированные на дизайн, увеличивают свою долю рынка на 6,3% за счет его внедрения.
- Рост оборота более вероятен для предприятий, которые увеличивают свои инвестиции в дизайн. И наоборот, те, кто сократил инвестиции, сократили свои шансы на рост.
- Две трети британских компаний считают, что дизайн является неотъемлемой частью будущих экономических показателей.

- Компании, которые повышают ценность бизнеса благодаря дизайну, замечают большее влияние на эффективность бизнеса, чем все остальные.

По данным Министерства экономики и энергетики ФРГ за 2017–2018 годы, дизайн-индустрия в ФРГ выросла по количеству компаний, числу сотрудников и самозанятых. Самостоятельно она создает 9% добавленной стоимости в отрасли творческих и культурных профессий. Такие ведущие отрасли, как разработка видеоигр и программного обеспечения, рынок рекламы и печати, также не могут обойтись без дизайна. Генерируемая ими добавленная стоимость варьируется от 11 до 23% в творческих и культурных производствах<sup>10</sup>. Культурные и креативные производства приносят экономике 102,4 млн € добавленной стоимости, из которых 10,7 млн приносит дизайн. Доход на рынке создания и дизайна программного обеспечения оценивался в 2018 году в 420 млн \$<sup>11</sup>.

По подсчетам американских профессиональных организаций, в 2008 году вся индустрия дизайна США была способна сгенерировать 251 млрд \$ предполагаемого дохода, без учета стадий проектирования и создания ценности бренда<sup>12</sup>. В 2018 году Бюро экономической статистики и Национальный фонд искусств подсчитали, что искусства (в которые включается и дизайн) приносят американской экономике 763,6 млрд \$<sup>13</sup>. Непосредственный вклад дизайнерских услуг (по данным на 2015 год) – 19,5 млрд \$, архитектурные услуги принесли 17,2 млрд \$, рынок рекламы – 33,1 млрд \$, цифровой дизайн – 3,4 млрд \$, музейная деятельность – 5,3 млрд \$. Один только рынок интерьерного дизайна составляет в американской экономике 15,8 млрд \$ (на 2020 год)<sup>14</sup>.

По данным финской ассоциации Ornamo и Статистического Бюро Финляндии, в 2015 году оборот в секторе дизайна в Финляндии составил 3,23 млрд €<sup>15</sup>, из которых 2,95 млрд приходятся на дизайн-ориентированные производства<sup>16</sup>.

В 2015 году рынок креативной индустрии Китая (куда также включался и дизайн) оценивался в 509 млрд \$, а экспорт креативной продукции составлял 168,5 млрд \$<sup>17</sup>. По ситуации на последний год доход только в области строительства и интерьерного дизайна в Китае в 2019 году был оценен в 661 млрд \$<sup>18</sup>.

Ввиду того, что вопрос понимания значимости и реальной роли дизайна являлся во всем исследовательском проекте одним из центральных, считаем важным озвучить в данной части позиции некоторых экспертов<sup>19</sup>, у которых мы брали интервью:

Это (влияние дизайна на стоимость продукта) зависит от продукта и объема его продаж. Например, если продукт является кофеваркой, и компания планирует продать 500 000 штук за 50 долларов в течение 3 лет, тогда стоимость дизайна будет менее 10%. Если продукт представляет собой медицинское устройство, стоимость которого составляет 1 миллион долларов, и компания планирует продавать 1 000 единиц в год – стоимость проектирования будет намного выше. //

Финансовая отдача зависит от стоимости рабочей силы в каждой стране, спроса на конкретный продукт. Например, если бы кто-то быстро изготовил лицевую маску от коронавируса, сейчас люди заплатили бы за нее гораздо большую цену, поскольку потребность в ней очень велика. Но через 6 месяцев спрос умрет. В целом любая дизайнерская студия, которая работает достой-

5 [https://www.designcouncil.org.uk/sites/default/files/asset/document/Design\\_Economy\\_2018\\_exec\\_summary.pdf](https://www.designcouncil.org.uk/sites/default/files/asset/document/Design_Economy_2018_exec_summary.pdf)

6 Там же.

7 <https://www.statista.com/forecasts/397570/specialised-design-activities-revenue-in-the-united-kingdom>

8 [https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment\\_data/file/474557/Design\\_in\\_Innovation\\_Strategy\\_2015-2019\\_WEB.pdf](https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/474557/Design_in_Innovation_Strategy_2015-2019_WEB.pdf)

9 [https://www.designcouncil.org.uk/sites/default/files/asset/document/TheValueOfDesignFactfinder\\_Design\\_Council.pdf](https://www.designcouncil.org.uk/sites/default/files/asset/document/TheValueOfDesignFactfinder_Design_Council.pdf)

10 [https://www.bmwi.de/Redaktion/EN/Publikationen/Wirtschaft/monitoring-report-cultural-and-creative-industries-2018.pdf?\\_\\_blob=publicationFile&v=3](https://www.bmwi.de/Redaktion/EN/Publikationen/Wirtschaft/monitoring-report-cultural-and-creative-industries-2018.pdf?__blob=publicationFile&v=3)

11 <https://www.statista.com/forecasts/966620/construction-design-software-market-revenue-in-germany>

12 Там же.

13 <https://www.arts.gov/news/2018/arts-contribute-more-760-billion-us-economy>

14 <https://www.ibisworld.com/industry-statistics/market-size/interior-designers-united-states/>

15 <https://www.ornamo.fi/en/article/finnish-design-industry-sets-sights-growth/>

16 <https://www.ornamo.fi/app/uploads/2017/12/Finland-design-sector-in-numbers-Ornamo-2017.pdf>

17 <http://www.ecns.cn/business/2019-01-16/detail-ijzcpvxf8627170.shtml>

18 <https://www.ibisworld.com/china/market-research-reports/building-completion-interior-design-industry/>

19 Фамилии экспертов для публичного отчета анонимизируются, полный список представлен в конце резюме.

но, должна получать около 15% прибыли от общего дохода, получаемого за счет продаж. //

Есть сегмент рынка индивидуальных приборов, который крайне мал. Например, если в офис Газпрома покупают итальянскую кофемашину, инкрустированную золотом, тогда она может стоить в пять раз дороже своих аналогов. Но это штучные продукты. То же самое касается мебели и каких-то интерьерных вещей. Люстра может стоить в двадцать раз больше, чем такая же по яркости. //

Многое зависит от того, на какую аудиторию ориентирован продукт. Если мы делаем продукт эконом-сегмента, то дизайн там только потому, что дизайн там должен быть. Если мы делаем продукт высокого сегмента, там дизайн будет иметь большое значение. Дизайн, безусловно, увеличивает капитализацию продуктов, но насколько сильно он добавляет к стоимости, сказать трудно. Здесь имеет значение многое: категория продукта, цикл его жизни. Одно бесспорно: без дизайна рынок существовать не может. //

ЮНИДО занималась промышленным дизайном на протяжении многих десятилетий. Поскольку промышленный дизайн сейчас становится очень важным элементом, что называется, интеллектуальной части добавленной стоимости, используя его, страна не только с малым уровнем заработной платы может стать конкурентоспособной, страны со средним заработком, даже развитые страны могут развивать промышленность, несмотря на высокие издержки, за счет как раз этой интеллектуальной части добавленной стоимости, где промышленный дизайн играет большую роль. //

Если возьмете какой-нибудь хороший электронный дизайнерский продукт с брендом, компания, которая владеет брендом, это не электронная компания, она является дизайнерской компанией. Издержки, которые были потрачены на производство этой продукции в третьей стране, составляют 20–30% стоимости продукции. А остальные 70% маржи идут именно тем, кто создал дизайн, и кто обладает брендом. Вот в этом я вижу главные цифры. В дизайн нужно вкладываться, чтобы быть конкурентоспособными. //

Два миллиона евро, вложенные в проект в Армении (комплексный проект на стыке промышленного дизайна, брендинга и маркетинга для швейной промышленности), удвоили занятость, утроили экспорт в относительных цифрах. Розничные сети, которые стали байерами в Армении, увидев качество производимой продукции, сейчас намереваются инвестировать около 75 миллионов евро в расширение этих мощностей. Эта сумма в 35 раз превышает изначально инвестированные в проект деньги. //

Хорошо спроектированный продукт, при этом не важно, какой продукт: это может быть здание, веб-сайт, мобильный телефон, наушники – если он хорошо спроектирован, он экономит деньги на каждом последующем этапе. //

Дизайн – это в первую очередь проектирование с тем, чтобы добавить продукту дополнительную стоимость. Дополнительная стоимость может быть добавлена для того, чтобы предприятие, выпускающее этот продукт, зарабатывало больше. Либо для того, чтобы этот продукт стоил больше в плане юзабилити, чтобы с ним было удобно работать, чтобы он выполнял свои функции лучше, чем раньше. //

В 2018 году Министерство Экономики, Торговли и Промышленности (Японии) опубликовало декларацию «Об управлении бизнесом с помощью дизайнера». Я работал над содержательной частью этого документа. В нем говорится, что «компания, использующие важность дизайнера (в самом широком смысле этого слова), увеличивают прибыли в два раза. Думаю, что дизайнеры сыграют большую роль в достижении «Целей устойчивого развития», предложенных ООН. //

Предельно ясно, что компании, инвестирующие в дизайн, получают большие прибыли. Однако не всегда есть прямая причинно-следственная связь между инвестициями и прибылью. В декларации «Об управлении бизнесом с помощью дизайнера» мы подсчитали ключевые показатели эффективности на основе данных западных компаний. В список KPI вошли: количество проданной продукции, прибыль компаний, стоимость акций, награды в области дизайна – все это должно быть оценено. //

На старте эта доля (инвестиций в дизайн) может составлять 50–60%. Также не стоит забывать о разнице между цифровыми и физическими продуктами. Я бы сказал так: инвестиции в дизайн составляют от 10 до 60% для запуска продукта. //

Конечно, инвестиции в дизайн приносят свои плоды. Мне вспоминается пример компании Phillips, когда они производили обычные компьютерные мыши с маржинальностью в 2%, и они бы ничего не потеряли, если бы их не производили. Обновленный дизайн позволил повысить продажи и разработать собственный сенсор, маржинальность выросла до 8–10% процентов. Стартапы нередко производят качественный технологичный продукт, в который вкладывают 95–99% всех инвестиций, что довольно глупо. 80% достаточно для готового продукта. Оставшиеся 20% стоит вложить в его дизайн, и это даст более качественный рыночный эффект. //

(о доле дизайнера в стоимости продуктов) Я бы хотел сказать 100%. В том смысле, что в продуктовом дизайне ты должен владеть продуктом. Если вы предложите мне разработать ручку, я бы сказал, что это должен быть мой продукт от начала до конца: форма, функции, производство, продажи и т.д. Для всего этого нужны дизайнеры. //

# 5

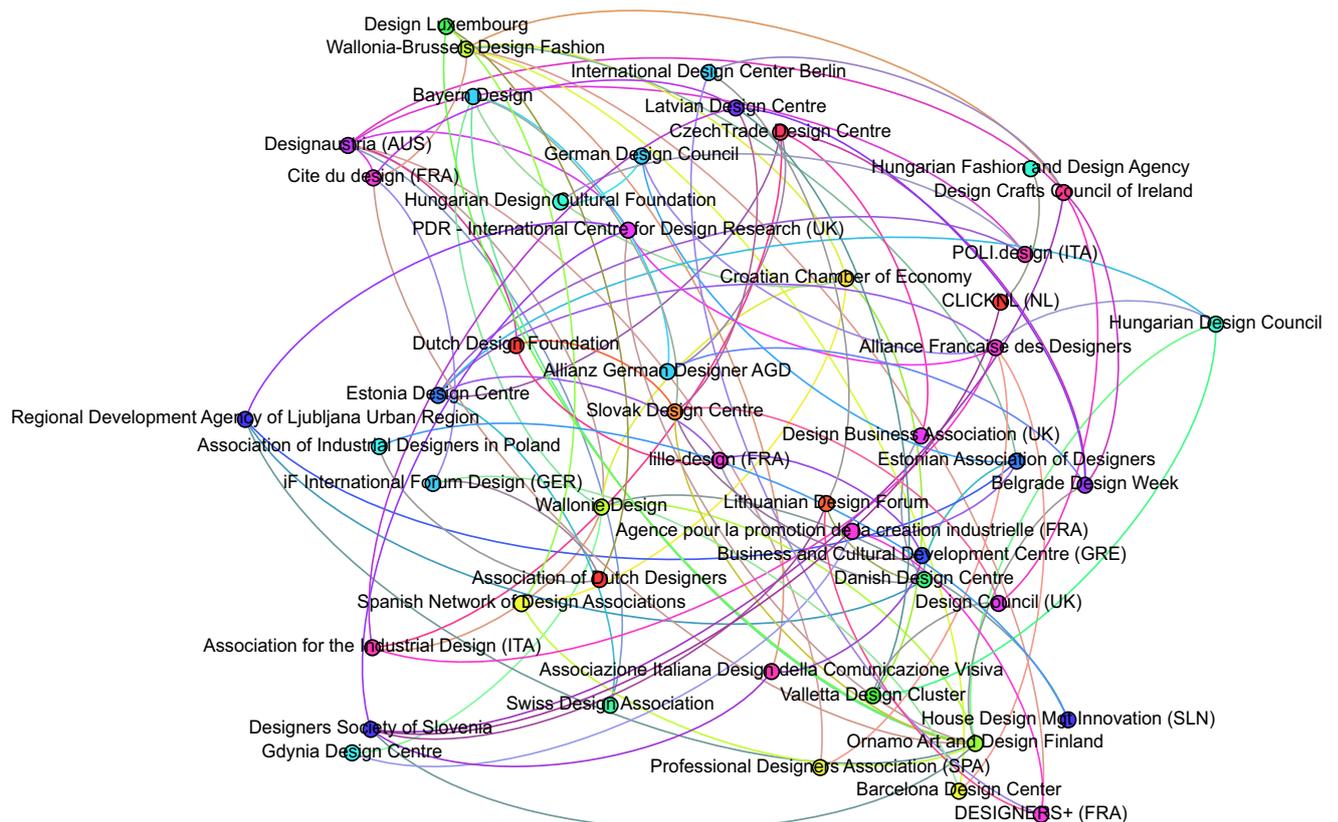
## КАК УСТРОЕНЫ СЕТИ ПУБЛИЧНОЙ ПОЛИТИКИ В ДИЗАЙНЕ?

С учетом того, что дизайн в современной экономике – это способ борьбы за рынки, нам особенно интересно было протестировать наш любимый исследовательский подход, анализ социальных сетей (SNA), для изучения сетей влияния и управления в дизайне<sup>20</sup>.

Сетевой анализ взаимодействия (совместные программы, проекты, соглашения и пр.) европейских ассоциаций в области промышленного дизайна демонстрирует ряд интересных и практически полезных для российских институтов развития выводов:

- В сети ассоциаций промышленного дизайна ЕС отсутствуют ярко выраженные центры силы. Несмотря на более устойчивые позиции западноевропейских компаний и ассоциаций, остальные не смещаются на периферию, а приглашаются к активному сотрудничеству в рамках целого ряда проектов.
- Большинство ассоциаций имеют доступ к участию в процессах согласования интересов и выработки политики. Статус-кво поддерживается как на уровне регулятивных документов, так и посредством сознательной диверсификации отношений между представителями органов власти и ассоциаций и реализации более плюралистичных моделей публичного управления.
- По итогу анализа, мы увидели два наиболее перспективных пути включения в сеть, которые рекомендуется реализовывать параллельно:
  - > сотрудничество в проектах The Bureau of European Design Associations, которое позволит сформировать необходимый организационный и репутационный капитал;
  - > выстраивание связей с ведущими образовательными учреждениями, дающее возможность установления контактов с наиболее значимыми представителями западноевропейских ассоциаций и лицами, принимающими решения на уровне органов управления ЕС.

Общая сеть взаимодействия ключевых акторов публичной политики в сфере промышленного дизайна на уровне ЕС представлена ниже:



20 Более подробная информация о выборке и данных представлена в методическом блоке.

Поиск цифр, отражающих емкость рынка дизайна в России, являлся базовой задачей всего проекта. При работе над ней мы вполне ожидаемо столкнулись с практически полным отсутствием каких-либо актуальных релевантных открытых подсчетов, итоговых сумм как внутри сегментов, так и в целом. Поэтому для каждой области дизайна, по сути, формировался свой набор исходных доступных данных, свой подход к определению емкости и потенциала рынка. Далее расскажем о каждом из них.

Одним из первых наиболее логичных вариантов оценки рынка являлся сбор и анализ данных по доступной «белой» части с использованием реестров лиц, осуществляющих экономическую деятельность по наиболее релевантному к теме дизайна виду экономической деятельности ОКВЭД-2: 74.10 «Деятельность, специализированная в области дизайна». В базе «СПАРК» содержится информация о 13 549 юридических лицах и индивидуальных предпринимателях (ИП) с основным видом деятельности 74.10. В базе Seldon найдено 13 183 юридических лица и ИП. В базе «Контур.Фокус» – 13 182. В базе Torgbox найдены 13 491 субъект предпринимательской деятельности, однако при фильтрации по форме собственности «коммерческая» осталось 1 199 компаний и ИП. В результате изучения четырех крупнейших в стране баз данных была получена следующая информация:

- общее количество участников равняется примерно 13 500 предприятий и ИП;
- совокупную выручку данных предприятий путем экстраполяции данных можно оценить в 197,2 млрд руб. в год;
- основную часть участников рынка составляют предприятия с выручкой от 1 до 10 млн руб. в год (40%) и до 1 млн руб. в год (37,3%);
- у подавляющего большинства дизайнерских компаний численность официально оформленных сотрудников не превышает 10 человек; при этом из числа компаний, данные которых представлены в указанных выше базах, можно выделить порядка 40 компаний с числом сотрудников от 11 до 50 человек и 47 компаний с выручкой свыше 50 млн руб. в год, то есть в среднем можно говорить примерно о 42 крупных дизайнерских компаниях на рынке.

Однако приведенные выше данные не могут быть в полной мере использованы для корректной оценки рынка дизайна в России по нескольким причинам. Во-первых, во многих сегментах рынка дизайна велика доля «серой» составляющей – фрилансеров, работающих без официального оформления, а также проектов, расчеты по которым проходят наличными и не попадают в финансовую отчетность. Во-вторых, вызывает вопросы полнота данных в исследуемых базах, а также тот факт, что вид деятельности ОКВЭД-2 74.10 «Деятельность, специализированная в области дизайна» не дает возможности определить, в каком конкретно сегменте рынка работает предприятие. Более того, с учетом концепции «Дизайн 5.0» далеко не все реальные представители отрасли выбирают в качестве основного вида деятельности формально закрепленный ОКВЭД по дизайну.

Таким образом, возникла необходимость искать другие способы оценки текущей и потенциальной емкости рынка дизайна в России, о чем мы и поговорим далее по каждому из сегментов в отдельности.

### ПРОМЫШЛЕННЫЙ ДИЗАЙН И ИНЖИНИРИНГ

По данным Минпромторга РФ, текущая емкость рынка промышленного дизайна (вместе с инжинирингом) составляет 900 млрд руб. в год. При оценке потенциала рынка промдизайна использовались данные Минпромторга РФ, исследования НИУ ВШЭ, Центра Стратегических Разработок, Гильдии маркетологов РФ, компании Strategy Partners, экспертных оценок, также учитывались инвестиции в крупные проекты, например, «2050.ЛАБ».

Потенциальная емкость рынка промышленного дизайна составила около 1,2 трлн руб. в год. Важно понимать, что в рамках концепции «Дизайн 5.0» практически любое производство, особенно высокотехнологичное, включающее проектирование, создает продукцию, конкурирующую на уровне дизайна, и потенциально может входить в емкость.

Развитие данного сегмента дизайна напрямую зависит от развития промышленности в целом. Пока в России не будет активно развиваться производство, промышленный дизайн не начнет резко расти. Среди других факторов, способствующих его развитию, отметим, например, создание платформенных сервисов для быстрого внедрения дизайн-решений в производство, а также запуск программ поддержки для компаний (в особенности представителей малого и среднего бизнеса), готовых такие решения внедрять. Немаловажным фактором является развитие патентного права и действующих инструментов защиты авторских прав. Наконец, хотя доля «серого» рынка в сегменте промышленного дизайна и является относительно низкой, по сравнению с тем же интерьерным или коммуникативным дизайном, совместная работа государства и отраслевого сообщества по повышению прозрачности бизнеса также имела бы позитивный эффект на развитие данной области.

### КОММУНИКАТИВНЫЙ ДИЗАЙН

Методом оценки объемов в данной области стало определение емкости основных сегментов, из которых состоит рынок коммуникативного дизайна, их суммирование. В частности, с учетом экспертных оценок, рассмотрены и взвешены данные оборотов бирж коммуникативного дизайна, затраты на работы дизайнеров на рынке разработки сайтов, на рынке полиграфических услуг, оборотов крупных агентств, оказывающих услуги UI/UX-дизайна, данные по рекламному рынку Ассоциации коммуникационных агентств России и РБК, учтены также крупные кейсы по ребрендингу, проекты в области медиа и развлечений в России. В итоге текущий объем рынка коммуникативного дизайна составил примерно 92 млрд руб. в год. Потенциальная емкость – не менее 131,42 млрд руб. в год.

Следует учитывать, что потенциал рынка коммуникативного дизайна рассчитывался исходя из текущей ситуации на соответствующих ключевых рынках, формирующих спрос на его услуги: рекламы, полиграфии, веб-дизайна и др. В случае значительного роста данных рынков реальный потенциал этого направления дизайна может оказаться выше. Также следует учитывать, что существенная часть рынка коммуникативного дизайна является «серой», и повышение прозрачности данного рынка тоже может быть важным фактором его роста. Увеличению объемов будет способствовать и общее повышение деловой культуры в России, развитие стратегического мышления предпринимателей и понимание роли коммуникативного дизайна в развитии бизнеса, отход от ограниченного представления о том, что роль дизайнера заключается лишь в том, чтобы нарисовать логотип или баннер.

### ДИЗАЙН ТЕКСТИЛЯ, FASHION И ЛЕГКАЯ ПРОМЫШЛЕННОСТЬ

Оценка емкости рынка текстильного и фэшн-дизайна проводилась путем анализа открытых источников, среди которых можно выделить данные государственных институтов (Минпромторг РФ, Росстат), материалы технологичного модного рынка FashionNet, цифры из крупных отечественных кейсов и экспертных мнений. При анализе определялась «доля дизайна» в объемах реализованной одежды и текстильной продукции, произведенной в России, также оценивалась доля непосредственно дизайнерской одежды на рынке. Текущая емкость рынка дизайна текстиля и fashion составила примерно 100 млрд руб. в год. Потенциальная емкость рынка дизайна текстиля и fashion составляет как минимум 218,86 млрд руб. в год.

Главным фактором такого роста может стать наращивание сотрудничества между предприятиями легкой промышленности и дизайнерами – то, чего сейчас так не хватает в сегменте. При этом несложно предугадать, что эффективное взаимодействие производителей и дизайнеров одежды заметно повысит конкурентоспособность самой продукции, ее привлекательность в глазах потребителей. Кроме того, с учетом мирового признания ряда российских дизайнеров, органично сочетающих традиционные русские элементы и современный стиль, есть основания полагать, что услуги российских фэшн-дизайнеров могут быть шире востребованы и среди зарубежных производителей. Поэтому появление программ по продвижению российских дизайнеров за рубежом (например, субсидирование их участия в международных выставках и конкурсах) является крайне актуальным для направления.

### **ИНТЕРЬЕРНЫЙ ДИЗАЙН**

Методом оценки емкости рынка интерьерного дизайна стало определение доли «серой» части и расчет ее емкости, для чего было подсчитано приблизительное количество ее участников, среднее количество выполняемых ими проектов и их средняя стоимость. В ходе анализа были взяты во внимание материалы по рынку строительства и ремонта в России (в т.ч. Ernst & Young, Colliers International), данные сервисов и бирж по дизайну и ремонту недвижимости (например, Regrooms, Youdo). Текущая емкость рынка интерьерного дизайна составляет 73,8 млрд руб. в год. Потенциальная емкость рынка интерьерного дизайна – около 527,86 млрд руб. в год.

Существенный разрыв между текущим и потенциальным объемами рынка открывает огромные возможности для роста, в первую очередь за счет повышения значимости роли дизайнера в ходе работ на объектах. Заказчики должны понимать, что профессионально выполненный дизайн-проект квартиры, дома или коммерческого помещения не только позволяет сэкономить на ремонте, избежать дополнительных расходов на исправление ошибок, но и повысит эффективность использования помещений, их эргономику. В этом аспекте важную роль для потенциала рынка будет играть популяризация такого отношения к дизайну, а также более тесное взаимодействие дизайнеров со строителями и специалистами по ремонту. Также следует заметить, что увеличению объемов сегмента послужит и повышение его прозрачности – учитывая крайне высокую долю «серого» рынка, этот фактор может стать одним из решающих.

### **СРЕДОВОЙ ДИЗАЙН**

Анализ емкости рынка средового дизайна в России проводился путем оценки сегментов дизайна общественных пространств и ландшафтного дизайна, для каждого из них применялись свои методики. В первом случае изучались государственные программы и инициативы по благоустройству городских территорий, оценивались расходы на проектирование в их рамках. Во втором – сравнивались и усреднялись экспертные оценки представителей индустрии. Текущая емкость рынка средового дизайна составила не менее 43,45 млрд руб. в год. Потенциальная емкость рынка средового дизайна – как минимум 102,45 млрд руб. в год.

Потенциал российского рынка средового дизайна может вырасти за счет увеличения затрат на благоустройство общественных пространств, а также за счет увеличения объемов индивидуального жилищного строительства, роста вторичного рынка частных домов и повышения интереса собственников к профессиональному благоустройству своих участков. Кроме того, необходимо учитывать, что многие проекты по благоустройству общественных пространств, выполненные иностранными дизайнерами, могут оказаться вне поля зрения экспертов, и это также делает оценку не совсем полной, заниженной.

### **КОНЦЕПТУАЛЬНЫЙ ДИЗАЙН**

В связи с ограниченным в российской действительности количеством примеров проектов, подпадающих под этот сегмент, расчет производился посредством суммирования инвестиций в данные проекты. Информация о сумме инвестиций была взята из открытых источников, таких как публикации в деловых СМИ и интервью представителей компаний, а также экспертных оценок. Текущая емкость рынка концептуального дизайна составила как минимум 25,95 млрд руб. в год. Потенциальная емкость рынка концептуального дизайна – не менее 77,85 млрд руб. в год.

Заимствуя зарубежный опыт развития отрасли, можно говорить о том, что применение дизайн-мышления внутри компании, привлечение дизайнеров-проектировщиков с нулевой стадии разработки продукта, выделение роли дизайнера не только как части маркетинговой работы, но и как ключевого компонента бизнес-стратегии предприятия, даст огромный толчок в развитии бизнеса, прорывных проектов и экономики в стране.

**ИТОГОВАЯ ТЕКУЩАЯ ЕМКОСТЬ РЫНКА ДИЗАЙНА В РОССИИ РАВНА 1,235 ТРЛН РУБ., ПОТЕНЦИАЛЬНАЯ – 2,26 ТРЛН РУБ., А ПО ОЦЕНКАМ ОТДЕЛЬНЫХ ЭКСПЕРТОВ, МАКСИМАЛЬНАЯ ЦИФРА ПО ВСЕМ СЕГМЕНТАМ В СУММЕ МОЖЕТ ДОСТИГАТЬ 6 ТРЛН РУБ.**

Еще раз подчеркнем, что потенциальный рынок может достигать названных или еще больших цифр с учетом двух условий:

- a. понимания дизайна в рамках концепции «Дизайн 5.0», имеющего потенциальное и реальное влияние на многие производственные, инновационные, общественные и управленческие процессы;
- b. значительного перехода «серой» доли рынка в «белую».

---

**ИТОГОВАЯ ТЕКУЩАЯ  
ЕМКОСТЬ РЫНКА  
ДИЗАЙНА В РОССИИ  
РАВНА **1,235 ТРЛН РУБ.**,  
ПОТЕНЦИАЛЬНАЯ –  
**2,26 ТРЛН РУБ.**,  
А ПО ОЦЕНКАМ  
ОТДЕЛЬНЫХ  
ЭКСПЕРТОВ,  
МАКСИМАЛЬНАЯ  
ЦИФРА ПО ВСЕМ  
СЕГМЕНТАМ В СУММЕ  
МОЖЕТ ДОСТИГАТЬ  
**6 ТРЛН РУБ.****

---

Еще один существенный блок работ был посвящен кадровому вопросу: анализу профиля специалистов, формирующих рынок дизайна. О количественной стороне вопроса речь пойдет в обзоре следующего раздела, а для качественной оценки нами были изучены образовательные программы и стандарты России и зарубежья, а также различные аналитические обзоры и позиции экспертов.

Дизайн – это сложная междисциплинарная и наддисциплинарная отрасль, где существуют трудности с возвращением специалистов, поскольку они должны обладать крайне широким набором творческих сквозных и технологических компетенций. Образование – это часть дизайн-политики, часть национальной стратегии безопасности и развития. Дизайн-образование становится стратегическим инструментом политики государства на внутренней и международной аренах, инструментом обеспечения его суверенитета, а значит, качество подготовки сегодняшних и будущих выпускников должно постоянно расти.

Весь вопрос в том, как развитые государства быстрее других находят ответ на вопрос и формулируют адекватную реальности матрицу компетенций, какие конкретно меры по обучению этим компетенциям они реализуют на каждом отдельном этапе образовательной траектории и считают значимыми для внедрения.

Большинство развитых стран на уровне образовательных стандартов и программ имеют схожие тенденции. Как правило, с каждой новой образовательной ступенью происходит усложнение и фокусировка компетенций. На первых этапах у учеников в основном формируются два блока базовых знаний – в искусстве и технологии (работа с различными материалами и инструментами). Далее по каждому из них добавляются навыки, связанные с визуальным мышлением, цифровыми решениями, проектированием, программированием, компьютерным моделированием, 3D-печатью, позволяющие на более совершенном уровне развиваться в выбранном направлении. Отдельный блок образовательного маршрута посвящен исследовательским и публичным компетенциям. Уже в старшей школе обучающиеся учатся разрабатывать и защищать свои проекты, размышлять о них на концептуальном уровне, независимо от того, техническая это сфера или искусство. На уровне высшего образования появляется еще большая специализация в своей сфере, а также более глубокое освоение профессиональных компетенций, таких как аналитика, изучение рынков и способов внедрения продуктов на них, дизайн-мышление, командная работа, корпоративная экономика, моделирование пользовательского поведения.

Таким образом, обучающиеся на протяжении всего образовательного процесса работают по схожим направлениям, но ежегодно осваивают новые способы работы в их рамках, развиваясь на уровнях мышления и концептуализации, аналитики и исследований, работы с материалами, технологиями и программным обеспечением, эстетическими и физическими свойствами объектов и предметов.

В России наблюдается примерно схожая ситуация, по крайней мере, на уровне образовательных программ по базовым компетенциям. Но важно понимать, что и для мира, и для России характерна ситуация, когда в документах достаточно емко и, на первый взгляд, актуально фиксируются матрицы компетенций, однако в реальности существует дискуссия по поводу их релевантности рынку труда и запросу работодателей. Обсуждается проблема, связанная с тем, что не только образовательные стандарты устаревают по отношению к запросам бизнеса и компаний отрасли, но и сами выпускники на практике не обладают в полной мере даже теми компетенциями, что прописаны в стандартах.

Серьезным недостатком отечественного дизайн-образования в целом по сравнению с лучшими мировыми тенденциями в этой области является его оторванность от практики. В то время как за рубежом уже со средней школы ученики работают над реальными проектами и защищают их публично, у нас даже на уровне высшей школы далеко не все студенты овладевают достаточно развитыми компетенциями для работы после вуза.

Среди центральных негосударственных учебных заведений в России можно выделить следующие образовательные учреждения: Институт медиа, архитектуры и дизайна «Стрелка» и консорциум учреждений под эгидой Британской высшей школы дизайна. Эти организации уже заработали себе репутацию центров подготовки высококвалифицированных кадров, востребованных на мировом рынке дизайна. Анализ образовательных процессов и подходов к обучению показал, что их ключевыми конкурентными преимуществами стала свобода от «давления» государственных стандартов, проектный подход к обучению, привлечение ведущих преподавателей с мировым именем и компаний-партнеров, а также возможность создания междисциплинарной среды с вовлечением уже готовых профессионалов во взаимное обучение. Магистральным направлением их работы является обучение «второго уровня», то есть постдипломные программы, которые направлены в первую очередь не на образование с нуля, а на совершенствование уже имеющегося опыта обучающихся.

## СКОЛЬКО ЧЕЛОВЕК РАБОТАЕТ В ДИЗАЙНЕ? ПОЛЕВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ. ДАННЫЕ: NN.RU, VK.COM, ОПРОС ШКОЛ ДИЗАЙНА.

В заключительной части резюме мы бы хотели обратиться к цифрам, количественно отражающим ситуацию на рынке труда в России. Как и в случае с емкостью, дизайн нельзя назвать отраслью, которой активно занимались бы статистики и ученые, с целью понять, сколько и каких специалистов на сегодняшний момент задействовано в дизайне, сколько они зарабатывают и где живут, как устроены их карьерные и географические траектории. Поэтому информация собиралась из разрозненных источников. Далее мы представим те материалы, которые были обнаружены в официальных публикациях, а также поделимся некоторыми результатами наших полевых исследований.

В сфере высшего образования присутствует статистика Федерального реестра сведений о документах об образовании и (или) квалификации, документах об обучении (ФРДО), в соответствии с которой количество выпускников направления 54.03.01 «Дизайн» в период с 2015 по 2019 годы равняется примерно 95 000 человек. Эта цифра не учитывает молодых специалистов, выпускающихся из учреждений среднего уровня профессионального образования, а также выпускников, обучающихся по другим направлениям, среди которых могут быть дизайн-ёмкие области.

Федеральные округа	2015	2016	2017	2018	2019
<b>Российская федерация</b>	<b>20 500</b>	<b>23 500</b>	<b>16 300</b>	<b>16 700</b>	<b>16 700</b>
Центральный федеральный округ	10 500	9 300	8 200	7 500	6 200
Северо-Западный федеральный округ	5 100	5 300	4 000	3 200	3 100
Южный федеральный округ	3 100	3 500	2 000	2 100	2 300
Приволжский федеральный округ	200	300	200	300	300
Уральский федеральный округ	200	400	500	1 200	1 500
Сибирский федеральный округ	1 200	1 800	1 300	2 300	3 200
Дальневосточный федеральный округ	200	200	100	100	100

Кроме того, в опубликованной сводке Росстата от 31 мая 2019 года число выпускников учебных заведений высшего образования за 2015–2017 годы по направлениям «Архитектура» составляло 27,9 тыс. человек, по изобразительным и прикладным видам искусств – 19,9 тыс. человек. Трудоустроенных по специальности «Архитектура» – 18,9 тыс. человек, а по специальности «Изобразительное и прикладные виды искусств» – 14,3 тыс. человек<sup>21</sup>.

Однако, к сожалению, актуальной валидной информации, отражающей реалии рынка дизайна, ни Росстат, ни Минтруда, ни базы типа «СПАРК» предоставить не в состоянии. Поэтому в целях запуска системы сбора статистики совместно с Союзом Дизайнеров России и Национальным Институтом Дизайна нами был проведен первый в своем роде опрос высших учебных заведений, ведущих подготовку в области дизайна.

В ходе пилотного исследования приняло участие 139 вузов. Было выявлено, что наиболее часто встречаемое направление, которое предлагают современные учреждения высшего образования, – это графический дизайн, который встречается в 1/3 случаев. Несколько уступает ему дизайн пространственной среды, программу которого предлагают 1/4 всех опрошенных учреждений.

По результатам опроса распределение процента трудоустроенных выпускников и заработных плат по всей стране выглядит следующим образом:

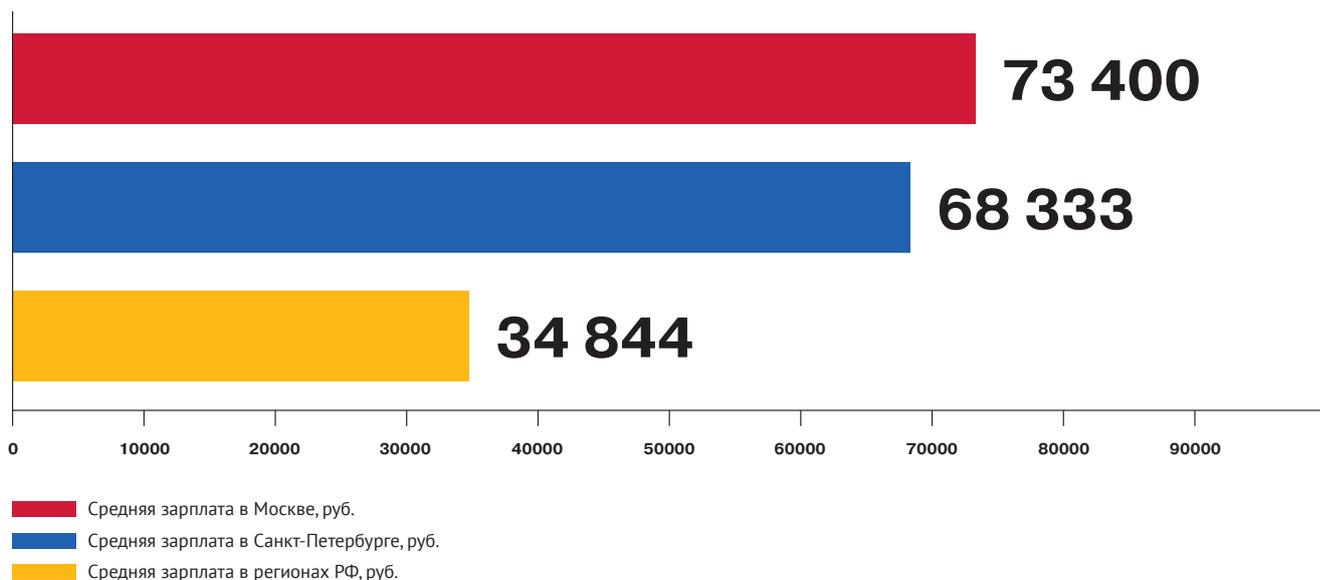
Направление дизайна	Полная занятость (% трудоустроенных <sup>22</sup> )	Полная занятость (з/п в мес., руб. <sup>3</sup> )	Частичная занятость (% трудоустроенных <sup>3</sup> )	Частичная занятость (з/п в мес., руб. <sup>3</sup> )
Дизайн пространственной среды	84%	44 778	16%	33 333
Интерьерный дизайн	93%	45 500	10%	нет данных
Коммуникационный дизайн	89%	64 667	28%	53 333
Промышленный дизайн	74%	36 833	40%	28 333
Текстильный и fashion-дизайн	74%	34 333	24%	16 500

<sup>21</sup> <https://www.gks.ru/storage/mediabank/vps4.xlsx>

<sup>22</sup> Средние данные по сегменту; критичных «выбросов» данных (слишком отклоняющихся от средней наблюдений) не наблюдалось.

Распределение зарплат, в зависимости от географии расположения вуза, по всем направлениям подготовки показало<sup>23</sup>, что московские и Санкт-Петербургские вузы лидируют по сравнению

с региональными. Уровень заработных плат выпускников из Москвы превышает региональные более, чем в 2 раза.



В ходе исследования была изучена открытая информация об опубликованных резюме на портале HeadHunter, самом массовом сервисе в своем сегменте в нашей стране. При этом важно понимать, что это далеко не все количество людей, работающих на рынке, а только те, кто создал аккаунт на сервисе и разместил свое резюме. Кроме того, сетка специализаций, существующая на сайте, не учитывает все возможные типы специалистов, реально работающих в индустрии дизайна.

На hh.ru есть 4 профессиональных области (указанные в специализации резюме), которые максимально близко связаны со сферой дизайна, внутри них было выделено 7 специализаций. По каждой из них укажем количество резюме и соискателей, которые их размещают.

	Кол-во резюме	Кол-во соискателей
<b>Профобласть: «Искусство, развлечения, медиа»</b>		
Специализация: «Дизайн, графика, живопись»	160 683	148 392
Специализация: «Мода»	53 228	49 232
<b>Профобласть: «Маркетинг, реклама, PR»</b>		
Специализация: «Дизайнер»	94 319	87 280
Специализация: «Арт-директор»	22 320	20 390
<b>Профобласть: «Маркетинг, реклама, PR»</b>		
Специализация: «Проектирование, архитектура»	196 316	172 719
Специализация: «Дизайн / Оформление»	92 558	85 955
<b>Профобласть: «IT, интернет, телеком»</b>		
Специализация: «Арт-директор»	5 561	5 243
<b>ИТОГО</b>	<b>624 985</b>	<b>569 211</b>

<sup>23</sup> Данные заполнили 32 вуза, указавшие заработную плату своих выпускников, работающих на полной ставке.

В результате проведения поиска по всем профессиональным областям и специализациям, учитывающего, что человек мог выбрать не только одну профобласть и специализацию, было обнаружено 565 788 резюме среди 502 732 соискателей. Однако проведение поиска по каждой отдельной специализации может увеличить суммарное значение на 60 000 человек, поскольку поисковая выдача не учитывает, что человек может выбрать несколько профессиональных областей, в результате чего люди могут повторяться.

Стоит отметить, что по оценкам отдельных экспертов, если суммировать полученные данные с количеством соискателей, уже работающих и занятых на рынке специалистов, цифра может превышать 1,2 млн. человек.

Среди мест проживания лидирующие позиции занимают Москва и Санкт-Петербург. В десятке лидирующих регионов в разных профессиональных областях встречались: Московская область, Краснодарский край, Республика Татарстан, Новосибирская область, Ростовская область, Свердловская область, Самарская область, Нижегородская область, Воронежская область, Республика Башкортостан.

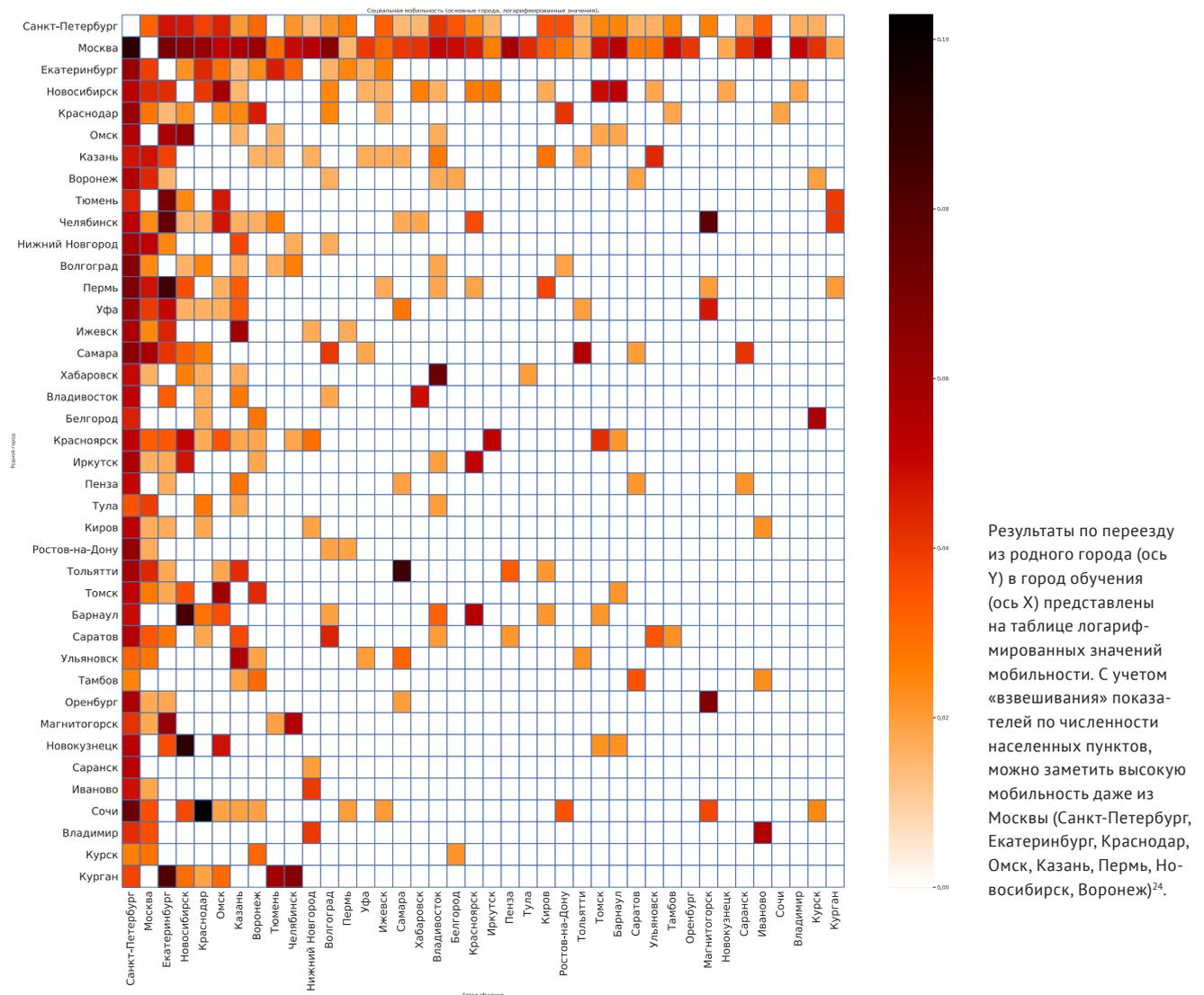
При помощи API vk.com была собрана пилотная информация о специалистах в отрасли. При работе были найдены и выгружены данные профилей всех доступных пользователей, которые указали, что учатся или учились на кафедрах и факультетах, с использованием слов «Дизайн», «Анимация», «Графика», «Мода», «Цифровой контент», «Декоративно-прикладное искусство»,

«Рисунок», «Архитектура». В итоговую выборку попали 74 119 человек. К результатам анализа по данной экспериментальной выборке стоит относиться с осторожностью, они интересны в большей степени для выявления тенденций, нежели статистического учета в абсолютных значениях.

По городам проживания специалистов среди лидеров обнаруживаются Санкт-Петербург, Москва, Екатеринбург, Новосибирск, Краснодар, Казань, Воронеж, Волгоград, Нижний Новгород. Москва – город с одной из самых низких долей дизайнеров, уезжающих в другие города, по отношению к приезжим. Самое большое количество дизайнеров переезжают работать в Москву из Санкт-Петербурга.

Различные распределения географической миграции, когда человек переезжает из родного города в другой по работе, показывают, что за исключением очевидных притоков в Санкт-Петербург и Москву со всей России часто встречаются следующие траектории:

- Новосибирск (переезжают из Омска, Красноярска, Иркутска, Новокузнецка, Барнаула)
- Краснодар (переезжают из Сочи, Томска, Тулы, Красноярска, Хабаровска)
- Екатеринбург (переезжают из Челябинска, Перми, Тюмени, Магнитогорска, Кургана)
- Казань (переезжают из Ижевска, Омска, Ульяновска, Кургана)



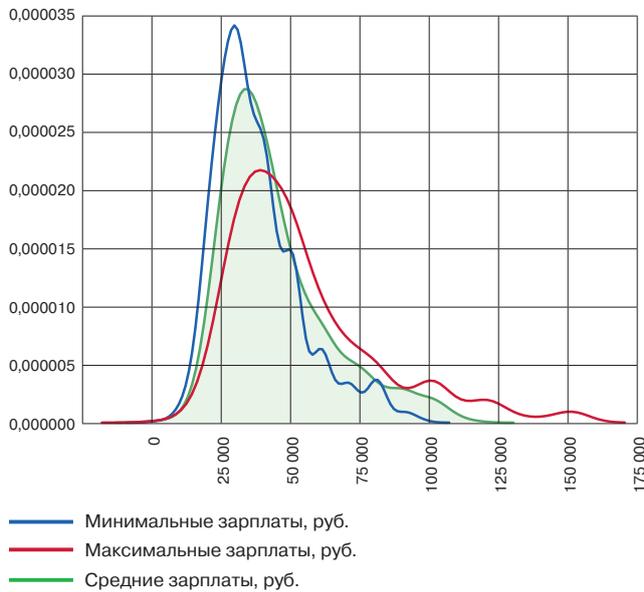
24 Безусловно, есть вероятность искажений данных за счет тех, кто указал родным городом Москву, но на самом деле там не родился. Значимость этого эффекта на имеющихся данных проверить сложно.

В ходе исследования также были автоматически выгружены опубликованные вакансии на сайте hh.ru в сферах «Дизайн / Оформление», «Дизайн, графика, живопись», «Мода», «Проектирование, Архитектура» (из ограниченного списка сфер, которые могут быть указаны при размещении вакансии работодателем, были выбраны все, относящиеся к областям дизайна). Удалены дублирующиеся вакансии и часть вакансий с одинаковым описанием. В итоге выборка по России составила 9 040 вакансий. Сразу отметим, что в силу технических ограничений сравнивать

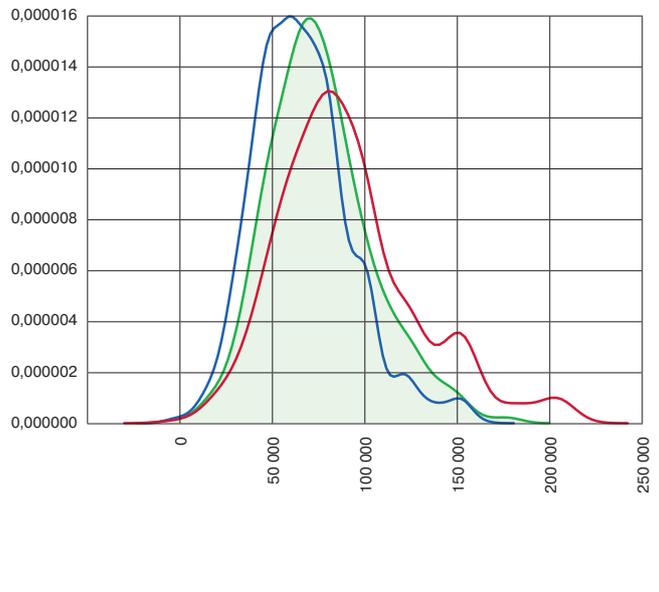
предыдущую выборку по соискателям и данную выборку по вакансиям в абсолютных значениях не совсем корректно. Это различные совокупности данных. Более существенными для анализа здесь представляются тенденции и закономерности.

В результате было обнаружено, что средняя нижняя граница заработной платы, указанной в вакансиях по стране, составила 48 938 рублей, верхняя – 69 683 рублей, средняя – 57 073 рублей.

#### РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ЗАРПЛАТ ДИЗАЙНЕРОВ / КРОМЕ МОСКВЫ И САНКТ-ПЕТЕРБУРГА /



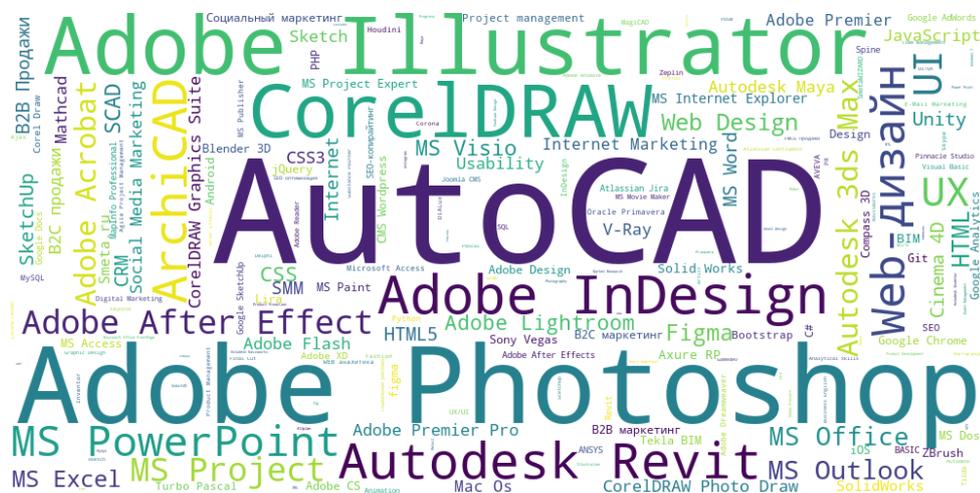
#### РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ЗАРПЛАТ ДИЗАЙНЕРОВ / МОСКВА / СРЕДНЯЯ ЗАРПЛАТА: 73 400 руб.



Из общих распределений заработных плат можно сделать довольно распространенные выводы: в Москве зарплаты выше, чем в России, в Санкт-Петербурге велико разнообразие зарплат, в остальных городах России зарплаты и их размах низкие.

Наибольшее количество вакансий, а также наиболее оплачиваемые позиции – в строительстве, архитектуре, проектировании. В Москве и Санкт-Петербурге достаточно много высокооплачиваемых профессий в творческой среде: организация мероприятий, реклама, редакция, продюсерские и звукозаписывающие центры, киноиндустрия. В остальной России подобные вакансии, в основном, оплачиваются ниже среднего. Отдельно хочется отметить, что работа в мебельном бизнесе для дизайнеров распространена во всех крупных городах России и высоко оплачивается<sup>25</sup>.

Помимо прочего, при создании вакансий работодатели могут указать перечень технологий или инструментов, обладание которыми необходимо для соискателей. Описательные статистики этого типа данных оказались более содержательными, менее сквозными с точки зрения фокуса на дизайне и смежных ему отраслях, так как это зачастую конкретные программные продукты и сервисы. Наиболее востребованными технологиями, программами являются решения для векторного рисования, дизайна, обработки фотографий (Adobe Photoshop, CorelDRAW) и 3D-моделирования (AutoCAD, Autodesk Revit), что явно указывает на сферы графического дизайна и строительства, проектирования, архитектуры.



<sup>25</sup> Среди высших позиций по оплате встречаются нерелевантные должности менеджеров по продажам. Возможно, к таким наблюдениям при анализе нужно относиться с ограничениями, поскольку они имеют не прямое отношение к дизайну. Однако, как в случае продажи светотехники или мебели, работодатель действительно может искать менеджера с профильным образованием.

## РОССИЙСКИЕ ЭКСПЕРТЫ:

1. **Алфер Антон**  
модный продюсер, основатель проектов MODA.RU, FASHION.RU, MODEL.RU
2. **Баранник Борис**  
сооснователь дизайн-студии FORMA
3. **Бурбаев Тимур**  
арт-директор, Студия Артемия Лебедева
4. **Востриков Андрей**  
основатель и руководитель компании «Формлаб» (промышленный дизайн и разработка корпусов для приборостроения)
5. **Иртуганов Тимур**  
генеральный директор, Ассоциация предприятий мебельной и деревоперерабатывающей промышленности России
6. **Круталевич Светлана**  
дизайнер, студия Krutalevich Interiors
7. **Мареев Дмитрий**  
сооснователь и креативный директор дизайн-студии FORMA
8. **Серов Сергей**  
директор Фонда развития и поддержки графического дизайна «Золотая пчела», президент одноименной московской международной биеннале, основатель и руководитель Высшей академической школы графического дизайна
9. **Синельников Александр**  
Красногорский завод имени С.А. Зверева («Зенит»)
10. **Смирнов Сергей**  
основатель и владелец студии SmirnovDesign (специализация: предметный и промышленный дизайн)
11. **Ставицкий Виталий**  
президент Союза Дизайнеров России
12. **Усаев Родион**  
промышленный дизайнер, опыт работы в итальянских дизайн бюро и Whirlpool (Италия / Россия)
13. **Чернобаев Руслан**  
основатель и руководитель St. Petersburg Design Week
14. **Шинкаренко Александр**  
художественный директор, дизайн-группа ArtStyle
15. **Шпилов Владимир**  
дизайн-директор, ПАО «Октава»
16. **Шмойлов Владимир**  
руководитель отдела R&D, рекламы и PR Компании S3
17. **Шустов Алексей**  
видеохудожник, директор агентства коммуникационных технологий ARS MEDIA GROUP
18. **Яковлев Георгий**  
дизайн-директор, сервис «Яндекс.Учебник»

## ИНОСТРАННЫЕ ЭКСПЕРТЫ:

1. **Давид Конти**  
глава отделения Ассоциации промышленных дизайнеров (Италия) в Kumaе // Davide Conti, General Manager ADI (Italy) in China (Италия / Kumaй)
2. **Хелена Хювенен**  
советник декана, профессор, Шанхайский международный колледж моды и инноваций, Университет Донгхуа // HELENA HYVÖNEN, Advisory Dean Professorat Shanghai International College of Fashion and Innovation DONGHUA UNIVERSITY (Финляндия / Kumaй)
3. **Марк Илли**  
член Совета Швейцарской ассоциации дизайнеров, промышленный дизайнер // Mark Illi, Member Board Swiss design association (Швейцария)
4. **Кристоф Чаптал де Чантелуп**  
издательский директор Design Fax // CHRISTOPHE CHAPTAL, Publishing Director of Design fax (Франция)
5. **Фаррух Алимджанов** (Farrukh Alimjanov)  
эксперт по промышленной модернизации Организации объединенных наций по промышленному развитию, департамент торговли, инвестиций и инноваций, отделение бизнес-среды, кластеров и инноваций (Австрия / Узбекистан)
6. **Казуо Танака** (Kazuo Tanaka)  
президент Японской ассоциации промышленных дизайнеров (JIDA) (Япония)
7. **Родриго Кейроз** (Rodrigo Quieroz)  
менеджер по маркетингу и дизайну в DDID (Бразильская дизайн-ассоциация) (Бразилия)
8. **Срини Сринивасан** (Srini R. Srinivasan)  
президент Всемирной организации дизайнеров (WDO), владелец студии Lumium Design (Кремниевая долина, Индия и Япония)
9. **Джоу Чанг** (Zoe Zhang)  
руководитель исследовательского департамента Музея дизайна Китая (China Design Museum) (Kumaй)

---

# ПУБЛИЧНАЯ ВЕРСИЯ ОТЧЕТА ЕМКОСТЬ РЫНКА И СИСТЕМА КВАЛИФИКАЦИЙ ДИЗАЙНА В РОССИИ И МИРЕ РЕЗЮМЕ

ИССЛЕДОВАНИЕ «ЕМКОСТЬ РЫНКА И СИСТЕМА  
КВАЛИФИКАЦИЙ ДИЗАЙНА В РОССИИ И МИРЕ»  
ИНИЦИИРОВАНО НАЦИОНАЛЬНЫМ ИНСТИТУТОМ  
ДИЗАЙНА И РЕАЛИЗОВАНО ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОЙ  
КОМПАНИЕЙ «СЕТЕВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ»  
СОВМЕСТНО С СОЮЗОМ ДИЗАЙНЕРОВ РОССИИ.  
ПОЛНАЯ ВЕРСИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ ЯВЛЯЕТСЯ  
ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТЬЮ  
ЗАКАЗЧИКА И НЕ ПРЕДНАЗНАЧЕНА ДЛЯ  
РАСПРОСТРАНЕНИЯ.

---

СОЮЗ  
ДИЗАЙНЕРОВ  
РОССИИ  
RUSSIA  
DESIGNERS  
ASSOCIATION



Национальный  
Институт  
Дизайна  
National  
Design  
Institute

