

УДК 339.13

## ***ЦИФРОВОЙ ДИЗАЙН КАК ФАКТОР КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ***

***Травкина Е.А.***

*старший преподаватель кафедры экономической теории,*

*Санкт-Петербургский государственный университет промышленных  
технологий и дизайна,*

*Санкт-Петербург, Россия*

### **Аннотация**

В статье рассматриваются современные тенденции развития дизайнерской индустрии в условиях технологической трансформации и цифровизации. Анализируется изменение роли дизайна от эстетического оформления к системному инструменту формирования пользовательского опыта и решения бизнес-задач. Особое внимание уделяется цифровому дизайну как междисциплинарной области, включающей графический дизайн, веб-дизайн, моушн-дизайн, 3D-визуализацию, геймдизайн, коммуникационный и UX/UI-дизайн. Проведен анализ рынка дизайнерских услуг, включая динамику цен, сегментацию специалистов по направлениям и распределение доходов. Выявлены основные факторы, определяющие востребованность дизайнерских решений, а также тренды, указывающие на профессионализацию рынка и повышение значимости стратегического подхода в дизайне. Сделан вывод о необходимости интеграции креативных и технологических компетенций для обеспечения конкурентоспособности дизайнерских решений в современной цифровой среде.

**Ключевые слова:** дизайнерские услуги, рынок дизайнерских услуг, цифровая среда, маркетинг, дизайн-мышление, цифровая среда, визуальные коммуникации.

## ***DIGITAL DESIGN AS A FACTOR OF COMPETITIVENESS IN THE CONTEXT OF DIGITALIZATION***

***Travkina E.A.***

*senior lecturer at the Department of Economic Theory,  
St. Petersburg State University of Industrial Technology and Design,  
Saint Petersburg, Russia*

### **Abstract**

The article examines current trends in the development of the design industry in the context of technological transformation and digitalization. The article analyzes the changing role of design from aesthetic design to a system tool for shaping user experience and solving business problems. Special attention is paid to digital design as an interdisciplinary field, including graphic design, web design, motion design, 3D visualization, game design, communication and UX/UI design. The analysis of the design services market is carried out, including price dynamics, segmentation of specialists by areas and income distribution. The main factors determining the demand for design solutions, as well as trends indicating the professionalization of the market and the increasing importance of a strategic approach in design, have been identified. It is concluded that it is necessary to integrate creative and technological competencies to ensure the competitiveness of design solutions in the modern digital environment.

**Keywords:** design services, design services market, digital environment, marketing, design thinking, digital environment, visual communications.

В эпоху технологической сингулярности и радикальной трансформации социокультурных ландшафтов сфера дизайна приобрела не просто прикладное, но и системообразующее значение. Традиционное понимание дизайна как исключительно эстетического оформления объектов или пространств уступает место концепции дизайна как комплексной стратегии решения проблем,

ориентированной на создание ценности для пользователей и общества в целом [1].

Актуальность сферы дизайнерских услуг на сегодняшний день обусловлена рядом факторов. Во-первых, ускоренная диджитализация, а также активное распространение информационных технологий стали одним из главных драйверов популярности дизайна, поскольку цифровая среда представляет собой доминирующее пространство взаимодействия человека с миром, а, следовательно, разработка интуитивно понятных, эффективных и эстетически привлекательных интерфейсов, цифровых продуктов и сервисов является критически важной задачей. Установлено, что дизайн в данном случае выступает не просто инструментом визуализации данных, но фактором, определяющим пользовательский опыт и пользовательский интерфейс, влияющим на вовлеченность, удовлетворенность и, в конечном счете, на успех технологических инноваций.

Во-вторых, современный потребитель стремится не просто к удовлетворению функциональных потребностей, но и к получению эмоционального опыта, соответственно, дизайн здесь играет немаловажную роль в формировании бренда, создании позитивного имиджа компании и установлении эмоциональной связи с потребителем [2]. Понимание психологии восприятия, принципов гештальт-психологии и нейродизайна позволяют создавать продукты и сервисы, вызывающие положительные эмоции, формирующие лояльность и стимулирующие повторные покупки.

В-третьих, в условиях высокого уровня конкуренции и динамично развивающегося рынка компании, довольно часто, стали обращаться к дизайн-мышлению (Design Thinking) [3] как методологии, позволяющей генерировать инновационные идеи, направленные на решение проблем и создание ценностных предложений, ориентированных на потребности потребителей.

Таким образом, недооценка потенциала сферы дизайна в современных условиях может привести к упущенным возможностям и стагнации, в то время

как его активное использование наоборот открывает новые перспективы для развития предприятия, экономики, культуры и общества в целом.

В современной науке и практике дизайна специалисты, занимающиеся исследованием феномена дизайна, отмечают, что данный термин обладает широкой семантической вариативностью и охватывает обширный спектр процессов, ориентированных на создание материальных и нематериальных объектов. В современных теоретико-практических разработках выделяют пятнадцать ключевых направлений дизайна, дифференцируемых в зависимости от сферы их применения (ландшафтный, архитектурный, дизайн интерьера, звуковой, дизайн одежды, обуви и т.д.). Одним из наиболее динамично развивающихся направлений является цифровой дизайн, формирующийся на стыке художественных практик, системного проектного мышления и информационных технологий [4]. Будучи дисциплиной нового поколения, цифровой дизайн интегрирует принципы визуальной эстетики с алгоритмическими методами обработки данных, тем самым обеспечивая его высокую адаптивность к условиям цифровой среды.

Цифровой дизайн представляет собой многогранную дисциплину, включающую в себя семь основных направлений: графический дизайн; веб-дизайн, моушн-дизайн, 3D-визуализация, геймдизайн, коммуникационный дизайн, UX/UI-дизайн, каждое из которых выполняет специфические функции в процессе создания и оптимизации цифровых продуктов [5].

1. Графический дизайн – это наиболее узнаваемое и традиционное направление, ориентированное на визуальную коммуникацию и создание идентичности бренда [5]. Графические дизайнеры занимаются разработкой фирменного стиля (логотипы, типографика, цветовые палитры) и визуальных материалов для различных носителей, как цифровых (веб-сайты, рекламные баннеры), так и печатных (визитки, упаковка).

2. Веб-дизайн – направление, фокусирующееся на проектировании и разработке пользовательских интерфейсов для веб-сайтов и веб-приложений.

Веб-дизайнеры отвечают за создание визуально привлекательных и функциональных онлайн-платформ, учитывая принципы доступности и адаптивности [5]. Их задача – обеспечить оптимальный пользовательский опыт (UX) и эффективную передачу информации, интегрируя визуальные элементы, навигацию и интерактивные компоненты.

3. Моушн-дизайн – специализация, которая находится на стыке графического дизайна, анимации и видеопроизводства [5]. Моушн-дизайнеры создают динамичную графику для различных целей, включая анимированные логотипы, рекламные ролики, заставки и элементы интерфейса. Главная задача – привлечь внимание зрителя и эффективно донести сообщение посредством движения и визуальных эффектов, используя такие инструменты, как Adobe After Effects [5].

4. 3D-визуализация предполагает под собой направление, связанное с созданием реалистичных или стилизованных трехмерных изображений и анимаций. 3D-художники, работающие в этой области, используют специализированное программное обеспечение (например, Cinema 4D, Blender, Zbrush) для моделирования, текстурирования и рендеринга 3D-объектов и сцен [5]. Данная специализация востребована в различных отраслях, включая игровую индустрию, архитектуру, кинопроизводство и рекламу.

5. Геймдизайн – дисциплина, занимающаяся проектированием и разработкой игровых механик, правил, целей и повествовательных элементов, создающих интерактивный игровой опыт. В отличие от простой разработки графического оформления, геймдизайн фокусируется на создании привлекательного и вовлекающего игрового процесса, где игрок принимает осмысленные решения и преследует четко определенные цели. Успешный геймдизайн стимулирует внутреннюю мотивацию игрока, обеспечивая чувство прогресса, вызова и удовлетворения. Основные инструменты геймдизайнера включают в себя не только программное обеспечение для прототипирования, но

и понимание психологии игрока, а также технические навыки работы с игровыми движками (Unity, Unreal Engine) [5].

6. Коммуникационный дизайн подразумевает под собой комплексное направление, охватывающее визуальную составляющую бренда или предприятия, его ценности, позиционирование, а также эмоциональное воздействие на целевую аудиторию. Коммуникационный дизайнер отвечает за создание целостного и последовательного образа бренда во всех точках контакта с потребителем, в том числе фирменный стиль, веб-сайты, рекламные кампании, SMM-стратегии [5]. Отметим, что в отличие от графического дизайнера, коммуникационный дизайнер активно взаимодействует с копирайтерами, маркетологами и другими специалистами, интегрируя различные медиаформаты для достижения максимального эффекта.

7. UX/UI-дизайн специализируется на проектировании удобных, эффективных и приятных в использовании интерфейсов для различных цифровых продуктов и устройств. UX (User Experience) дизайн фокусируется на оптимизации пользовательского опыта, учитывая потребности, ожидания и поведение пользователей. UI (User Interface) дизайн отвечает за визуальное оформление интерфейса, обеспечивая его эстетичность и интуитивную понятность [5].

Таким образом, определено, что цифровой дизайн представляет собой междисциплинарную область, находящуюся на пересечении художественного проектирования, инженерных технологий и информационных систем. Он охватывает процессы создания, визуализации и оптимизации графических и интерактивных объектов в цифровой среде, используя алгоритмические методы, программные инструменты и принципы эргономики. Будучи результатом интеграции креативных и технологических подходов, цифровой дизайн направлен на формирование пользовательского опыта, повышение функциональности цифровых продуктов и совершенствование визуально-коммуникативных стратегий в различных сферах деятельности.

В 2024 г. наблюдалась выраженная тенденция к сокращению доли низкобюджетного сегмента на рынке дизайнерских услуг. Практически полное исчезновение предложений стоимостью ниже 2000 руб. [6] указывает на комплексное влияние двух факторов: во-первых, экономическую нецелесообразность предоставления качественных услуг по столь низким расценкам; во-вторых, эволюцию потребительских предпочтений. Иными словами, потребители стали все чаще демонстрировать готовность инвестировать в более дорогостоящие решения, мотивированные стремлением к высокому качеству и уникальности дизайна.

По состоянию на 2024 г. стоимость дизайн-услуг в Москве и Санкт-Петербурге составила 4351 руб. и 4163 руб. соответственно, а в 2023 г. 3974 руб. и 3559 руб. – рисунок 1.

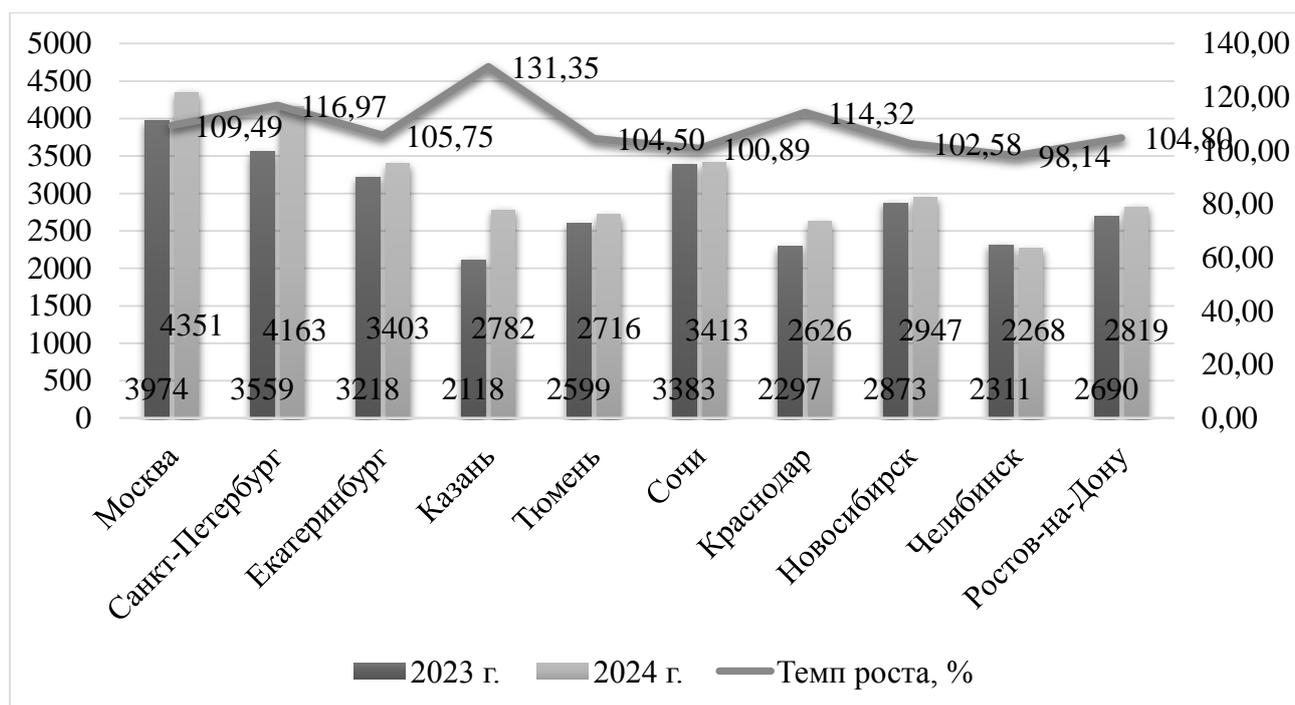


Рис. 1 – Средние цены по городу на дизайн-услуги 2023-2024 гг., руб. [6]

В подавляющем большинстве рассматриваемых городов наблюдается увеличение средних цен на услуги дизайна в 2024 г. по сравнению с 2023 г., что может быть обусловлено инфляционными процессами, повышением квалификации специалистов, увеличением спроса на качественные дизайнерские

решения и др. Наиболее значительный рост цен зафиксирован в Казани (131,35%), отражающий востребованность дизайнерских услуг в регионе и, возможно, о формировании новых центров компетенций в данной сфере. Санкт-Петербург также продемонстрировал существенный рост цен на 116,97%. Стоит отметить, что в период 2023-2024 гг. наблюдалась значительная разница в абсолютных значениях средних цен между различными городами. Москва и Санкт-Петербург показали высокие показатели.

Параллельно с этим происходила трансформация стратегий продвижения. Дизайнеры активно пересматривали подход к репрезентации своего портфолио, отказываясь от унифицированных шаблонов и прямолинейных призывов к действию. Таким образом, веб-сайт становится своеобразной интерактивной визитной карточкой, позволяющей потенциальным клиентам оценить креативный потенциал и индивидуальный почерк специалиста.

Что касается распределения специалистов по областям дизайна – область UI/UX дизайна занимает лидирующую позицию, аккумулируя 44% специалистов и подчеркивая возрастающую значимость удобства и функциональности интерфейсов в цифровой среде, обусловленную интенсивным развитием информационных технологий и повышением требований пользователей к качеству цифрового опыта [7]. Акцент на UI/UX дизайне отражает стремление к созданию интуитивно понятных, эффективных и привлекательных цифровых продуктов. Графический дизайн занимает 28% рынка [7]. Продуктовый дизайн, ориентированный на создание физических объектов, занимает 17% [7]. Этот сегмент демонстрирует рост, обусловленный возрастающим вниманием к эргономике, функциональности и эстетике потребительских товаров. Продуктовый дизайн становится важным фактором конкурентоспособности в условиях насыщенного рынка. Категория «Другое» (11%) отражает диверсификацию дизайн-индустрии и появление новых, специализированных направлений [7]. В эту категорию могут входить такие

области, как дизайн интерьеров, моушн-дизайн, гейм-дизайн и другие, демонстрирующие растущую фрагментацию и специализацию рынка.

Исследование ежемесячного дохода дизайнеров (рис. 2) позволило выявить, что наибольшая доля (29%) приходится на дизайнеров, получающих доход до 50000 руб. в месяц. Данная категория, вероятно, представлена начинающими специалистами (джуниорами), находящимися на начальных этапах карьерного роста.

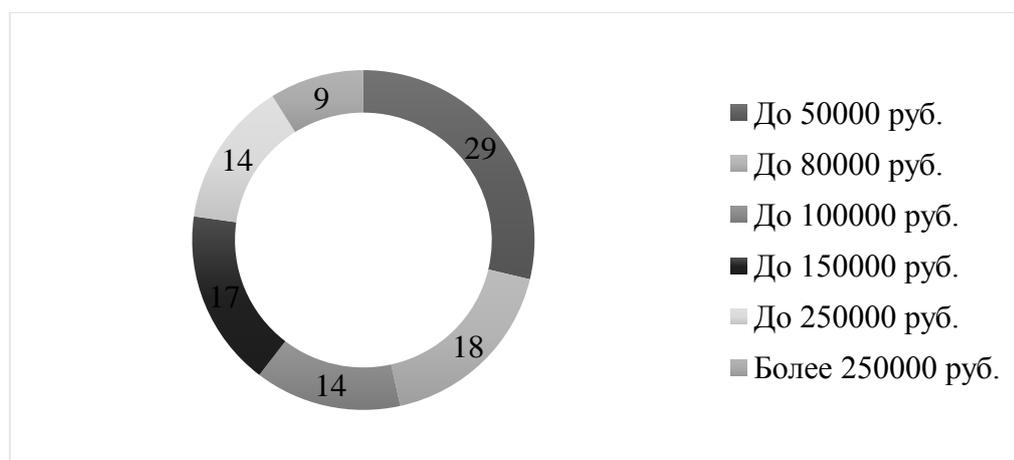


Рис. 2 – Ежемесячный доход дизайнеров, % [7]

Прослеживается относительно равномерное распределение между доходными группами от 80000 руб./мес. до 250000 руб./мес., тем самым отражая наличие сформировавшегося сегмента дизайнеров среднего звена с опытом работы и устойчивым портфолио. Лишь 9% дизайнеров достигают ежемесячного дохода, превышающего 250000 руб./мес. Это может указывать на ограниченное количество высококвалифицированных экспертов, востребованных на рынке, либо на концентрацию наиболее прибыльных проектов в руках небольшого числа агентств или индивидуальных предпринимателей.

Таким образом, наблюдаемая структура в распределении доходов позволила сделать следующие выводы:

– уровень дохода, как правило, коррелирует с опытом работы и уровнем профессиональной квалификации дизайнера;

- различные направления дизайна (например, веб-дизайн, графический дизайн, UX/UI-дизайн) могут характеризоваться разным уровнем востребованности и, соответственно, разным уровнем оплаты;
- размер дохода может варьироваться в зависимости от региона и его экономического развития;
- дизайнеры, работающие в штате компании, могут получать фиксированную зарплату, в то время как фрилансеры могут получать доход в зависимости от объема выполненных заказов.

Можно заключить, что данные изменения свидетельствуют о прогрессирующей профессионализации рынка. Потребители все реже рассматривают дизайнеров исключительно как исполнителей технических задач. Напротив, они стремятся к установлению партнерских отношений, основанных на глубоком понимании потребностей бизнеса и способности к разработке инновационных решений. В фокусе внимания оказывается не просто «дизайн», а комплексный подход, учитывающий специфику бренда и задачи, стоящие перед компанией.

В заключение, следует отметить, что совокупность описанных тенденций указывает на качественную трансформацию рынка дизайнерских услуг. Движущей силой этой трансформации является переход от массового производства к индивидуализированным, высококачественным решениям, требующим от дизайнеров не только технических навыков, но и глубокого понимания бизнеса, креативного мышления и стратегического видения, в связи с тем, что рынок больше ориентируется на ценность, а не на цену, стимулируя дизайнеров к постоянному совершенствованию и поиску уникального позиционирования.

### **Библиографический список:**

1. Моторина, А. А. Этимология и онтология термина "дизайн" / А. А. Моторина, А. Л. Моторин // Ученые записки Новгородского государственного университета. – 2024. – № 2(53). – С. 369-375.
2. Кувшинова, Г. А. Современное содержание понятия «дизайн» в контексте дизайн-образования / Г. А. Кувшинова // Сибирский педагогический журнал. – 2024. – № 5. – С. 26-37.
3. Семенова, Н. А. Дизайн-мышление в управлении креативным кластером / Н. А. Семенова // Интернаука. – 2024. – № 19-2(336). – С. 8-10.
4. Евстегнеев, Н. О. Цифровой дизайн - тенденции развития / Н. О. Евстегнеев // Научный альманах. – 2024. – № 5-3(115). – С. 49-51.
5. Что такое дизайн: понятие, разновидности // Образовательная платформа Geek Brains. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа – URL: <https://gb.ru/blog/chto-takoe-dizajn/> (Дата обращения: 30.03.2025).
6. Что происходит с ценами на дизайн-услуги? Итоги 2024 года // Интерьерный магазин BasicDecor. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа – URL: <https://basicdecor.ru/blog/post/proishodit-cenami-dizain-uslugi-itogi-2024-goda/> (Дата обращения: 30.03.2025).
7. Исследование дизайн-рынка // Онлайн-платформа для дизайнеров DSGNERS. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа – URL: <https://research.dsgners.ru/> (Дата обращения: 30.03.2025).

*Оригинальность 77%*