

РЫНОК 3D-ПЕЧАТИ: ДРАЙВЕРЫ И БАРЬЕРЫ



Токарев Борис Евгеньевич,

к. т. н., доцент кафедры маркетинга, Государственный университет управления, 109542, Москва, Рязанский просп. д. 99
tokarevboris@gmail.com

Предлагаемый в данной статье анализ возможностей развития рынка 3D-принтеров является логическим продолжением обзора технологий 3D-печати и текущего состояния рынка 3D-принтеров. Автором было проведено desk-исследование о том, что способствует развитию этого рынка, и что ему противодействует. В статье определены и сгруппированы драйверы и барьеры рынка. Определение сил влияния на дальнейшее развитие рынка 3D-печати может стать следующей целью исследования.

Ключевые слова: технология, 3D-печать, рынок, сегмент, драйверы, барьеры.

Анализ рынка 3D-принтеров, проведенный в работах [1, 2] показал, что рубеж 2013–2014 годов обозначил критический переход на следующую стадию развития. Можно с высокой степенью уверенности констатировать, что из нишевой стадии происходит переход на стадию активного рыночного роста в соответствии с представлением этапов жизненного цикла. Подтверждением этого вывода является практически двукратный ежегодный рост мирового производства 3D-принтеров в период с 2010 по 2013 гг. [3].

Согласно исследованиям Дж. Мура [4], стадия перехода от начального внедрения на рынок к быстрому росту, содержит очень опасный момент, который автор образно называет «пропастью». Этим он подчеркивает особую опасность, которая содержится в риске преодоления этой «пропасти». Причин этого много, в число их входят объективные условия, противодействующие росту рынка со стороны правовых, экономических, конкурентных, культурных и других факторов, а также субъективные, характеризующие возможности и желание бизнеса развивать данное направление,

маркетинговые бюджеты на раскрутку и продвижение. Наконец, важное место в развитии рынка отводится конечному потреблению, т. к. именно оно при наличии спроса сможет обеспечить массовое производство принтеров и широкое применение как в домашних условиях, так и в практической деятельности компаний по предоставлению услуг. Именно широкое внедрение принтеров позволит существенно снизить цены на них от текущих уровней до приемлемых для большей части населения.

В текущем периоде основными потребителями 3D-принтеров, согласно статистике продаж, являются организации и компании, использующие их возможности для создания прототипов устройств, изготовления макетов объектов и отработки дизайна изделий. Таким образом, основное назначение принтеров в текущем периоде сводится к повышению ценности разрабатываемых новых продуктов для конечных потребителей.

Немаловажным является понимание целевых аудиторий потребителей продуктов 3D-печати. В настоящее время мы видим перспективные возможности приме-

нения изделий 3D-печати для следующих целевых аудиторий, для которых использование таких технологий позволяет выполнять работу быстрее, эффективнее и с более низкими затратами:

- ◆ *Инженеры-конструкторы* могут наглядно увидеть плоды своего труда в конструкциях, в макетах изделий. Они имеют возможности рассмотреть работу разработанных механизмов и устройств как бы «изнутри», создав конструкцию из прозрачного пластика.
- ◆ *Дизайнерам* технологии 3D позволяют создавать больше вариантов, оперативно их получать в реальном представлении и наглядно тестировать.
- ◆ *Разработчикам прототипов* удастся полностью воссоздать внешний вид, тактильные качества и функциональность деталей и устройств.
- ◆ *Медики* в условиях практической работы смогут создавать сложные изделия, заменяющие человеческие элементы опорно-двигательного аппарата и внутренних органов, а в учебных целях использовать большое количество муляжей для демонстрации студентам.