

Шинкаренко Анастасия Александровна

студентка

Институт архитектуры и дизайна

ФГАОУ ВПО «Сибирский федеральный университет»

г. Красноярск, Красноярский край

Старова Ольга Валерьевна

канд. экон. наук, доцент

Инженерно-строительный институт

ФГАОУ ВПО «Сибирский федеральный университет»

г. Красноярск, Красноярский край

ДЕМПИНГ ЦЕН НА РЫНКЕ ДИЗАЙН-УСЛУГ В КРАСНОЯРСКЕ И ЕГО ВЛИЯНИЕ НА ФОРМИРОВАНИЕ ПРОФЕССИИ

***Аннотация:** статья раскрывает влияние демпинга цен на рынок дизайн-услуг в г. Красноярске, а также на формирование профессии в целом. В ходе этого исследования были выявлены причины демпинга цен, а также перспективы данной ситуации и способы её разрешения. Статья описывает экономические и идеологические аспекты и результаты демпинга цен. Данное явление в статье представлено как негативное, поэтому авторы указывают на необходимость устранения демпинга цен в сфере дизайн-услуг. Исследование было проведено методом опроса, в котором участвовали 20 респондентов.*

***Ключевые слова:** демпинг, дизайн, графический дизайн, рынок, Красноярск.*

Демпинг – продажа товаров и услуг по искусственно заниженным ценам. Демпинговые цены существенно ниже рыночных цен, а иногда даже ниже, чем себестоимость товара или услуги. Демпинг проводится с различными целями: проникновение или укрепление на новом рынке, вытеснение конкурентов. Демпинг осуществляется государством и/или компаниями в расчёте на возмещение в будущем текущих убытков, когда за счёт демпинга будет достигнуто желаемое положение на рынке. Однако довольно часто и фирмы, и государство прибегают

к демпингу как к разовому мероприятию: монетизируют складские запасы, реализуют неликвидную продукцию; при острой и срочной потребности в денежных средствах, когда существует угроза больших убытков, чем потери при демпинге. В некоторых странах демпинг считают негативным явлением и борются с ним, применяя антидемпинговые законы [1].

В силу отсутствия объективных критериев качества работы исполнителя, а также особой специфики сферы деятельности, в которой сложно разобраться обывателю, заказчик часто не видит разницы между дорогостоящим дизайн-проектом, выполненным фирмой с многолетней историей и работой студента, работающего самого на себя. Хотя разница, зачастую, очень существенна, однако не видна непрофессионалу. На государственном уровне нет никаких нормативных актов, регулирующих или борющихся с демпингом цен в этой сфере деятельности. Единственное, что может защитить профессиональное сообщество от недобросовестных дизайнеров, сбивающих цены на свои услуги, а в последствии сбивая и рыночную цену, это «Международный профессиональный кодекс чести дизайнера» прописанный международным союзом дизайнеров (ICSID).

В разделе: «*Ответственность перед другими дизайнерами*» четко прописаны следующие слова:

«Дизайнер не должен прямо или косвенно пытаться отстранить от работы другого дизайнера, а также с целью конкуренции уменьшать размер гонорара или прибегать к другим нечестным приемам. Дизайнер не имеет права выполнять работу, предложенную клиентом, не получая за это соответствующий гонорар» [2].

К сожалению, внутри рынка дизайнерских услуг, чаще встречаются любители, чем профессионалы, которые не знакомы с кодексом и честью.

Таким образом, созданы благоприятные условия для входа на рынок дизайн-проектов некомпетентных специалистов, которые и организуют демпинг цен.

Такое положение дел влияет не только на прибыль крупной дизайнерской фирмы, но и на обесценивание профессии (а также профессионалов) в целом. В нашей стране, и в частности в Красноярске, в силу развития, вопрос эстетики

внешнего вида, вопрос вкуса стоит не на первом месте. Основная масса предпринимателей до сих пор не понимает важность имиджа своей компании, и роль внешнего вида фирмы в ее продвижении. Соответственно, большинство таких предпринимателей потенциально склонны максимально сократить расходы на фирменный стиль, отдавая предпочтение выгодной цене, чем качественному и глубокому проекту. В этот момент и появляются «фрилансеры», продающие некачественный продукт по низкой цене, разрушая ценность собственной профессии, а также формируя общий низкий вкус у заказчиков.

Рассмотрим подробнее ситуацию на рынке дизайнерских услуг в Красноярске. Нашему городу крупно повезло: в отличие от большинства городов, у нас потенциальный заказчик может выбрать не только между «фрилансерами» и малыми дизайн-конторами, но и может обратиться в крупные организации, например, дизайн-агентство «АртСтиль».

Стоит начать с фактов: а именно с простого сравнения уровня цен различных организаций и частных лиц в Красноярске, предоставляющих услуги по производству дизайна. За ориентир возьмем цену на такой распространенный вид услуги, как разработка фирменного стиля. Цена агентства «АртСтиль» – от 150 000 р за дизайн фирменного стиля, профессиональные дизайнеры, работающие сами на себя, могут взять за эту работу от 100 000 р, при этом качество остается на уровне профессиональной работы, однако стоит понимать, что в этом случае работу выполняет один человек, а не группа профессионалов, как в первом случае [3]. Организация «Рассвет», работающая на базе соц. сети «ВКонтакте», выставляет цену за ту же услугу в размере от 5 000 р.

Казалось бы, что такая существенная разница в цене относит производителей к разным ценовым сегментам рынка, что качество их продукции разнится и всякий клиент может это обнаружить. Однако, по причинам, перечисленным ранее, это не так. И такая малая организация, как «Рассвет» может увести потенциального клиента крупной фирмы.

Мной был проведен опрос среди профессиональных дизайнеров, а именно 20 работающих в дизайн-агентстве «АртСтиль». Респондентам был предложен опрос, состоящий из трех вопросов:

1. Ощущаете ли вы демпинг цен на рынке дизайн-услуг за последние 5 лет?
2. Повлиял ли демпинг на спрос на ваши услуги?
3. Считаете ли вы подобный демпинг цен временным явлением?

Результаты опроса показали, что 75% опрошенных ощущают демпинг цен. 50% опрашиваемых отметили понижение спроса на фоне демпинга цен, и также 50% опрошенных считают подобный демпинг цен временным явлением. Полученные результаты приведены ниже в виде диаграммы:

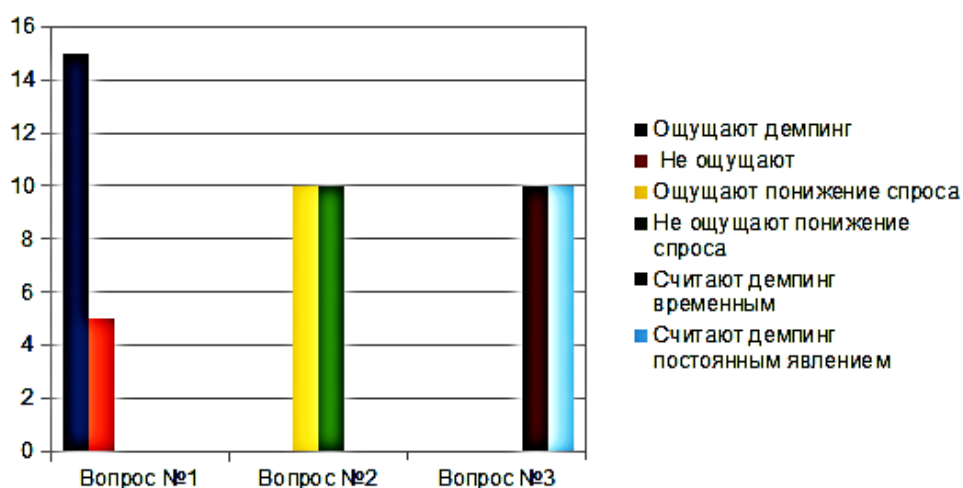


Рис. 1 Результаты опроса

Резюмировав всё вышесказанное, автор считает, что в условиях российского рынка дизайна демпинг цен является естественным явлением и единственным, на мой взгляд выходом из этой ситуации является развитие дизайнерской парадигмы в обывательском мышлении и создании образа сферы дизайна как профессиональной ниши, такой же как медицина, юриспруденция и другие. Только выведение дизайна на уровень государственного явления может помочь выйти из ямы качества предоставляемых дизайнерских услуг. Создание подобного образа поможет уравнять игроков рынка и ликвидировать непрофессионализм данной области.

Список литературы

1. «Википедия» – свободная энциклопедия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki>
2. Международный профессиональный кодекс дизайнера [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://sdrussia.ru>
3. Отчет агентства «АртСтиль» о ценах на услуги. – 2016.