



# О мебельном дизайне с печалью

Очевидно, проходят лихие раннерыночные времена, когда покупатели мебели, растерявшись вдруг от ее доступности, покупали ЭТО.

Мебельный рынок стремительно формировался.

Государственные предприятия продолжали порождать "монстров", зачатых в проектной документации застойного периода. Частники, где Главным Дизайнером, как правило, выступал директор предприятия и все тут, умиляли своей непосредственностью и честным примитивизмом изделий. Дешевый серийный импорт, несокрушимый в своей капиталистической правоте, постепенно заполнял рынок. Но места хватало всем.

Мебель, не обремененная дизайном, продавалась и достигалась основная цель - получение прибыли. Конкуренция, как одно из обязательных условий существования и развития капитализма, маячила где-то, но не пугала. И вот она, в соответствии с откровениями продвинутых экономистов, пришла.

Небольшие мебельные предприятия, частные предприниматели и просто "гаражники", позиционирующие себя как производители мебели по индивидуальным проектам, относительно уверенно чувствуют себя в конкурентной среде. Они, свободные от налогового пресса, в отличие от промышленников, проч-

но обосновались в сегменте дешевой мебели. И даже регулярно грозят "серийщикам", копируя их самые популярные модели. Впрочем, у большинства "индивидуалов" - свой сегмент и свой покупатель. У них есть возможность не "сушить себе мозги" дизайном, предлагая низкую цену.

У промышленных предприятий - ситуация иная. В силу великого множества причин, как субъективных так и законодательных, пребывая в хроническом разногласии с государством, внутренними и внешними конкурентами, промышленники принялись возделывать нивы мебели среднего и высокого ценового уровня.

Прилагая все большие усилия по завоеванию и удержанию своей ниши на мебельном рынке, отечественные мебельные предприятия неохотно заметили дизайн своих изделий. А он, как заброшенный и недоласканный родителями ребенок, настойчиво требовал внимания к себе, не желая более влачить жалкое существование в инвалидных формах. Да и инстинкт самосохранения на рынке заставил мебельщиков услышать глас вопиющий.

Глас утверждал, что в современных рыночных условиях для получения прибыли одного желания ее иметь - мало. Необходимо наличие конкурентноспособной продукции,

обеспечивающей эффективные продажи с минимальными затратами.

Сопоставляя маркетинговые данные различных источников, выявлено что потребители мебели уже давно расставили приоритеты при выборе изделия. Для покупателей у "индивидуалов" - это **"цена - качество"**, но мы не о них.

Для потребителей мебели среднего класса **"цена - дизайн - качество"**, ну а у предпочитающих дорогую мебель **"дизайн - качество - цена"**. Таким образом, присутствие такой характеристики изделия, как "дизайн", представляется жизненной необходимостью.

Распросив соседей и знакомых можно получить этому подтверждение.

Пренебрегать очевидным фактом доминанты дизайна в изделии может только юридическое или физическое лицо с суицидоидальной склонностью к самоуничтожению, загнавшее себя в замкнутый круг: "не дизайна - нет продаж - нечем оплачивать новые разработки - нет дизайна ...".

Возможно, имеет смысл однажды заставить себя рискнуть, сделать шаг из болезненного, но привычно-относительно-безопасного состояния, в новое, где дизайн - закономерная составляющая гармонии образа изделия?. Гармония не может не вызвать радость и обратную положительную связь - покупку.

Дизайн в мебели понятие многокомпонентное, включающее художественно- композиционную проработку изделия, подбор материалов и технологий, оригинальные конструкторские решения, мастерство исполнения и еще десятки других "первокирпичиков".

Рассматривая каждый компонент изделия отдельно, вне единой системы-образа, добиться поставленной задачи (эффективная продажа действительно классного изделия) невозможно.

Сегодня, хотелось бы высказать нашу точку зрения на проблему дизайна мебели в Украине.

Художественно-конструкторская проработка выполняется профессиональным дизайнером. Это специалист, обладающий не только талантом креативного художника, но и знаниями конструкции, технологии, производства и снабжения, маркетинга и психологии, менеджмента и сбыта.

К сожалению, таких специалистов в Украине очень мало, "иных уж нет, а кто далече". На всю страну их **не более десятка**. Имена их известны, лица знакомы, деяния оценены. Они востребованы и желанны в любой фирме-производителе мебели. А фирм, производящих мелкосерийную и серийную мебель, которые "скорее живы, чем мертвы", в Украине - более 1500. На всех не хватает. Поэтому, говорить о присутствии в Украине большого количества высококлассных дизай-

нерских решений не приходится.

Известный ВУЗ готовил и готовит дизайнеров-мебельщиков, но ряды их немногочисленны и требуют получения практического опыта. Другие государственные специализированные учебные заведения, не обладающие современными методиками и материальной базой для обучения студентов мебельному дизайну. Мизерное финансирование для привлечения опытного преподавательского состава - скудные результаты.

Интересно, но большинство состоявшихся дизайнеров - выпускники КИСИ, архитекторы. И прежде, чем эти талантливые люди захотели назвать себя действительными дизайнерами, проработали в мебельной промышленности не менее пяти лет.

Печальная констатация факта отсутствия школы промышленного и мебельного дизайна - это причина. Следствие же - ограниченный потенциал сбыта отечественной продукции, как на внутреннем, так и на внешнем рынках.

Мы знаем, что в Италии, Германии, Франции и Англии существует дальновидные государственные программы поддержки развития института дизайна в промышленности. Страны эти - мировые лидеры и законодатели мебельной моды. Наверное, однажды они захотели стать таковыми, приняв доктрину "Дизайн, как стратегическое наступательное оружие на мебельном рынке".

Предстоящее вступление нашей страны в ВТО, кроме появившихся перспектив, очевидно, повлечет за собой выполнение Украиной обязательств по снижению ввозных пошлин на импорт мебели, практически до нулевых ставок (журнал "Мебельный бизнес в СНГ"). А значит, следует ждать еще более уверенную поступь импорта и потоки денег в чужие бюджеты.

Апокалипсис отечественной мебельной промышленности, тени заброшенных предприятий, припорошенные штукатуркой и пылью рабочие места и другие безрадостные перспективы, уже не кажутся плодом воспаленного воображения экономистов, периодически пишущих, кричащих и поющих об этом в безисходной тоске.

Слово "обвал", по крайней мере среди мебельщиков-промышленников, все более материализуется, побуждает объединяться в ассоциации и т.п., для защиты и лоббирования собственных интересов, а значит и отечественного мебельного рынка. "Спасение утопающих, дело рук самих утопающих"?

Быть может самое время "поставить" на украинский дизайн и встретить западных коллег вежливо, но на равных, как сильные соперники?

*Евгений Ерошенко,  
Валерий Сухицкий.*

*Дизайн-бюро "Золотое Сечение"*

