

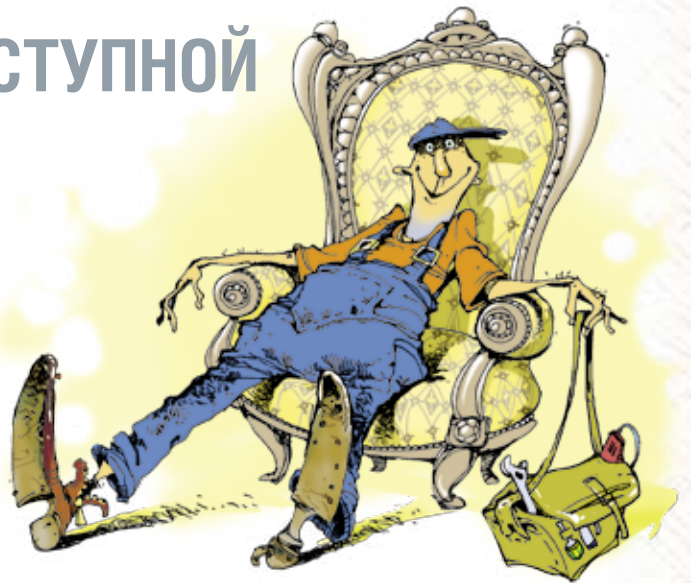


СДЕЛАТЬ РОСКОШЬ ДОСТУПНОЙ

Проблемы, связанные с изготовлением «штучной» мебели по индивидуальным заказам, всегда решались на выставках, предназначенных преимущественно для малого бизнеса, таких, как, например, немецкая Holz-Handwerk, итальянская Scoperta или китайская Antic Furniture. В мае 2007 года эта некогда «эсклюзивная» тема впервые стала предметом обсуждения на специально организованном ганноверской «Лигной» семинаре NOVELTY. Казалось бы, факт проведения семинара по эксклюзиву в рамках выставки, традиционно ориентированной на массовое индустриальное производство, следует считать несомненной сенсацией. Однако же оба непосредственных инициатора NOVELTY – отраслевая газета Holz-Zentralblatt и знаменитая школа мастерства деревообработки в Розенхайме – не усматривают в проведении такого семинара ничего из ряда вон выходящего. Спрос на заказную мебель растёт во всём мире настолько высокими темпами, что индустриальный подход к его удовлетворению следовало бы обсудить, как говорится, «ещё позавчера».

По мнению организаторов семинара, речь идёт вовсе не о том, чтобы «индивидуализировать» весь технологический процесс массового производства. Конечно, теоретически возможно и это, но результатом стал бы скачок цен, который в планы заказчиков вовсе не входит. Анализируя причины нынешнего «эсклюзивного бума», эксперты редко упоминают сдвиги в благосостоянии покупателей (а если и упоминают, то лишь с тем, чтобы констатировать незначительность таких сдвигов). Главным «локомотивом» современной индивидуализации вкусов они считают меняющееся мироощущение, которому присуще уже не прежнее желание «быть как Джонсы», а прямо противоположная тенденция: защищаться от всеобщей масс-культурной стандартизации, добиваясь предельной «непохожести на Джонсов». Причём, как подчёркивают эксперты, покупатель хочет быть «непохожим» ровно за те же (или почти те же) деньги, которые он раньше тратил на «похожесть». Тупик? Нет!

Устроители семинара полагают, что противоречие между индивидуализацией и ценой может быть сглажено за счёт дополнения универсальной базовой модели различными комбинациями дизайнерских деталей. При этом едва ли не самая существенная роль выпадает на долю компьютерных программ, способных не только определять вид деталей либо оптимальный способ их включения в процесс производства изделия, но и постоянно отслеживать влияние на конечную цену мебели любых вносимых заказчиком изменений. Именно такие программы контроля за стоимостью каждой индивидуальной детали были представлены в Ганновере как никогда широко. Соответственно, анализу версий CAD-CAM, экспонировавшихся на стендах Лигны, была посвящена солидная, как никогда, часть семинарских докладов. Готовность



к внедрению в процесс массового производства «индивидуальных деталей» становится одним из первичных признаков современной мебельной промышленности.

Об усиливающемся внимании к деталям говорит и книга дизайнера Уильяма Стабба «Момент роскоши», которая за считанные недели превратилась этой весной в популярнейший бестселлер на многих выставках планеты. Признавая, что тяга к роскоши сегодня характерна для весьма различных слоёв общества, Стабб указывает и на перемены в восприятии самого понятия роскоши. *«Роскошь перестала быть вопросом количества нулей на ценнике, – пишет дизайнер. – Теперь это, в первую очередь, вопрос эмоциональной глубины впечатления, производимого на клиента мебелью или любыми другими товарами. Сочетание “доступная роскошь” было бы воспринято нашими предками, как нонсенс. Сегодня оно почти банально. Особенно разительно соотношение роскошь/цена изменилось на мебельном рынке, потому что нигде проникновение качественного дизайна практически во все ценовые категории не оказалось столь распространённым, как в производстве мебели. Ключ к успеху в создании индивидуализированной роскоши даёт не взвинчивание цены, а способность понять, что именно клиент подразумевает под роскошью. Ведь люди так различны! Для влюблённой женщины роскошью может быть десяток роз, для проголодавшегося клерка – тарелка супа, для усталой матери – час тишины. Ни тишина, ни суп, ни розы не требуют особых затрат и тем не менее в сознании каждого из этих людей они бесспорно являются роскошью. Моя жена справедливо считает, что роскошь живёт в сумме деталей. Ну, например, в чашке кофе, которой она неторопливо наслаждается по выходным, читая в любимом кресле утреннюю газету. Вычтите из этой суммы хоть одну деталь – кресло, кофе, газету, выходной – и ощущение роскоши мгновенно исчезнет. Задача мебельщика заключается в том, чтобы вместе с клиентом найти как можно больше неповторимых слагаемых для самой роскошной суммы, какую только мыслимо создать в пределах бюджета заказчика».*