

“Я втомився...”, за офіційною версією, Данило Щербаківський 6 червня 1927 року покінчив з життям, кинувшись у Дніпрові води.

Упродовж десятиліть у радянські часи імена вчених-патріотів Вадима і Данила Щербаківських, як і багатьох інших видатних українських діячів культури, не згадувалися на їхній Батьківщині, для якої вони зробили все, що могли, не шкодуючи сил, здоров'я і навіть життя. Лише за умов, коли Україна стала незалежною державою, імена зневажених та замордованих тоталітарним режимом вірних синів і дочок України повертаються в рідне лоно.

Повернуто Україні й імена вчених-патріотів Вадима і Данила Щербаківських. 1993 року Національна спілка майстрів народного мистецтва України заснувала Премію ім. Данила Щербаківського, якою щорічно відзначаються творчі досягнення членів Спілки. Можливо, цю почесну відзнаку варто було б назвати — Премія імені Вадима і Данила Щербаківських.

TRUE KNIGHTS OF UKRAINIAN CULTURE (IN MEMORY OF VADYM AND DANYLO SCHERBAKIVSKI BROTHERS)

Vasyl Scherbak

Annotation. Vadym and Danylo Sherbakivski brothers — outstanding Ukrainian scientists and patriots — had dramatic fate. Their names are still not enough known even to cultural community of Ukraine. Therefore proposed article is devoted to memory of them.

Key words: archaeology, ethnography, folk art, museums, local history.

УДК 7.05:65

Володимир Сьомкін

*кандидат мистецтвознавства, професор кафедри
інформаційного і виставкового бізнесу Національної академії
керівних кадрів культури і мистецтва*

Проблеми формування асортименту промислових виробів і дизайн

Анотація. У статті обґрунтовано проблематику та узагальнені уявлення щодо дизайн-ергономічного забезпечення оптимізації асортименту промислових виробів.

Ключові слова: асортимент, вироби, дизайн, ергономіка, забезпечення.

Постановка проблеми формування та оптимізації асортименту виробів актуальна і потребує постійної уваги на всіх рівнях держави, галузі, окремого підприємства, що знайшло відображення, зокрема, в авторській

монографії з дослідження напрямків дизайн-діяльності [1]. Мета цієї статті — обґрунтування проблематики та узагальнення уявлення щодо дизайн-ергономічного забезпечення оптимізації асортименту промислових виробів.

Звернімо увагу на те, що значною мірою незадоволений попит і наявність нереалізованого товару залежать, здебільшого, від рівня інноваційної діяльності виробника, від якості моніторингу ринку. Інновація — це комерційне втілення відкриттів і винаходів та будь-якої суттєвої та позитивної новизни об'єкта. Розглянемо детальніше деякі аспекти інноваційної практики. Підкреслимо, що дизайн і інновації мають загальну, якщо не предметну, то ідеологічну основу.

Розповсюдження інновацій практично повністю залежить від економічних чинників. Враховуючи особливості професії, дизайнер, на жаль, інколи забуває, що споживач не тільки користується річчю, а й платить за її корисні ефекти, а також за супутні явища, котрі має враховувати саме проєктувальник, орієнтований на діловий аспект створення цього виробу — а саме це притаманне дизайнерові з великим досвідом роботи.

На сьогодні, наприклад, економічна наука розглядає інновації як один із найважливіших засобів подолання циклічної кризи. З часу Великої кризи в США з'являється термін “інноваційна політика фірми”. Така політика забезпечує переваги фірмі на ринку за рахунок постійного оновлення продукції, випереджаючи зростання потреб населення. Для управління інноваційним процесом з метою використання його як засобу оптимізації асортименту доцільно розглянути його складові та їхню взаємодію під час створення нового товару.

Проєктний етап інноваційного процесу складається з маркетингових досліджень, технологічних удосконалень виробничої бази і пошуку нових ідей.

Дизайн на етапі конструювання виробів забезпечує оптимальне співвідношення їхніх споживчих властивостей, цінкових характеристик і технічного вирішення, однак в цьому випадку використовується лише частина широкого спектру можливостей дизайн-проєктування. Ще раз варто зауважити, що дизайн може вплинути на збільшення вартості об'єкта розробки, якщо в дизайн-проєкті передбачаються нова функція, сучасний конкурентний образ об'єкта чи корисна властивість виробу (підвищена безпечність експлуатації, покращена ергономічність, екологічність об'єкта тощо), за які споживач готовий заплатити більшу ціну.

Стимулятором діяльності системи “виробництво-споживання товарів”, як відомо, є потреби споживача — потенційного покупця товарів.

На проєктному і винахідницькому етапах, коли відбувається створення виробу, особливу роль відіграє дизайн-проєктування як фактор, що визначає вибір самого виробу, його споживчих властивостей і розробку технічної структури і образного вирішення.

При дослідженні ринку вирішальним чинником, як підкреслювалось, є дизайн-маркетинг — діяльність щодо пошуку, залучення і аналізу інформації з позиції дизайну, тобто з урахуванням багатьох чинників, що визначаються специфікою дизайну. Це, в першу чергу, врахування наявності і рівня споживчих властивостей виробів, що є на ринку, таких, як експлуатаційні, функціональні, екологічні, ергономічні і естетичні характеристики, їхній загальний рівень і відповідність потребам конкретної соціальної групи — потенційного споживача.

У процесі дослідження ринку, у разі необхідності, може проводитись дизайн-ергономічна експертна оцінка товару.

Одним із ключових моментів інноваційного процесу є визначення часу і ситуації розробки виробу, а також просування його на ринок, тобто прив'язка створюваного виробу, до дійсного соціально-економічного процесу. Дизайнер повинен розрізнити і враховувати у своїх розробках соціально-економічні умови, що склалися і представлені даними про структуру суспільства, рівень життя та платоспроможність конкретних соціальних груп, дані ринкової статистики, характеристики конкурентних процесів тощо, без чого виконання ним професійних обов'язків буде умовним. Особливістю проблеми є те, що ринкові процеси в Україні не стабільні, ринки заповнені нещільно.

З точки зору цілей та інтересів дизайнера ціноутворення може бути трьох видів: проектне, виробниче і ринкове. Проектне ціноутворення передбачається концепцією виробу, своїм результатом має ціну, яка враховує платоспроможність майбутнього споживача. Результатом виробничого ціноутворення є собівартість виробу, щодо якої будуються економічні розрахунки товаровиробника. Ринкове ціноутворення пов'язане з погодженням продавця і покупця, формує гуртові і роздрібні ціни і вважається вільним, оскільки торговельна ціна може коливатися в широких межах.

Проектне ціноутворення — ключова проблема дизайну. Воно забезпечується дизайном і є одним з основних результатів проектування разом з інноваційною діяльністю.

Спираючись на загальні уявлення щодо споживчого ринку, зокрема, ринку товарів широкого споживання, актуалізації проблеми щодо оптимізації асортименту, ролі і місця дизайну в цих процесах, а також на основі обґрунтування класифікації чинників та дизайн-концепції, притаманних процесу оптимізації асортименту промислових виробів, розглянемо найхарактерніші проектні методи й основні принципи оптимізації асортименту, понад усе, ТШС.

Перш за все визначимо, а точніше дещо розширимо уявлення про порівняно близькі терміни, що семантично і структурно пов'язані в процесі створення оптимального асортименту товарів, а саме: асортимент товарів і номенклатуру виробів.

Номенклатура виробів — це розроблений і обґрунтований перелік виробів (їхніх різновидів, типів), що необхідні для забезпечення визна-

ченого конкретного комплексу процесів життєдіяльності в сфері побуту, праці, в сфері соціально-культурного спрямування тощо. Номенклатура виробів передує формуванню оптимального асортименту.

Асортимент товарів — це складна і суперечлива система товарів, що містить впорядковану та невпорядковану частини, які є умовою удосконалення і постійного розвитку такої системи, що формується на рівні держави, галузі, підприємства-виробника, а також окремих торговельних організацій, різних за масштабом і структурою. Формування оптимального асортименту виробів потребує комплексного підходу, який у загальному вигляді передбачає наступне:

- вивчення потреб в нових товарах та послугах і структури попиту на товари та послуги, що є на цей час на ринку на основі:
 - визначення сфери діяльності;
 - визначення типології споживачів відповідних груп споживачів;
 - визначення різновидів функцій — технічних та соціально-культурних;
 - визначення номенклатури продукції, що забезпечує реалізацію відповідних функцій;
 - виявлення асортиментних ніш товарного ринку;
 - оцінка попиту;
 - оцінка потреб;
 - прогнозування потреб та попиту;
- формування проблем та вимог до комплексного об'єкту;
- формулювання та обґрунтування проектної дизайн-концепції;
- моделювання комплексного об'єкту;
- дизайн-проект асортиментного ряду виробів;
- проектування асортименту виробів (нових виробів та модернізація виробів);
- конструювання об'єктів — складових асортименту виробів;
- обґрунтування цін на виготовлення виробів;
- планування та проведення заходів з реклами та стимулювання збуту;
- організація і планування виробництва;
- дизайн-ергономічне забезпечення проектування та конструювання виробів, комплексних виробів, асортиментних рядів тощо;
- авторський нагляд за впровадженням виробів;
- виготовлення виробів;
- вибір, обґрунтування оптимальних форм продажу товару;
- визначення гуртової та роздрібною ціни товару;
- виробництво партії виробів для пробного продажу;
- виробництво виробів;
- обґрунтування та організація обслуговування товарів після продажу їх.

Формування номенклатури виробів промислового призначення та оптимізація асортименту товарів промислового призначення (комплексу товарів промислового призначення) здійснюється за іншими методич-

ними принципами, які враховують визначені чинники, притаманні цій сфері виробництва, з урахуванням участі цих товарів чи послуг в процесі виробництва та їхньої відносній цінності та актуальності для економіки, політики, економічного, а, можливо, геополітичного впливу на кон'юнктуру ринку, конкурентоспроможності промислового комплексу та держави в цілому в умовах глобалізації світового ринку.

Пріоритетним напрямком оптимізації асортименту товарів промислового призначення є орієнтація на збільшення обсягів та підвищення ефективності експорту. Формування експортного потенціалу держави, де асортимент виробів промислового призначення може бути достатньо привабливий, стимулює підвищення конкурентоспроможності промислового комплексу, створює передумови відчутного розвитку і зростання економічного потенціалу країни в цілому.

Спрямованість на розвиток експортного потенціалу, наприклад, України має передбачати: структурну перебудову економіки; вдосконалення галузевої та територіальної структури виробництва; збільшення питомої ваги і обсягів продукції з високим ступенем переробки, особливо наукоємної; скорочення вивезення сировини; зменшення кількості екологічно шкідливих і ресурсоємних виробництв, що зумовлюють залежність від поставок енергоносіїв, сировини та напівфабрикатів; створення умов для поступового, поетапного послаблення існуючої залежності від імпортерів — монополістів стратегічних сировинних ресурсів і, як наслідок, збільшення доходів держави та суб'єктів господарювання.

Щодо проблеми успішності впровадження оновленого асортименту товарів — попри безсумнівну різницю в діяльності, специфіці виробництв, рівня технологічного оснащення та сучасності технологій, стану комп'ютеризації виробничого циклу, а також рівня виробничої дисципліни та підготовки технічних кадрів і фахівців з дизайну та ергономіки в різних промислово-розвинених державах, шляхи удосконалення якості та оновлення асортименту товарів мають багато спільного.

У цьому контексті є актуальними інноваційна діяльність на визначеному виробництві та інноваційно-інвестиційна політика в промисловому комплексі в цілому. Високий рівень винахідництва, неординарність вирішень, досвід та професіоналізм дизайнерів формують вихідну творчу ідею, яка при подальшій її розробці має шанс створення конкурентоспроможного виробу, який надалі може стати успішним товаром, що користується попитом широкого кола споживачів. Інноваційно-інвестиційна політика в промисловому комплексі, наприклад, в Україні має забезпечити повне і ефективне використання наукового потенціалу, “ноу-хау”, подальший розвиток інноваційної діяльності, формування правової бази та стимулювання, зокрема, мережі технопарків та технополісів, інших ефективних спільних форм об'єднання виробництва, наукової діяльності та інвестицій.

Таким чином, розширення та оптимізація асортименту конкурентоспроможних і високоякісних товарів може бути гарантована за умови

створення сучасного, здатного до саморозвитку промислового комплексу держави, зокрема України, всебічно інтегрованого у світове виробництво. Подальше удосконалення промислового комплексу має забезпечувати внутрішні потреби та експорт країни. Крім того, важливим є збалансованість виробничих потужностей промислового комплексу на основі оптимізації структури промислового потенціалу.

Щодо споживчого комплексу виробів, то це комплекс побутових виробів визначеної функціональної групи, тобто існуючий чи майбутній асортиментний ряд виробів з притаманними типологічними особливостями — товари широкого споживання. Таким чином, споживчий комплекс відображає предметне забезпечення реалізації побутових процесів, притаманних визначеній побутовій діяльності.

Побутова діяльність відповідно до існуючого ДОСТ поділяється на чотири різновиди: забезпечення процесів життєдіяльності людини (комфорт, споживання); праця в побуті; відпочинок, культурне дозвілля, творчість; пересування. Кожен з видів побутової діяльності, в свою чергу, поділяється на побутові процеси. Наприклад, праця в побуті включає виробничо-господарські, садово-городні, швейні та інші види робіт, обслуговування побутових потреб (прибирання, прання, приготування їжі тощо), допоміжні процеси і операції (придбання, транспортування, зберігання тощо). Аналогічно виділяються побутові процеси інших видів діяльності. Предмети, що включені в побутовий процес, створюють споживчі комплекси, групи і підгрупи виробів.

Функція виробу може бути охарактеризована якісно і кількісно. Функцію побутової машини чи пристрою характеризує їхня продуктивність, особливості створеного робочого ефекту чи обробленого ними продукту. Для холодильних пристроїв, наприклад, важливим є температурний режим, для фотоапарата — якість отриманого знімку, для універсальної кухонної машини — якість, зручність і швидкість переробки продуктів тощо.

Кожна функція знаходить вираження, з одного боку, в певній структурі — морфології виробу, а з іншого — в результатах її використання, тобто в створюваному для людини корисному ефекті. Це дозволяє, за необхідності, представити функціональний процес у вигляді предметних структур (конструктивів) та їхніх якісно-ціннісних характеристик.

Конкретизація функцій виробів проводиться з урахуванням принципу їхньої технічної дії: фізичної, механічної, електротехнічної.

Залежно від задач формування асортименту виробів дизайн-проекування може бути спрямоване в узагальненому вигляді на створення наступних комплексних об'єктів:

- *модульні ряди промислових виробів*, збудовані на основі морфологічної трансформації уніфікованих агрегатів та вузлів, наприклад:
 - комплекс механізмів для фермерського господарства, що може виготовлятися як асортимент продукції підприємства, а в умовах

експлуатації реалізує якусь функцію за рахунок варіантного сполучення агрегатів;

- родина автомашин різного функціонального призначення на базі уніфікованих вузлів та агрегатів МоАЗ (Білорусь). Навантаження на вісь 16–20 Т, потужність — 240 к. с. (самоскид, сідельний тягач, лісовозний автопотяг тощо). В цьому випадку асортимент формується безпосередньо на підприємстві і сприймається споживачем в разі купівлі окремої машини вже не як асортимент, а як окремий виріб;
 - *різновиди і типажі виробів одного призначення*, наприклад, велосипеди, меблі, посуд, світильники тощо. Всі ці типажні ряди виробів об'єднані техніко-галузевими ознаками та орієнтовані на окремі споживчі групи з урахуванням відповідних поведінкових ситуацій;
 - *типажні ряди виробів, що забезпечують визначені функціональні процеси*, наприклад, переробка та приготування їжі для людини, чи кормоприготування для свійських тварин; прибирання в житловому середовищі, міському середовищі; відпочинок і спорт тощо;
 - *споживчі комплекси виробів*, які забезпечують визначені функції, що реалізують відповідну діяльність з урахуванням потреб та попиту конкретної споживчої групи, наприклад, “Особисте підсобне господарство”, “Кухня”, “Туризм”, “Дитячі майданчики”, “Водно-лікувальний комплекс” тощо.
1. *Сьомкін В.* Дизайн, тенденції та напрямки розвитку. — К.: Альтерпрес, 2009. — 528 с.
 2. *Дослідження тенденцій розвитку конверсійних процесів в Мінпромполітики в порівнянні з цими процесами за кордоном та розробка дизайн-пропозицій щодо підвищення ефективності цієї діяльності [Текст] : звіт про НДР / НІД ; кер. Сьомкін В. В. — К., 1998. — 115 с.: іл.*
 3. *Дослідження та розробка пропозицій з нормативно-технічної документації з питань підготовки фахівців в галузі дизайну та заходів з інформаційного забезпечення навчального процесу в цій галузі [Текст] : звіт про НДР / НІД ; кер. Сьомкін В. В. — К., 2000. — 110 с.: іл.*

THE PROBLEMS OF FORMATION OF ASSORTMENT AND DESIGN

Volodymyr Syomkin

Annotation. The range of problems and generalized concepts about design and ergonomics maintenance the optimization of the assortment of the industrial goods.

Key words: assortment, goods, design, ergonomics, maintenance.