

Такие работы производятся исключительно по заказу человека, что максимально увеличивает полезность автомобиля, против серийного образца. В таком случае сервисные фирмы, персонифицируют полезность и выполняют работу по заранее заданному технологическому и экономическому сценарию, как правило на условиях предоплаты и личной встречи заказчика с исполнителем. Такого рода заказы исходящие непосредственно от потребителя для исполнения, образует самое существенное отличие ремесленного производства (хотя в России таковыми и не считаются) от производства промышленного, крупносерийного и массового.

Ремесленное производство, начиная с первых мастерских и цехов всегда было и остается штучным. А отношения, складывающиеся на рынке между производителем и потребителем его продукции, являются персонифицированными и непосредственно общественными. Именно в таком виде ремесленное производство в Германии сохраняется и поныне, несмотря на то, что ручной труд максимально замещен работой машин и сводится к компьютерному моделированию и проектированию под конкретного потребителя.

А. Н. Феоктистова

г. Коломна, Московская область

ОСОБЕННОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ЮВЕЛИРНЫХ РЕМЕСЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ В ЗАРУБЕЖНЫХ СТРАНАХ

Ювелирное ремесло считается одним из древнейших, а в настоящее время является очень распространенным видом предпринимательства в большинстве стран мира. Потребность в роскоши, потребность выглядеть красиво и дорого актуальна для любых времен. Многовековые традиции в сочетании с современными технологиями помогают ювелирам создавать великолепнейшие творения. Стоимость некоторых ювелирных украшений оценивается не только дороговизной металлов, камней, их обработки или дизайнерских решений. Зачастую большую роль играет имя ювелира, создавшего шедевр. Порой даже неудачная на первый взгляд работа известнейшего ювелира стоит гораздо дороже, чем настоящий шедевр непризнанного гения. В данной работе предполагается осветить достижения людей, которые посвятили свою жизнь ремеслу ювелира и некоторые особенности функционирования ювелирных предприятий в зарубежных странах.

Одна из легенд ювелирного мира – Луи Картье, этот дизайнер является законодателем стиля для многих звезд и олигархов. Свое дело Л. Картье начал в 1847 г., а в 1899 г. им был открыт Дом Картье в Париже. В первые годы двадцатого столетия Л. Картье, с его смелыми футуристскими проектами драгоценностей, стал самым известным ювелиром в мире. Это был один из первых дизайнеров, начавших использовать абстрактные проекты, и продолжавший работать в этом направлении до появления стиля Ар-Деко.

Другим известным ювелирным брендом, сегодня, являются украшения с кристаллами «Swarovski». Они рассматриваются специалистами как самостоятельный вид ювелирного искусства. Как известно, в начале 1890-х гг. Даниэль Сваровски занимается проектированием машины для автоматической огранки кристаллов. В 1892 г. он получает патент на первое своё изобретение – машину, обрабатывающую кристаллические камни с беспрецедентной точностью. В 1895 г. в местечке Ваттенс был основан завод по производству изделий из хрусталя. Первоначально фирма, образованная Даниэлем Сваровски совместно с деловым партнёром из Парижа, называлась «A. Kosmann, Daniel Swarovski & Co». Позже, после расширения завода, предприятие переименовывается на «Swarovski».

В первые годы работы фирмы Д. Сваровски занимался улучшением технологии огранки и шлифовки кристаллов, доведя её до совершенства. В 1911 г. мастер сумел найти лучший состав исходных смесей для изготовления высококачественного хрусталя, обладающего уникальной прозрачностью и блеском. Этот технологический состав до настоящего времени является тайной компании и хранится в строжайшем секрете. Качество полученных хрустальных изделий позволило рассматривать их как альтернативу драгоценным камням и бриллиантам. Это стало главной особенностью фирмы Даниэля Сваровски. Первые образцы украшений, изготовленных на предприятии «Swarovski», были отправлены в Париж и Санкт-Петербург, где вызвали восторг публики и завоевали популярность модниц.

Еще одним известным представителем ювелирного дела является Чарльз Тиффани, который открыл магазин, сделавший его лидером ювелирной торговли и законодателем моды для нью-йоркской элиты. Начало карьеры Ч. Тиффани приходится на время экономического спада 1837 г. Заняв у отца, текстильного фабриканта, тысячу долларов, он отправился в Нью-Йорк, где вместе с другом открыл небольшой магазин, торгующий «необыч-

ными» товарами, в том числе из Китая и Японии. Вскоре они начали специализироваться на ювелирных изделиях и хрустале. Ч. Тиффани и его коммерческие агенты относительно недорого приобретали ювелирные украшения, включая старинные и знаменитые (например, ожерелье королевы Марии Антуанетты и драгоценности князей Эстергази).

Фирма «Тиффани и компания» быстро развивалась и вскоре превратилась в ведущую ювелирную фирму Америки, обслуживающую и европейских монархов. Чарльз Тиффани непосредственно не был ювелиром, но умел прекрасно вести бизнес. Он проводил политику фиксированных цен на свои товары. Подняв уровень ювелирного дела в стране, он способствовал развитию высокого вкуса нескольких поколений американцев. Ч. Тиффани знал толк в рекламе и умел использовать рыночную конъюнктуру: по завершении прокладки трансатлантического телеграфного кабеля он купил его неиспользованные отрезки и пустил на изготовление сувениров – пресс-папье, ручек для юнтоиков и т.д. Во время Гражданской войны фирма Тиффани получила почетный заказ изготовить инкрустированную драгоценными камнями рукоять шпаги, которую вручили за боевые заслуги генералу Улиссу Гранту. Война заставила фирму временно перейти от изготовления украшений к выпуску оружия.

«Тиффани и компания» и сегодня остается ведущей ювелирной фирмой Америки, но принадлежит не одной семье, а тысячам акционеров. После реорганизации и акционирования в 1984 г. она стала быстро расширять свою деятельность. К 1994 г. ювелирная компания владела 84 магазинами в 14 странах мира и имела доход в 682 миллиона долларов.

Таковы некоторые особенности развития ювелирного дела в мире. Мэтры данного направления всегда находили свои оригинальные решения: классика, изящество, утонченность, или абстрактные проекты, или «детская» тема, наконец, просто запросы времени. Таким образом, в странах Европы и США сложились свои неповторимые традиции в ювелирном мастерстве, которые из поколения в поколение сохраняются в знаменитых на весь мир ювелирных компаниях.