

НАУЧНО ОБОСНОВАННЫЙ ПОДХОД К ВЫБОРУ КРИТЕРИЕВ КАЧЕСТВА И КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ИЗДЕЛИЙ ПРИ ПРОЕКТИРОВАНИИ ТЕКСТИЛЬНОГО ДЕКОРА ИНТЕРЬЕРА

О.В.ИВАНОВА, Н.А.СМИРНОВА, Е.А.КАПИНА

(Костромской государственной технологической университет)

В связи с ростом благосостояния, культурного и интеллектуального развития общества, потребители предъявляют все более высокие требования к эстетичности и комфорту окружающей предметной среды. Значительную часть времени современный человек проводит в собственном доме, поэтому предметы интерьера призваны обеспечивать не только физиологический и психологический комфорт, но и нести эстетическую и духовную гармонию.

Совокупность швейных изделий, эксплуатирующихся в интерьере, в зависимости от функционального назначения целесообразно разделить на группы: шторы (драпировки окна, стен, потолков, изголовья кровати и др.); чехлы (декоративные изделия, предохраняющие от загрязнения подушки и предметы мебели); функционально-декоративные каркасные изделия (для декорирования и функционального использования пространства интерьера, например: ширмы, балдахины, пологи, диадемы, абажуры); декоративно-функциональные изделия (выполняющие декоративные функции: настенные панно, коврики, игрушки - подушки, мягкие игрушки, съемные элементы декора, подвесные мешки - сидения и др.); постельные принадлежности (постельное белье, покрывала и декоративные изделия для кровати); столовые принадлежности (для декорирования интерьера и создания гигиенических условий во время приема пищи).

Понятия "домашний текстиль", "текстильный декор" сегодня актуальны и при-

влекают внимание потребителей[1]. В условиях современного рынка решающим фактором коммерческого успеха изделий текстильного декора интерьера является конкурентоспособность. Конкурентоспособность – многоаспектное понятие, особенно для текстиля, означающее более высокое, по сравнению с товарами-заменителями, соотношение совокупности качественных характеристик товара и затрат на его приобретение и потребление при их соответствии требованиям рынка. Критерии оценки качества текстиля основаны на восприятии потребителем качества изделия и соответствия его назначению. Номенклатура критериев должна быть адекватна спектру потребностей покупателя. Важной составной частью конкурентоспособности изделий текстильного декора является уровень затрат потребителя за период его эксплуатации, так как декоративные швейные изделия в процессе эксплуатации подвергаются действию различных загрязняющих и разрушающих воздействий.

Требования к качеству изделий текстильного декора отличаются от требований к одежде ввиду разной функциональной направленности. Анализ показателей качества и конкурентоспособности швейных изделий (одежды) позволил систематизировать критерии качества изделий текстильного декора интерьера и определить их взаимосвязь с критериями конкурентоспособности (рис.1).

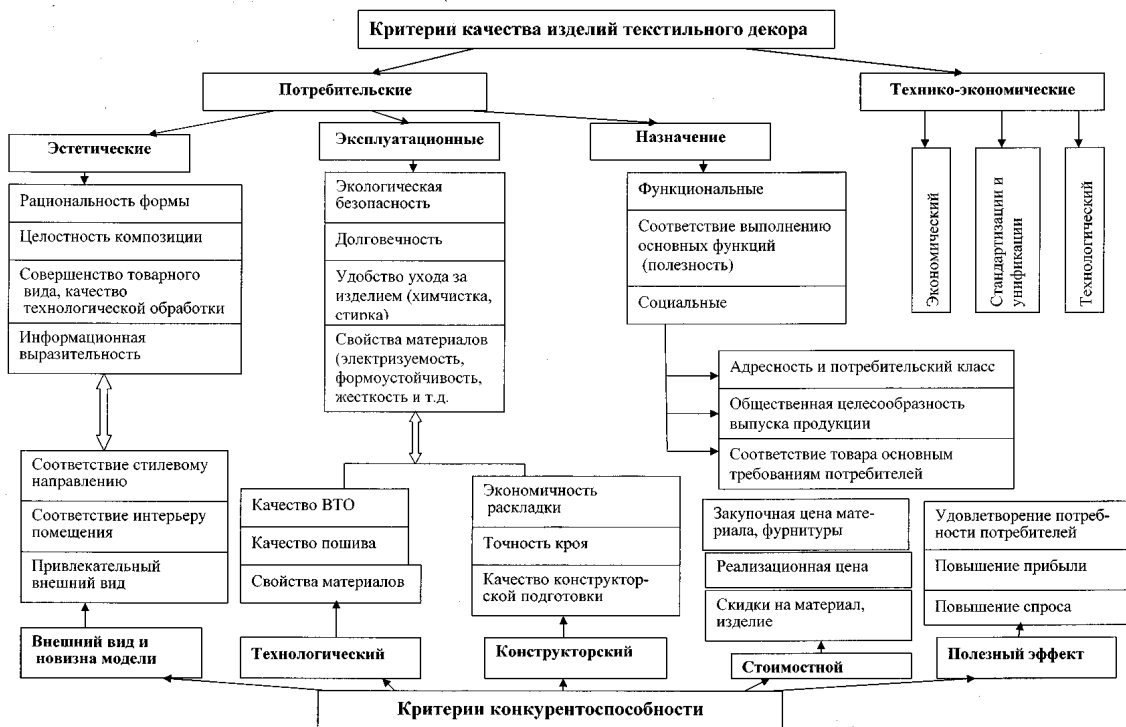


Рис. 1

Предложенная выше групповая классификация текстильных изделий, эксплуатирующихся в интерьере, дает возможность рационально выявить значимость каждого критерия в зависимости от выполняемой функции. Учет наиболее значимых показателей качества позволит фирмам, предлагающим услуги текстильного декора интерьера (ателье, салоны-магазины, имеющие швейные цеха, индивидуальные портные), выжить в условиях рынка и эффективно развиваться.

Текстильный декор предоставляет большие возможности для неценовой конкуренции за счет эксклюзивности товара по эстетическим и функциональным критериям качества. На рынке декоративного текстиля (не считая постельных принадлежностей) действуют в основном малые предприятия, работающие по индивидуальным заказам потребителей. Жизненный цикл текстильного изделия зачастую начинается в салоне-магазине при первом контакте потребителя с приемщиком заказа, являющимся дизайнером и маркетологом в одном лице. Результатом незнания современного состояния потенциального рынка, необоснованно завышенной цены, недостаточного анализа товаров и дея-

тельности конкурентов, запаздывания организации или отсутствия службы сервиса технически сложных изделий (штор с ламбрекенами, драпировок стен, потолков) могут явиться неудачи предмета текстильного декора на рынке.

Современный рынок характеризуется достаточным насыщением его текстильно-декоративными товарами. Постоянно обновляется ассортимент материалов, разрабатываются новые модели, конструктивные элементы. Отсутствие универсальной методики обеспечения конкурентоспособности изделий текстильного декора на базе единой номенклатуры показателей, методов моделирования уровней конкурентоспособности групп изделий, эксплуатирующихся в интерьере, приводит при их разработке к тому, что отечественные товары по качеству и конкурентоспособности существенно уступают мировому уровню.

Для успешной работы на отечественном рынке текстильного декора интерьера целесообразно использовать научно обоснованный подход к проектированию изделий, базирующийся на инновационных составляющих. Понимая под инновациями новые товары, новый уровень качества,

новые технологии и материалы, организационно-управленческие мероприятия, можно считать, что в арсенале любой фирмы существует множество улучшающих инноваций, касающихся внешнего вида, новизны моделей, конструкторско-технологического потенциала (рис.1). На рынке текстильного декора помещений не следует стремиться к технологиям массового производства. Главный принцип конкурентоспособного дизайна интерьера – эксклюзивность и доведение разработок до характеристик, которые легко идентифицировать, но трудно копировать. Фирмы-разработчики должны использовать имеющиеся в распоряжении "ноу-хау" в виде эксклюзивной технологической обработки, новых вариантов лекал сложной конструкции, новых разработок в области текстиля: тканей, трикотажа, нетканых полотен.

Важная инновационная составляющая – свойства материалов. На рынке появилось понятие "мода тканей". Маркетинговые исследования показали, что на общем рынке услуг интерьера совершенно неохваченной оказалась ниша экологически безопасных и благотворно влияющих на организм человека декоративных изделий из льна. Высококачественные льняные ткани декоративного назначения производятся за рубежом, а следовательно, относятся к высокому ценовому сегменту и недоступны широкому кругу потребителей. Отечественные аналоги в этой сфере практически отсутствуют, так как не удовлетворяют эстетическим и эксплуатационным критериям качества. Инновационный потенциал рынка натуральных экологичных декоративных тканей достаточно велик. Коммерческий успех и полезный эффект от производственной деятельности обеспечен тем предприятиям, которые уделяют большое внимание экологической безопасности изделий и созданию благо-

приятного для здоровья человека микроклимата.

Необходимо маркетинговое обоснование инновационных проектов в области экологически безопасного текстильного декора интерьера, предполагающее изучение потребностей потребителей, факторов социокультурной среды, определяющих их предпочтения. Так как вкусы и предпочтения потребителей изделий текстильного декора зачастую формируются посредством элементов маркетинг-микса, рекомендуется активизировать акции стимулирования продаж (скидки, спонсорство, прямую рассылку, экспо-маркетинг и др.), PR-технологии. В салонах-магазинах, работающих в сфере текстильного оформления, рекомендуется формировать модное направление с помощью визуального мерчендайзинга.

ВЫВОДЫ

1. Предложена групповая классификация текстильных изделий, эксплуатирующихся в интерьере.
2. Определены основные критерии конкурентоспособности декоративных текстильных изделий и их взаимосвязь с критериями качества.
3. Разработаны рекомендации по проектированию конкурентоспособных изделий текстильного декора интерьера с использованием улучшающих инноваций.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Пирязева Т.В.* Проектирование домашней одежды, гармонирующей с предметами интерьера // Швейная промышленность. – 2007, №6.

Рекомендована кафедрой технологии и материаловедения швейного производства. Поступила 05.06.09.