

УДК 621.3.049

Пушкар Г. О.,

к. т. н., ст. викл. кафедри товарознавства непродовольчих товарів, Львівська комерційна академія, м. Львів

Семак Б. Б.,

д. е. н., проф. кафедри маркетингу, Львівська комерційна академія, м. Львів

Семак Б. Д.,

д. т. н., проф. кафедри товарознавства непродовольчих товарів, Львівська комерційна академія, м. Львів

РИНОК ІНТЕР'ЄРНОГО ТЕКСТИЛЮ В УКРАЇНІ: ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ ТА РОЗВИТКУ

***Анотація.** В статті обґрунтовано економічну та технологічну доцільність функціонування окремого спеціалізованого ринку інтер'єрного текстилю в Україні. Обґрунтовано доцільність запровадження маркетингової концепції на ринку інтер'єрного текстилю, яка враховує технологічні, екологічні, економічні і кадрові можливості вітчизняного текстильного виробництва. Доведено необхідність створення міжгалузевої державної програми формування та розвитку багатогалузевого ринку інтер'єрного текстилю в Україні та можливість його інтеграції у світовий ринок. Обґрунтовано доцільність проведення комплексних технологічних, товарознавчих і маркетингових досліджень сучасного вітчизняного ринку інтер'єрного текстилю. Розроблено теоретико-методологічні засади формування та функціонування вітчизняного ринку інтер'єрного текстилю на основі одержання результатів аналізу літературних джерел і власних досліджень даної проблеми.*

***Ключові слова:** товарний ринок, інтер'єрний текстиль, інформаційне забезпечення, асортиментна структура, маркетингові дослідження.*

Pushkar H. O.,

Ph.D, Senior Lecturer of the Department of Commodity Research of Non-food Products, Lviv Academy of Commerce, Lviv

Semak B. B.,

Doctor of Economics, Professor, Professor of the Department of Marketing, Lviv Academy of Commerce, Lviv

Semak B. D.,

Doctor of Engineering, Professor, Professor of the Department of Commodity Research of Non-food Products, Lviv Academy of Commerce, Lviv

MARKET OF INTERIOR TEXTILE IN UKRAINE: PROBLEMS OF FORMATION AND DEVELOPMENT

***Abstract.** In the article the economic and technological expediency of operation of a separate market of interior textile in Ukraine is substantiated. The expediency of implementation of marketing concept in the market of interior textile, which takes into account technological, environmental, economic and human capabilities of the domestic textile industry is grounded. The necessity of the establishment of the government interbranch program of formation and development of diversified interior textile market in Ukraine and the possibility of its integration into the world market if proved. The expediency of carrying out of comprehensive technological, commodity and marketing researches of modern domestic market of interior textile is substantiated. The theoretical and methodological principles of formation and functioning of the domestic market of interior textile based on the attainment of the analysis of the literary sources and our own research of this issue are developed.*

***Keywords:** commodity market, interior textile, information provision, assortment structure, marketing research.*

Постановка проблеми. Вступ України до СОТ, необхідність реалізації Угоди про асоціацію з ЄС, як відомо, вимагають докорінної перебудови не тільки основних галузей вітчизняного виробництва, але й розроблення нових підходів до формування і розвитку ринків вітчизняної продукції. У даній роботі ми обмежилися тільки розглядом деяких товарознавчо-маркетингових аспектів формування та розвитку вітчизняного ринку інтер'єрного текстилю. Необхідність безвідкладного вирішення цієї проблеми диктується низкою причин, а саме:

- суттєвим відставанням нашої країни від багатьох економічно розвинутих зарубіжних країн у розвитку ринку інтер'єрного текстилю;
- потребою інтеграції підприємств вітчизняної промисловості (передусім текстильної й легкої) у сферу діяльності зарубіжних ринків;
- безвідкладною імплементацією вимог міжнародних стандартів при формуванні асортименту, якості та екологічної безпечності вітчизняної продукції інтер'єрного призначення;
- відсутністю поглиблених комплексних товарознавчих і маркетингових досліджень проблем розвитку вітчизняного ринку інтер'єрного текстилю та його окремих аспектів.

Як відомо, в Україні, як і багатьох країнах світу, формується новий перспективний різноасортиментний ринок текстильних матеріалів і виробів інтер'єрного призначення. Цей ринок включає такі основні сегменти [1]:

- ринок килимових виробів і матеріалів для покриття підлоги та оздоблення стін житлових, адміністративних та соціально-культурних приміщень;
- ринок столової та постільної білизни побутового і готельно-ресторанного призначення;
- ринок текстильних матеріалів і виробів для оббивання та оздоблення меблів;
- ринок текстильних матеріалів і виробів шторно-занавісочного призначення для оздоблення вікон і дверей.

Кожний із названих сегментів цього ринку характеризується своєю специфікою та історією розвитку, широтою та різноманітністю видової та внутрішньовидової структури асортименту, а також особливостями волокнистого складу, будови та оздоблення окремих матеріалів і виробів із них. Різноманітна та різноманітна структура потреб на названі групи та види матеріалів і виробів інтер'єрного призначення обумовлює необхідність проведення поглиблених маркетингових і товарознавчих досліджень ситуації на окремих сегментах вітчизняного ринку інтер'єрного текстилю.

Варто підкреслити, що при формуванні асортиментної структури видового асортименту названих сегментів ринку інтер'єрного текстилю обов'язково слід враховувати різноманітні та специфічні вимоги споживачів до цих товарів. По-перше, текстильні матеріали і вироби інтер'єрного призначення повинні відповідати високохудожнім й естетичним вимогам споживачів, оскільки вони відіграють домінуючу роль у художньо-естетичному оформленні житлових, адміністративних і культурно-побутових приміщень. По-друге, вироби і матеріали інтер'єр-

ного призначення повинні бути гігієнічними та екологічно безпечними, оскільки всі вони беруть безпосередню участь у формуванні мікроклімату названих приміщень. По-третє, текстильні матеріали і вироби інтер'єрного призначення повинні бути зносостійкими та надійними в експлуатації. Це стосується передусім їх вогнестійкості, атмосферостійкості та біостійкості.

Наведений перелік порушених питань підтверджує необхідність розроблення сучасної маркетингової концепції формування вітчизняного ринку інтер'єрного текстилю та його окремих сегментів. Очевидно, що для розроблення цієї концепції та її реалізації повинні бути залучені фахівці різного профілю, а саме: маркетологи, технологи текстильного виробництва, товарознавці, дизайнери, екологи, стандартизатори та інші [1].

Окрім того, на нашу думку, назріла потреба у розробленні та обґрунтуванні міжгалузевої державної програми збільшення обсягів виробництва і формування вітчизняного ринку інтер'єрного текстилю різного цільового призначення, включаючи можливість збільшення експорту даних товарів на зарубіжні ринки у зв'язку з підготовкою нашої країни до вступу в ЄС.

При розробленні теоретико-методологічних засад формування і розвитку вітчизняного ринку інтер'єрного текстилю та його окремих сегментів обов'язково слід враховувати не тільки позитивний зарубіжний досвід функціонування аналогічних зарубіжних ринків, але й наявну у вітчизняних монографічних і періодичних виданнях інформацію про стан і перспективи розвитку в нашій країні вже існуючих традиційних ринків одягу та одягових текстильних матеріалів [2]. Це повною мірою стосується даних про створення і розвиток в останні роки нових видів товарних ринків, які формуються у багатьох економічно розвинутих країнах на основі нанотекстилю [3, 4].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням маркетингових, товарознавчих і технологічних аспектів формування та розвитку ринку інтер'єрного текстилю та його окремих сегментів в останні роки займалися фахівці різного профілю: маркетологи, дизайнери, товарознавці, стандартизатори, екологи та інші. Для прикладу дамо короткий аналіз та авторське трактування тільки деяких публікацій, які стосуються окремих проблем розвитку названих ринків в Україні [1, 2, 5, 6].

У роботі [1] автором дана науково обґрунтована класифікація сучасного видового асортименту інтер'єрного текстилю різного цільового призначення та способів виробництва, яка повною мірою охоплює асортиментну структуру всіх основних сегментів даного ринку. Особлива увага при цьому приділена розкриттю ролі окремих груп і видів інтер'єрного текстилю в художньо-естетичному оформленні житлових, адміністративних, культурно-побутових приміщень та оздоровленні їх мікроклімату.

Авторами роботи [2] розкрита роль основних чинників (сировини, технологій виробництва, стандартизації та ін.) у формуванні асортименту, рівня

якості та екологічної безпечності текстилю різного цільового призначення. Значна увага приділена пошуку ефективних шляхів екологізації асортименту та властивостей інтер'єрного екотекстилю.

Авторами роботи [5] вивчена можливість та обґрунтована економічна та технологічна доцільність більш широкого використання текстильної наносировини і нанотехнологій для розширення та оптимізації асортименту нанотекстилю інтер'єрного призначення. При цьому обґрунтована доцільність використання зарубіжного досвіду виробництва інтер'єрного нанотекстилю на підприємствах вітчизняної текстильної промисловості. Пріоритетного розвитку повинні набути передусім нанотехнології, використання яких забезпечує надання інтер'єрному нанотекстилю поліфункціональних унікальних властивостей. Це стосується передусім перспективного асортименту інтер'єрного нанотекстилю порт'єрно-шторного, меблево-декоративного, підлого-покривального та білизняного призначення. Обґрунтована доцільність розширення асортименту наноемульсій, нанодисперсій та інших видів нанопрепаратів вітчизняного виробництва для надання текстильним матеріалам і виробам інтер'єрного призначення більш широкого спектру корисних властивостей з метою підвищення їх конкурентоспроможності.

Робота [6] присвячена пошуку шляхів підвищення конкурентоспроможності текстильних матеріалів і виробів одягового та інтер'єрного призначення на ринках. Обґрунтована доцільність для кількісної оцінки конкурентоспроможності цих товарів застосовувати комплексний показник їх якості, розрахований на основі функції бажаності.

Авторами роботи [7] визначено перспективи розвитку вітчизняного асортименту елітних видів столової й постільної білизни. Обґрунтовано доцільність проведення поглиблених товарознавчих досліджень оптимальності структури асортименту і ключових властивостей названих видів білизни. Автори вважають за доцільне:

- створення окремого міжгалузевого стандарту на елітну білизну, в якому були би регламентовані вимоги до її асортименту, властивостей і рівня якості; наведено визначення основних термінів і понять; обґрунтування норм, критеріїв і методів оцінювання властивостей;

- обґрунтування сфери найбільш ефективного використання конкретних видів білизни;

- визначення критеріїв і методів оцінювання рівня елітності білизни різного цільового призначення.

У роботі [8] досліджено унікальні властивості інтер'єрних текстильних виробів із бамбука (екологічні, гігієнічні, антибактеріальні, лікувальні та ін.). Наведено детальну їх характеристику, а також визначено переваги бамбукових волокон над традиційними вовняними, бавовняними, лляними, конопляними.

Постановка завдання. Метою даної роботи є розроблення теоретико-методологічних засад формування та функціонування вітчизняного ринку ін-

тер'єрного текстилю на основі одержання результатів аналізу літературних джерел і власних досліджень даної проблеми.

Викладення основного матеріалу дослідження. На нашу думку, формування вітчизняного ринку інтер'єрного текстилю, як і ринку інших за призначенням груп текстильних матеріалів і виробів, повинно базуватися на наступних засадах:

- зборі, аналізі та узагальненні інформації про реальні потреби вітчизняних споживачів у конкретних видах текстильних матеріалів і виробів інтер'єрного призначення;

- вивченні, аналізі та обґрунтуванні сировинних, технологічних, фінансових і кадрових можливостей вітчизняних текстильних підприємств забезпечити потреби вітчизняного ринку в інтер'єрному текстилі чи необхідності імпорту його окремих видів;

- обґрунтуванні економічності, екологічності та технологічної доцільності формування вітчизняного ринку інтер'єрного текстилю чи його імпорту;

- створенні необхідного банку даних для інформаційного забезпечення розвитку вітчизняного ринку інтер'єрного текстилю.

Окрім цього, для формування та успішного функціонування вітчизняного ринку інтер'єрного текстилю, на нашу думку, необхідно вирішити наступні питання:

- вивчити та узагальнити позитивний зарубіжний досвід формування та функціонування аналогічних зарубіжних ринків;

- запровадити обов'язкову державну та галузеву статистичну звітність про обсяги виробництва та реалізації основних видів текстильних матеріалів і виробів інтер'єрного призначення;

- розробити ефективні організаційно-економічні механізми управління маркетингом на вітчизняному ринку інтер'єрного текстилю.

Очевидно, що успішне вирішення порушених проблем вимагає проведення поглиблених комплексних маркетингових і товарознавчих досліджень із широким залученням фахівців різного профілю як у сфері виробництва інтер'єрного текстилю, так і його збуту.

Обмежимося розглядом тільки деяких вузлових проблем, пов'язаних із формуванням вітчизняного ринку інтер'єрного текстилю, акцентуючи увагу на пошуку ефективних шляхів їх вирішення.

По-перше, розглядаючи інтер'єрний текстиль як порівняно новий товар на ринку України, першочергову увагу, на нашу думку, варто приділити вирішенню наступних питань:

- обґрунтуванню рівня новизни цього товару на даному ринку;

- вивченню та обґрунтуванню економічної, екологічної та технологічної доцільності впровадження даного товару на вітчизняний ринок;

- вивченню перспектив зростання попиту на цей товар і, відповідно, розвитку даного ринку;

- вивченню можливості вітчизняних підприємств забезпечити асортиментну структуру інтер'єрного текстилю на вітчизняному ринку;

- вибору та обґрунтуванню заходів державної підтримки формування та розвитку ринку інтер'єрного текстилю в Україні.

Вирішення порушених питань, у свою чергу, вимагає перш за все розроблення, обґрунтування та тестування концепції інтер'єрного текстилю як нового товару на вітчизняному ринку.

Створення та тестування концепції інтер'єрного текстилю як нового товару на вітчизняному ринку – це складний процес, який вимагає [3, 4]:

- глибокого та всебічного аналізу всіх чинників, від яких залежать стан і перспективи розвитку вітчизняного ринку інтер'єрного текстилю;

- детальної характеристики переваг і недоліків конкретних видів текстильних матеріалів і виробів інтер'єрного призначення порівняно з їх зарубіжними аналогами;

- вибору обґрунтованих критеріїв і методик тестування основних видів інтер'єрного текстилю як нового товару на ринку України.

Вирішення порушених питань вимагає проведення поглиблених маркетингових досліджень як у сферах виробництва основних груп і видів інтер'єрного текстилю, так і його реалізації у сфері торгівлі. Саме на базі комплексних маркетингових і товарознавчих досліджень можуть бути отримані відповіді на такі питання:

- як забезпечити оптимальну ринкову структуру асортименту інтер'єрних текстильних матеріалів і виробів різного цільового призначення, будови, оброблення та способів виробництва;

- які види маркетингових досліджень необхідно провести для виявлення реальних потреб ринку в конкретних видах текстилю інтер'єрного призначення;

- які засоби просування інтер'єрного текстилю на вітчизняному ринку слід застосовувати для отримання необхідних прибутків як його виробникам, так і сферою торгівлі.

Таким чином, розроблення концепції маркетингу інтер'єрного текстилю як нового товару на вітчизняному ринку зводиться до всестороннього вивчення та обґрунтування:

- рівня новизни сучасного асортименту та властивостей текстильних матеріалів і виробів різного інтер'єрного призначення;

- сфер його найбільш раціонального використання;

- вибору та обґрунтування найбільш ефективних і екологічнобезпечних технологій виробництва різних за призначенням груп інтер'єрного текстилю;

- визначення місткості та асортиментної структури окремих сегментів ринку інтер'єрного текстилю (матеріали і вироби для покриття підлоги та оздоблення стін, матеріали і вироби для оформлення вікон і дверей, матеріали і вироби для оббивання меблів, постільна і столова білизна);

- вивчення, узагальнення та прогнозування реального попиту на основні види текстильних матеріалів і виробів інтер'єрного призначення.

Поглиблених маркетингових і товарознавчих досліджень вимагають і інші проблеми на вітчизняному ринку інтер'єрного текстилю, а саме:

- визначення та обґрунтування критеріїв оцінки ринкового потенціалу окремих сегментів вітчизняного ринку інтер'єрного текстилю;

- вивчення можливостей і доцільності застосування сучасних nano-, біо-, хімічних, інформаційних технологій в окремих підгалузях текстильного виробництва та розширення асортименту й підвищення якості різних за призначенням груп інтер'єрного текстилю і поповнення ним вітчизняного ринку.

Окрім цього, враховуючи різнопрофільність і специфіку розвитку окремих сегментів ринку інтер'єрного текстилю, назріла нагальна потреба у розробленні науково обґрунтованої методики аналізу та оцінки результативності вказаного ринку, а також прогнозування перспектив розвитку його окремих сегментів.

Більш глибокого вивчення та узагальнення зарубіжного досвіду вимагають питання ролі реклами у формуванні та розвитку вітчизняного ринку інтер'єрного текстилю і його окремих сегментів.

Значне збільшення обсягів експорту основних видів вітчизняного інтер'єрного текстилю (особливо його екологічнобезпечних та елітних видів), яке обумовлено необхідністю виконання Угоди про асоціацію з ЄС, вимагає суттєвого підвищення їх конкурентоспроможності.

На наше глибоке переконання, нинішня ситуація на вітчизняному ринку інтер'єрного текстилю, як і на інших товарних ринках текстилю й одягу, вимагає суттєвої переорієнтації асортиментної структури цих ринків, а саме:

- видовий товарний асортимент на вітчизняному ринку інтер'єрного текстилю повинен базуватися на вимогах існуючих міжнародних стандартів, а не стандартів СНД, як це було раніше;

- за рівнем своєї конкурентоспроможності вітчизняний інтер'єрний текстиль експортного призначення не повинен поступатися кращим зарубіжним зразкам;

- у недалекій перспективі ринок інтер'єрного текстилю в Україні за рівнем свого розвитку повинен розглядатися як органічна складова світового ринку інтер'єрного текстилю.

Над успішним вирішенням порушених питань, на нашу думку, повинна більш ефективно працювати не тільки галузева, але й вузівська наука у сферах текстильної й легкої промисловості та торгівлі України.

Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямі.

1. Оцінка технологічних, асортиментних, фінансових і кадрових можливостей підприємств вітчизняної текстильної промисловості випускати широкий асортимент високоякісних матеріалів і виробів різного інтер'єрного призначення, а також високій і стабільний попит споживачів на ці товари підтверджують економічну доцільність і технологічну можливість забезпечення асортиментної структури формування окремого спеціалізованого ринку інтер'єрного текстилю в Україні.

2. Гарантом успішного функціонування і перспектив розвитку названого ринку буде створення маркетингової концепції цього ринку, яка базується на вивченні та обґрунтуванні структури потреб населення на конкретні види інтер'єрного текстилю, а також вивченні й оцінці технологічних, екологічних, економічних і кадрових можливостей вітчизняного текстильного виробництва.

3. Обґрунтована доцільність створення міжгалузевої державної програми формування та розвитку багатогалузевого ринку інтер'єрного текстилю в Україні та можливість його імплементації у систему зарубіжних ринків аналогічного призначення.

ЛІТЕРАТУРА

1. Пушкар Г. О. Інтер'єрний текстиль: товарознавчі аспекти формування асортименту та якості : монографія / Г. О. Пушкар. – Львів : “Магнолія 2006”, 2013. – 176 с.

2. Галик І. С. Проблеми формування та оцінювання екологічної безпеки текстилю : монографія / І. С. Галик, Б. Д. Семак. – Львів : Видавництво Львівської комерційної академії, 2014. – 488 с.

3. Семак Б. Б. Проблеми формування ринку медичного нанотекстилю в Україні / Б. Б. Семак // Економіка та держава. – 2015. – № 3. – С. 15-18.

4. Семак Б. Б. Формування вітчизняного ринку спецодягу на основі нанотекстилю / Б. Б. Семак // Актуальні проблеми економіки. – 2015. – №4. – С. 155-161.

5. Пушкар Г. О. Обґрунтування доцільності використання нанотекстилю для оформлення інтер'єру приміщень / Г. О. Пушкар, Б. Д. Семак // Вісник Львівської комерційної академії. – 2015. – Вип. 15. – С. 49-53. – (Серія товарознавча).

6. Галик І. С. Шляхи підвищення конкурентоспроможності на вітчизняних текстильних ринках / І. С. Галик, Б. Д. Семак // Вісник Хмельницького національного університету. – 2015. – № 2. – С. 97-102.

7. Пушкар Г. О. Товарознавчі аспекти формування сучасного асортименту елітної білизни / Г. О. Пушкар, Б. Д. Семак // Вісник Херсонського національного технічного університету. – 2015. – № 2(53). – С. 75-80.

8. Пушкар Г. О. Інтер'єрний текстиль з бамбука / Г. О. Пушкар, Б. Д. Семак // Вісник Хмельницького національного університету. – 2014. – № 3. – С. 232-236.

REFERENCES

1. Pushkar, H. O. (2013), *Inter'yernyy tekstyl': tovaroznavchi aspekty formuvannya asortymentu ta yakosti*, “Mahnoliya 2006”, L'viv, 176 s.

2. Halyk, I. S. and Semak, B. D. (2014), *Problemy formuvannya ta otsinyuvannya ekolohichnoyi bezpechnosti tekstylyu*, Vydavnytstvo L'vivskoyi komertsiynoyi akademiyi, L'viv, 488 s.

3. Semak, B. B. (2015), *Problemy formuvannya rynku medychnoho nanotekstylyu v Ukrayini*, *Ekonomika ta derzhava*, № 3, s. 15-18.

4. Semak, B. B. (2015), *Formuvannya vitchyznyanoho rynku spetsodyahu na osnovi nanotekstylyu*, *Aktual'ni problemy ekonomiky*, № 4, s. 155-161.

5. Pushkar, H. O. and Semak, B. D. (2015), *Obhruntuvannya dotsil'nosti vykorystannya nanotekstylyu dlya oformlennya inter'yeru prymishchen'*, *Visnyk L'vivskoyi komertsiynoyi akademiyi*, випуск 15, s. 49-53.

6. Halyk, I. S. and Semak, B. D. (2015), *Shlyakhy pidvyshchennya konkurentospromozhnosti na vitchyznyanykh tekstyl'nykh ryunkakh*, *Visnyk Khmel'nyts'koho natsional'noho universytetu*, №2, s. 97-102.

7. Pushkar, H. O. and Semak, B. D. (2015), *Tovarovnavchi aspekty formuvannya suchasnoho asortymentu elitnoyi bilyzny*, *Visnyk Khersons'koho natsional'noho tekhnichnoho universytetu*, № 2(53), s. 75-80.

8. Pushkar, H. O. and Semak, B. D. (2014), *Inter'yernyy tekstyl' z bambuka*, *Visnyk Khmel'nyts'koho natsional'noho universytetu*, № 3, s. 232-236.