

METODE DE DIVERSIFICARE A PRODUSELOR DIN TRICOT UTILIZATE LA ETAPA LANSĂRII NOILOR MODELE DE PULOVER PENTRU COPII

Autor: Natalia LEANCA, studenta gr. MTT-061
Conducător științific: conf. univ., dr. Jana RĂDVAN

Universitatea Tehnică a Moldovei

Abstract: *Lucrarea prezintă un studiu asupra metodelor de diversificare a produselor vestimentare din tricot prin încorporarea elementelor structural-decorative. Metodele au fost determinate în urma analizei principalelor funcții a produselor vestimentare și a aspectelor de design. Metodele propuse s-au aplicat la diversificarea estetică și tehnologică a produsului pulover pentru copii de vîrstă de 3-6 ani. S-a analizat posibilitățile de dezvoltare a articolului în vederea reflectării tendințelor de modă și a funcțiilor sociale, cît și a funcțiilor estetice.*

Cuvinte cheie: *metode de diversificare, tricot, structură, pulover.*

În condițiile economiei de piață, societățile comerciale specializate în realizarea tricotului, prin specificul activității lor, au sarcini deosebit de complexe în direcția satisfacerii nevoilor de consum ale populației și participării active, eficiente la circuitul mondial de valori materiale.

Economia modernă de piață plasează pe un plan superior întreaga activitate a întreprinderilor de fabricare a produselor de îmbrăcăminte și determină implicarea acestora în stabilirea structurii sortimentale a producției, astfel ca toate produsele să fie utile, să corespundă unei comenzi sociale, care nu poate fi cunoscută și prognozată decît printr-o prospectare sistematică a pieței. [1]

Ținînd seama că fabricarea produselor din tricot ar trebui să corespundă cererii consumatorilor și standardelor de calitate se impune stabilirea unei legături între aceasta și calitate, ambele putînd fi analizate prin sistemul de funcții.

În asamblul funcțiilor produselor vestimentare pot fi incluse patru grupe de indicatori de calitate:

- indicatori fiziologici;
- indicatori ce caracterizează valoarea de prezentare;
- indicatori specifici la purtare;
- indicatori specifici comportării la întreținere.

Acești indicatori pot fi departajați în funcții sociale și estetice.

Funcțiile sociale caracterizează concordanța confecțiilor cu necesitățile sociale și rolul acestora pentru societate, care include funcțiile moral-estetice, informaționale, educative, vizual-comunicative și funcția de stimulare a activității psihice.

Funcția estetică a îmbrăcăminteii constă în proprietatea acesteia de a crea omului satisfacție emoțional-senzuală, prin expresivitate, design și armonia sa cu mediul înconjurător, cu aspectul exterior al omului etc. Fiecare model de îmbrăcăminte de un anumit tip îndeplinește nu toate funcțiile, ci doar câteva, din care una sau două sunt principale, iar celelalte auxiliare.

Vorbind despre funcțiile sociale și estetice ale produselor vestimentare, dezvoltarea și diversificarea produselor textile pune la bază problemele întreprinderii care necesită investiții nu prea mari în produsele noi create, dar care să aducă beneficii importante [2].

Pentru a avea succes, un produs trebuie să fie bine proiectat, să aibă un design corespunzător sub trei aspecte: *funcțional, structural și decorativ*, în această ordine a importanței lor. Produsele de îmbrăcăminte cu cel mai mare succes pe piață sunt cele care îmbină în mod fericit aceste trei aspecte.

• **Aspectele funcționale** ale designului se referă la modul în care un produs „lucrează“, adică își îndeplinește funcțiile sale. În ceea ce privește îmbrăcăminte, ele se pot referi atît la părți, elemente ale acesteia, cît și la întregul produs: un buzunar funcțional ține anumite lucruri; fermoarele, nasturii și

butonierele funcționale permit deschierea și încheierea produsului etc. Unele funcții sunt comune aproape tuturor produselor de îmbrăcăminte, în timp ce altele sunt specifice doar anumitor.

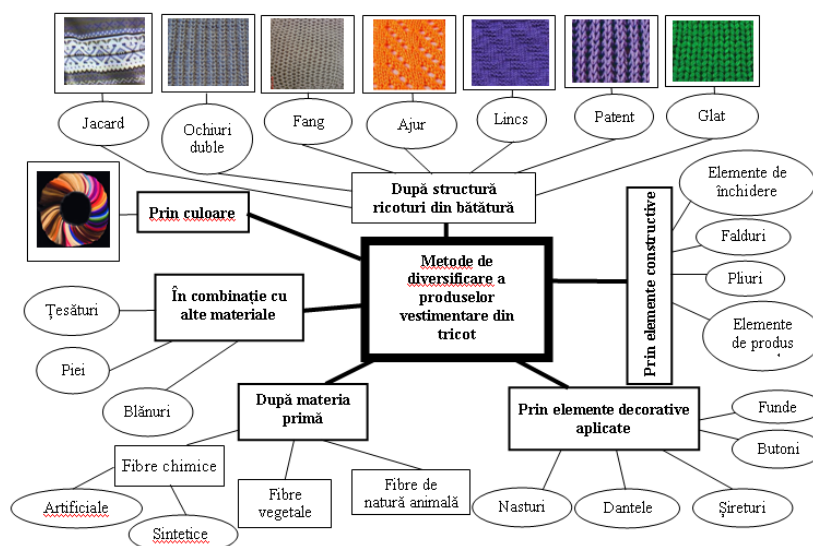
- **Aspectele structurale.** Aceste aspecte ale designului se referă la modul în care un produs este construit pentru a-și îndeplini funcțiile sale; ele determină liniile structurale și formele elementelor constitutive, cum vor fi corelate unele cu altele, cum se va asigura corespondența dimensională, unde și cum vor fi plasate elementele de închidere etc. Aspectele structurale trebuie să țină cont de cerințele funcționale și de configurația și dimensiunile corpului omenesc.

- **Aspectele decorative** ale designului se referă doar la înfățișare, la efectele vizuale; ele nu afectează nici corespondența dimensională, nici performanța, însă sunt subordonate și trebuie să fie în armonie atât cu aspectele funcționale, cât și cu cele structurale [3].

Există trei modalități generale de a încorpora aspectele decorative în cele structurale:

- prin culoarea și desenul materialului textil;
- prin detalii sau elemente constructive;
- prin elemente decorative aplicate.

Ținând cont de funcțiile produselor vestimentare, de elementele social-estetice ce presupune un produs vestimentar și de aspectele de design s-a realizat schema metodelor de diversificare a produselor din tricot.



Schema 1- Metode de diversificare a produselor vestimentare din tricot

Concluzii

Metodele propuse reprezintă o clasificare a elementelor constitutive a unui produs, pulover pentru copii de vîrstă de 3-6 ani, iar combinațiile acestora pot genera lansarea unor serii de produse care să corespundă comenzilor sociale.

Pentru a stabili valoarea de întrebuințare a produsului vestimentar este necesar stabilirea unei legături interdependente de indicatorii de calitate și aspectele de design; evidențierea unor elemente structural-decorative; caracteristicile ce exprimă moda pentru perioada respectivă.

Bibliografie

1. Munteanu, V.A., *Elemente de micromarketing textil – strategii, structuri organizatorice, programe*, Iași, 1992, p. 5.
2. Mitu, Stan, Zulfet, Hoblea, *Manualul inginerului textilist. Tratat de inginerie textilă*, București, 2002, p. 806-808.
3. Comandar, Constanța, *Structura și proiectarea tricotelor. Tricoturi din bătătură (simple)*, Iași, 1998, p. 70-73.