

2. Кристоф Батероу, Сергей Попов. Усиление асфальтобетонов. Путеводитель в страну геосинтетиков. Журнал «Автомобильные дороги». № 1/2004, 126 с.
3. Яромко В.Н. О применении геосинтетических материалов при реконструкции автомобильных дорог. "ТРУДЫ СОЮЗДОРНИИ", выпуск 201, М., 2001, 185 с.
4. П.А. Кураго. Применение стеклосетки во Владимирской области. "ТРУДЫ СОЮЗДОРНИИ", вып. 201, М., 2001, с.136-138
5. Ю.М.Львович. О результатах применения геосеток из стекловолокна для армирования асфальтобетонных покрытий автомобильных дорог. "ТРУДЫ СОЮЗДОРНИИ", 18.01.2000 г., 215 с.

#### SUMMARY

In the present article is considered the question of necessity modernization of domestic looms for production of fabric nets. The geotextile materials are widely used in the construction of roads. However, the foreign equipment ("Sultex", "Picanol" and etc.), which are specialized at the manufacturing of fabric nets have high cost. Because of that, the action for equipment modernization, used at the domestic enterprises of textile industry are necessary.

УДК 687.016:339.13

### ОЦЕНКА АДЕКВАТНОСТИ МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ ПО ОПРЕДЕЛЕНИЮ ТРЕБОВАНИЙ К ОДЕЖДЕ ДЛЯ ПОДРОСТКОВ

Л.А. Ботезат

Одной из проблем, стоящих перед швейной промышленностью, является создание конкурентоспособной одежды для подростков. При проектировании важно обладать информацией о требованиях, предъявляемых к ней. Один из способов получения указанной информации - проведение маркетинговых исследований. При этом для снижения риска принимаемых проектно-конструкторских решений важна оценка рыночной адекватности их результатов. Целью работы является проведение маркетинговых исследований по определению требований к одежде для подростков и использование полученных результатов при проектировании одежды. В соответствии с указанной целью работы поставлены задачи исследования:

- разработка принципов подхода к определению потребностей подростков как потребителей одежды;
- определение требований к одежде для подростков;
- представление модели оценки рыночной адекватности наиболее важных характеристик одежды как товара.

Для определения потребительских требований к одежде для подростков была применена серийная многоступенчатая выборка объемом в 100 человек – учащихся Витебского государственного индустриально-педагогического колледжа (68 девушек и 32 юноши).

Респондентам была предложена анкета, состоящая из трех блоков вопросов. Первый блок был посвящен проблеме выбора и составления гардероба подростка. В этом блоке из меню выбирался наиболее приемлемый вариант, либо указывался свой. Во втором блоке анкеты потребителям предлагалось определить возможность создания универсальных конструкций одежды, предназначенной для ношения юношами и девушками. В третьем блоке рассматривались вопросы, устанавливающие наиболее значимые критерии (конструктивные параметры) для проектируемой одежды (универсальных сорочек). Ответы осуществлялись простановкой по каждому из критериев баллов от 1 до 5 по степени значимости.

Результаты исследования показали, что при выборе одежды подростки в первую очередь обращают внимание на уникальность фасона (76 %), соответствие моде (72 %). Добротность и долговечность (68 %) при выборе одежды играет второстепенную роль. Существенного значения не имеет цена, в связи с тем, что в этом возрасте подростков, как правило, обеспечивают родители. На вопрос «Следите ли Вы за последними тенденциями моды?» ответили «да» 33 % (26 девушек и 7 юношей), - «иногда» - 50 %, «нет» - 17 %. При выборе одежды 37 % подростков руководствуется только своим вкусом, 33 % опрошенных стараются одеваться так же, как и другие. На выбор одежды 15-ти % опрошенных оказывает влияние мнение друзей, 7 % черпают информацию из средств массовой информации, 8 % - доверяют родственникам подбирать гардероб.

50 % подростков обновляют гардероб, покупая готовую одежду, 34 % шьют ее самостоятельно (только девушки). Заказывают одежду в ателье 16 %, поскольку: «не нравится ассортимент готовой продукции» (83 %), из-за особенностей фигуры (16 %), желают «чего-то особенного» (2 %).

Респонденты считают наиболее приемлемым вариантом силуэта полуприлегающий (82 %), на втором месте - прилегающий (71 %), далее - трапеция (65 %) и прямой (55 %). Предпочитаются воротники - стойки (84 %, в основном, юноши), стояче - отложные (77 % - девушки), плосколежащий (49 % - юноши и девушки). Вид застежки: на тесьму - «молнию» (72 %), блочки со шнуровкой (65 %), петли и пуговицы (64 %), кнопки (58 %). Выбирается одежда с рукавами втачного покроя (78 %), без рукавов (72 %), рубашечного (68 %), реглан (54 %), цельнокроенного (49 %). 33 % опрошенных юношей и девушек отдадут предпочтение одежде светлых тонов, 25 % - ярких, чистых, 17 % - сочетанию нескольких цветов. У 17 % опрошиваемых выбор цвета зависит от настроения.

У части респондентов, особенно девушек в гардеробе имеется универсальная одежда (джинсы, куртки, рубашки). 83 % юношей и девушек считают, что универсальность одежде для подростков придает конструктивное решение деталей и узлов, 9 % - цветовое оформление, 8 % - фактура материала. У 42 % респондентов такой одежды нет, но они желают ее приобрести. Простой и удобной универсальную одежду считают 42 % респондентов, 9 % - современной, 8 % - одеждой будущего, 8 % - негативным явлением в современной моде.

Оценка рыночной адекватности результатов маркетинговых исследований по определению потребительских требований к универсальной одежде для подростков была осуществлена с использованием аналитической модели Розенберга с введением дополнительной компоненты - идеальной (с точки зрения потребителя) величины характеристики продукта, который будет пользоваться наибольшим спросом:

$$Q_j = \sum_{k=1}^n W_k (B_{jk} - I_k)^r,$$

где  $Q_j$  - оценка потребителями модели  $j$ ;

$W_k$  - важность характеристики  $k$  ( $k = 1, n$ ) модели  $j$  с точки зрения потребителей;

$B_{jk}$  - оценка характеристики  $k$  модели  $j$  с точки зрения потребителей;

$I_k$  - идеальное значение характеристики  $k$  с точки зрения потребителей;

$r$  - параметр, показывающий при  $r = 1$  постоянную, а при  $r = 2$  убывающую граничную пользу.

В соответствии с результатами маркетинговых исследований предложены 12 возможных вариантов универсальных моделей сорочек и определен рейтинг желательности их конструктивных решений (КР). Оценка КР проставлялась в баллах по возрастающей: «1» - наиболее желательное КР, «4» - наименее.

Для выделенных вариантов сорочек были рассчитаны балльные оценки:

$$Q_i = \sum_{k=1}^n W_k (B_{jk} - I_k)^r = W_k (B_{\text{силузта}} - I_k)^r + W_k (B_{\text{воротника}} - I_k)^r$$

$-lk)r+ Wk$  (Взастежки -  $lk)r+ Wk$  (Врукава -  $lk)r$

Результаты оценки в баллах возможных вариантов сорочек представлены в таблице. Звездочкой отмечена идеальная с точки зрения потребителей модель, имеющая наибольший рейтинг (получившая наименьшее количество баллов).

Таблица 1 - Оценка респондентами моделей сорочек

Силуэт	Оценка в баллах вариантов КР универсальных сорочек (№ модели)		
	Вид застежки	Вид воротника	
		Стояче-отложной	стойка
Полуприлегающий	На блочки	8,9 (1)	* 7,4 (2)
	На петли и пуговицы	11,1 (3)	9,6 (2)
	На кнопки	17,6 (5)	16,1 (6)
Прямой	На блочки	20,0 (7)	18,5 (8)
	На петли и пуговицы	22,2 (11)	20,7 (10)
	На кнопки	28,7 (11)	27,2 (12)

Из приведенных данных видно, что наибольшим спросом у молодежи пользуются сорочки полуприлегающего силуэта с воротником-стойкой или стояче-отложным, с застежкой на блочки (модели 1, 2).

Выполненная работа показала, что в разработке новых моделей одежды как продукта, предоставляемого на рынок, целесообразно участие художников, конструкторов, технологов и маркетологов. Одежда для подростков должна иметь четкий имидж, отличающий ее от одежды других видов. Для оценки рыночной адекватности такой одежды была использована модель Розенберга, дающая представление об идеальном с точки зрения потребителей продукте. Предложенные модели универсальных сорочек для подростков выполнены в материале и рекомендованы к выпуску в массовом производстве на ОАО «Элиз» г. Дзержинска.

#### SUMMARY

Tendencies of development of manufacture of clothes in Byelorussia are analyzed. The structure of the initial information for the purposes of designing of clothes is determined, its ordering and processing is carried out.

Methods of the analysis, economic substantiation and choice of variants of art and design decisions of clothes are developed.

The received results are approved with references to creation of universal designs of clothes for adults and children.

УДК 677.027.6

### ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ОБРАБОТКИ ТЕКСТИЛЬНЫХ МАТЕРИАЛОВ ФУНГИЦИДНЫМИ ПРЕПАРАТАМИ

*Т.В. Минченко, Е.А. Шеремет, В.Н. Алешкевич*

Одним из наиболее распространенных видов разрушения текстильных материалов под действием окружающей среды является микробиологическое разрушение. Действие бактерий и грибов плесени вызывают разрушение тканей и изделий особенно из натуральных волокон, хранящихся в сырых и плохо проветриваемых помещениях. В условиях повышенной влажности натуральные волокна являются питательной средой для микроорганизмов. Вследствие их размножения на поверхности появляются плесневелые пятна, запах, изменяется окраска, снижается механическая прочность и эластичность, что приводит к ухудшению потребительских свойств текстильных материалов и изделий из них и