

отметить, что наибольшее изменение стрелы прогиба отмечалось в месте, где заканчивается геленок.

Таблица 1 Изменение стрелы прогиба стелечных узлов

Стелечный узел с длиной полустельки 0,68Д _{ст} – 10 мм	Стелечный узел с длиной полустельки 0,68Д _{ст}	Стелечный узел с длиной полустельки 0,68Д _{ст} + 10 мм	Стелечный узел с длиной геленка 105 мм	Стелечный узел с длиной геленка 115 мм
длина геленка 105 мм			длина полустельки 0,68Д _{ст} + 15 мм	
величина прогиба, мм				
2,5	1,9	1,5	1,3	0,9

Полученные результаты показали, что самым жёстким в геленочной части является стелечный узел с удлиненным геленком, наименьшей жёсткостью обладает узел с короткой полустелькой, не доходящей до середины пучков на 10 мм. Увеличение длины геленка на 10 мм приводит к увеличению жёсткости на 45 %, увеличение длины стелечного узла на 10 мм приводит к увеличению жёсткости на 32 и 27 %.

Таким образом, для обуви на особо высоком каблуке, где особенно важна стабильность геленочной части, необходимо использовать конструкцию, в которой полустелька заходит за область пучков не менее, чем на 10 мм.

Список использованных источников

1. Борисова, Т.М. Исследование изгиба низа обуви с различной высотой каблука при ходьбе / Т.М. Борисова // Вестник УО «ВГТУ». – Витебск, 2011. – Вып. 21 – с.28-34.
2. Горбачик, В.Е. Прибор для исследования динамических характеристик геленочной части стелек обуви / В.Е. Горбачик, А.Л. Ковалёв // Метрологическое обеспечение, стандартизация и сертификация в сфере услуг: международный сборник научных трудов / ЮРГУЭС. – Шахты, 2006. – С.108-109.
3. Горбачик В.Е., Кульпина К.И., Зыбин Ю.П. Исследование распределения давления по плантарной поверхности стопы в обуви // Известия ВУЗов. – 1970. – №2. – С.86-91
4. Анализ конструкций и методов испытаний каблучно-геленочного узла обуви. Обзорная информация. / В.Е. Горбачик [и др.]. – Москва ЦНИИТЭИлегпром, 1990. – 59 с.
5. Борисова, Т.М. Влияние способа прикрепления геленка на жёсткость стелечного узла / Т.М. Борисова, А.Л. Ковалёв, В.Е. Горбачик // Техническое регулирование: базовая основа качества товаров и услуг: Международный сборник научных трудов / ГОУ ВПО «ЮРГУЭС»; редкол. В. Т Прохоров [и др.]. – Шахты, 2011 – С. 105-106.

УДК 687.016:005.52

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ПРИНЦИПОВ УПРАВЛЕНИЯ АССОРТИМЕНТОМ ОДЕЖДЫ

Л.А. Ботезат, к.т.н., доцент

*УО «Витебский государственный технологический университет»,
г. Витебск, Республика Беларусь*

В условиях современного развития экономики существенное значение имеет инновационная модернизация производства одежды, ориентированная на потребительский рынок. При этом необходимо совершенствовать принципы управления ассортиментом выпускаемых изделий.

Целью работы являлась разработка принципов формирования коллекций женской верхней одежды на основе анализа ее ассортимента с учетом потребительских предпочтений. Для достижения поставленной цели выполнено следующее:

- проанализированы принципы формирования ассортиментной стратегии швейных предприятий и факторы, формирующие спрос на швейные изделия;
- разработана характеристика потенциального потребителя женской верхней одежды;
- предложены принципы создания современных коллекций одежды.

Анализ принципов формирования ассортимента выпускаемой продукции на швейных предприятиях показал, что в ряде случаев осуществляется малоэффективная маркетинговая деятельность, программы развития ассортиментаносят стихийный характер, не сбалансированы спрос на швейную продукцию, предложения со стороны отечественного производства и потенциальные возможности потребительского рынка. Деятельность швейных предприятий связана с рисками, которые могут быть минимизированы на основе расширения ассортимента выпускаемых изделий и внедрения в проектирование инновационных технологий. В связи с изложенным необходимо проведение научно-обоснованных разработок по формированию ассортиментной стратегии предприятий, ориентированной на потребительский рынок РБ.

Применительно к швейной отрасли, в результате анализа информационных источников, была составлена логическая цепь взаимосвязи составляющих системы «потребность-производство»: типология потребления → гардероб потребителя → формирование спроса на одежду → ассортиментная структура предприятия → ассортиментная стратегия предприятия.

Установлено, что ассортиментная стратегия должна быть основана на сегментации рынка и выборе типологических групп потенциальных потребителей. В процессе анализа ситуации на рынке осуществляется изучение потребительских предпочтений и систематизация их по антропометрическим, социальным и другим признакам, финансовым возможностям, определяется частота качественного и количественного обновления гардероба.

Для разработки ассортиментной структуры базовых коллекций одежды важен выбор целевого сегмента и выявление типологии потребления, а также определение прогнозных объемов спроса на продукцию.

Поскольку структурная схема реализации ассортиментной стратегии включает три основных блока аналитический, стратегический и производственный на первом этапе было проведено маркетинговое исследование потребительского рынка методом анкетирования. В качестве респондентов приняты женщины, проживающие в г. Витебске и посещающие фирменные магазины одежды. В результате предварительного анкетирования были установлены: цели посещения магазина; удовлетворенность предложенным ассортиментом; интересующий ассортимент верхней одежды. Полученные данные показали, что целью посещения магазина 61 % респондентов является ознакомление с предлагаемым ассортиментом, 24 % посещают магазин для приобретения конкретного товара, 15 % случайные посетители. Предпочтительным ассортиментом для половины посетителя являются пальто, плащи, куртки, для 27 % костюмы, жакеты, 23 % юбки, брюки. Предложенным ассортиментом удовлетворены 35 % женщин в возрасте 40-52 лет, 30 % в возрасте от 29-35 лет, 5 % в возрасте 18-25 лет. Женщины в возрасте 25-39 лет с диапазоном размеров 96-104 неудовлетворены ассортиментом одежды по видам и размерам.

Для потребителей рассматриваемого сегмента рынка выявлены покупательские предпочтения женщин к верхней одежде (пальто): желаемые стилевые решения, силуэты, колористическое решение материалов, виды застежек, карманов, рукавов, длина изделий. Наиболее популярными являются остромодные изделия прилегающего силуэта (33 %

опрошенных), изготовленные из гладкоокрашенных материалов ярких, насыщенных тонов (42 %), с длинными рукавами (64 %), застежкой на тесьму-«молнию». На основе анализа предпочтений потребителей была разработана коллекция эскизных предложений женских демисезонных пальто.

Работы второго этапа (выбор основных моделей для внедрения в производство) осуществлялись с использованием стратегии уменьшения рисков на стадии проектирования. Для этого был использован метод экспертных оценок. В качестве экспертов приглашались компетентные специалисты – художники, конструктора, технологи. В результате было установлено единое мнение специалистов по составу моделей коллекции.

В результате выполнения работы установлено следующее. Для совершенствования принципов управления ассортиментом одежды необходимо получение, переработка и систематизация маркетинговой информации, выбор и описание целевого сегмента рынка, определение прогнозного объема спроса на продукцию, анализ производственных возможностей предприятия и сбыта продукции. Разработка ассортиментных моделей одежды должна осуществляться с учетом фактора моды, определяющего спрос на продукцию. Для повышения эффективности деятельности швейных предприятий необходимо проведение научно-исследовательских работ по развитию принципов формирования выпускаемого ассортимента одежды, ориентированного на потребительский рынок Республики Беларусь. При этом важно разработать модель потенциального потребителя и определить приоритетные факторы формирования ассортимента одежды.

Указанное способствует повышению эффективности производства, совершенствованию товарного ассортимента предприятий, расширению потребительского рынка одежды отечественного производства.

УДК 687.023.001.4:675.6.025.6/7

ИССЛЕДОВАНИЕ ПРОЧНОСТИ НИТОЧНЫХ СОЕДИНЕНИЙ, ПРИМЕНЯЕМЫХ ПРИ ИЗГОТОВЛЕНИИ МЕХОВЫХ ИЗДЕЛИЙ

*И.А. Буланчиков, старший преподаватель, А.В. Чепельникова, студентка
УО «Витебский государственный технологический университет»,
г. Витебск, Республика Беларусь*

Большое влияние на качество меховой одежды оказывает прочность ниточных соединений. В процессе образования стежков на качество ниточных соединений влияют различные факторы, обусловленные видом переплетения и структурой стежков, видом и свойствами материалов и ниток, параметрами швов, технологическими режимами пошива.

Для испытаний меховых изделий показатель прочности шва не нормируется. Связано это с тем, что для испытания по существующей методике необходимо вырезать большие по площади образцы из центральной части шкурки, что не отражает реальных условий изготовления изделия, поскольку наиболее часто соединения частей шкурок происходит по краям, а кожаная ткань в центральной части шкурки и по краям различается по свойствам (толщине, прочности, плотности).

С целью определения прочности ниточных соединений в меховых изделиях были рассмотрены три метода определения разрывной нагрузки и удлинения ниточных швов, представленные в ГОСТ 28073–89 «Изделия швейные. Методы определения разрывной нагрузки, удлинения ниточных швов, раздвигаемости нитей ткани в швах», ГОСТ 51517–99 «Изделия швейные. Метод определения максимальной разрывной нагрузки шва при растяжении пробы полоской», ГОСТ 9290–76 «Обувь. Метод определения прочности ниточных швов соединения деталей верха»