

Анализ полученных результатов показал, что прочность всех исследованных образцов соответствует нормативному значению (2,5 Н/мм) [2]. Клей марки SAR 720 обеспечивает большую прочность по сравнению с клеем марки Луч ПХК 2053, в среднем в 1,5 раза.

Двухсторонняя намазка повышает прочность склеивания по сравнению с односторонней для клея Луч на величину от 38 % до 80 %, а для клея SAR соответственно от 25 % до 43 %. При односторонней намазке чаще наблюдается адгезионное разрушение, а при двухсторонней – когезионное, что характеризует более высокую прочность клеевого соединения. Выполнение операции шлифования поверхности стелечного кожкартона практически не изменяет прочность склеивания слоев, поэтому такой вариант обработки не рекомендуется к применению.

Таким образом, исследование показало технологическую пригодность кожкартонов марок Salamander и CFD в качестве материалов для основных стелек. Для обеспечения достаточной прочности склеивания рекомендуется при сборке стелечных узлов применять двустороннюю намазку, с нанесением клея на стельку и полустельку.

#### Список использованных источников

1. ГОСТ 28966.1-91. Клеи полимерные. Метод определения прочности при расслаивании. – Введ. 01.01.7092. – Москва : Изд-во стандартов, 1992. – 9 с.
2. Практикум по технологии изделий из кожи : учебное пособие для вузов / В. Л. Раяцкас [и др.]. – Москва : Легкая и пищевая промышленность, 1981. – 280 с. – 123 с.

УДК 687

## ТЕХНОЛОГИЯ ИЗГОТОВЛЕНИЯ РОСТОВЫХ КУКОЛ

*Чудникова М, студ., Лагун Д., студ., Зимица Е.Л., к.т.н., доц.  
Витебский государственный технологический университет,  
г. Витебск, Республика Беларусь*

Реферат. В статье представлены основные режимы и методы обработки ростовой куклы из искусственного меха на трикотажной основе и каркасом из поролона.

Ключевые слова: ростовая кукла, методы обработки, режимы обработки

На основании маркетинговых исследований элемента бренда УО «ВГТУ» [1], предпочтений целевой аудитории образа ростовой куклы [2] и технологии изготовления изделий из различных видов материалов [3] в рамках стартап-гранта УО «ВГТУ» был разработан технологический процесс изготовления ростовой куклы.

В качестве основного материала для изготовления ростовой куклы был выбран мебельный поролон и искусственный мех на трикотажной основе. Характеристика основных материалов для ростовой куклы представлена в таблице 1.

Таблица 1 – Характеристика основных материалов

Материал	Артикул	Ширина, см	Поверхностная плотность, г/м <sup>2</sup>	Волокнистый состав, %
Мебельный поролон	EL	120x200	1240	100 ППУ
Искусственный мех	УК6248 312	150	780	Полиэстер 100

Технологические параметры машинных строчек зависят от волокнистого состава и поверхностной плотности обрабатываемого материала, вида машинной операции. Техническая характеристика швейных ниток и игл представлена в таблице 2.

Для придания формы ростовой кукле, в швы поролона вставлена металлическая проволока (рис. 1).

Методы обработки куклы представлены сечениями узлов на рисунках 2–5.

Таблица 2 – Техническая характеристика швейных ниток

Назначение	Условное обозначение	Линейная плотность	Разрывная нагрузка	Область применения	Номер швейной иглы
Для основного материала	100 ЛЛ	103,0–108,0	3600–3924	Пошив обуви, мягкой мебели, чехлов, изделий из кожи и кожзаменителей	120
Для сшивания поролона	150 ЛЛ	140,0–154,0	5400–5880	Пошив и отделка обуви, мягкой мебели	130

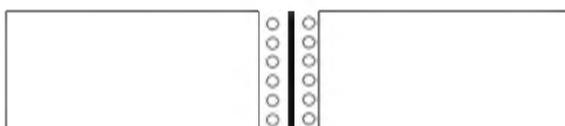


Рисунок 1 – Соединение деталей из поролона с металлической проволокой

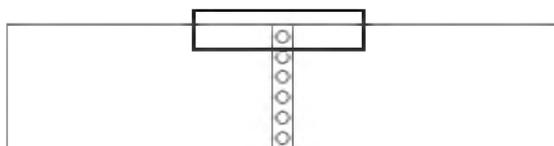


Рисунок 2 – Соединение деталей из поролона

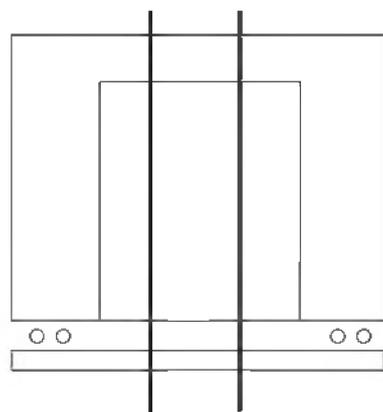


Рисунок 4 – Соединение головы с основанием

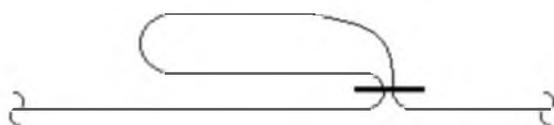


Рисунок 3 – Обработка вытчек из основной ткани

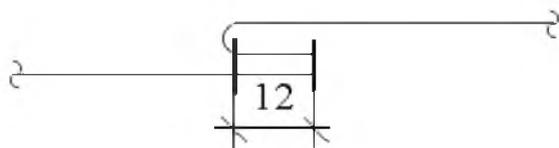


Рисунок 5 – Соединение частей головы из основной ткани

Для соединения деталей из основного материала предлагается использовать двух-, трехугольную стачивающе-обметочную машину Бразер МА4- В661. Характеристика спецприспособлений для изготовления ростовой куклы представлена в таблице 3.

Таблица 3 – Характеристика спецприспособления для изготовления ростовой куклы

Наименование приспособления	Назначение приспособления	Вид
Ручная игла (специальная)	Острая изогнутая игла с удлиненным ушком. Для шитья в технике пэчворк, квилтинг, для обтягивания предметов тканью и шитья объемных изделий	
Шило для обуви	Предназначено для прокалывания материалов при рукоделии, ремонте одежды или обуви	

Для проектируемой модели ростовой куклы была разработана технологическая последовательность и техническое описание, которые планируются внедрить в массовое производство.

#### Список использованных источников

1. Горбачева, В. Д. Маркетинговые исследования элемента бренда УО «ВГТУ» / В. Д. Горбачева, Е. Л. Лукьянова // Материалы докладов 56-й Международной научно-технической конференции преподавателей и студентов : в 2 т. / УО «ВГТУ». – Витебск, 2023. – Т. 2. – С. 223–225.
2. Горбачева, В. Д. Предпочтения целевой аудитории образа ростовой куклы «Кот ученый» / В. Д. Горбачева, Е. Л. Лукьянова // Материалы докладов 56-й Международной научно-технической конференции преподавателей и студентов : в 2 т. / УО «ВГТУ». – Витебск, 2023. – Т. 2. – С. 225–227.
3. Технология одежды из различных видов материалов : учебно-методическое пособие / УО «ВГТУ» ; Е. Л. Кулаженко [и др.]. – Витебск, 2014. – 176 с.

УДК 303.425.7

## ВЛИЯНИЕ ОПРОСА НА СОЗДАНИЕ ВОСТРЕБОВАННОЙ НА РЫНКЕ ПРОДУКЦИИ

*Юрьева С.И., студ., Максимова И.А., к.т.н.*

*Российский государственный университет имени А.Н. Косыгина  
(Технологии. Дизайн. Искусство), г. Москва, Российская Федерация*

Реферат. В работе рассматривается возможность использования опроса для создания коллекции конкурентоспособных изделий.

Ключевые слова: целевая аудитория, продвижение товаров, теория поколений, миллениалы, психология, опрос, потребности потребителей.

Для первичного составления картины целевой аудитории, могут быть использованы различные методики, позволяющие производителю понять потребности потребителя. В последствии, среди выделенной аудитории требуется проводить опросы, которые уточнят верность выдвинутых суждений.

При разработке коллекции аксессуаров, в качестве целевой аудитории нами были выбраны «миллениалы», такое разделение базируется на «теории поколений». Данная теория основана на том, что каждые 20–25 лет общество меняется – изменяются ценности людей, их взгляды на собственную жизнь. Характерные особенности миллениалов влияют на внешний вид товаров, которые производитель может им продать. Изделия, созданные для них, должны совмещать в себе деловой стиль и детскую беспечность, а также быть комфортными в использовании.

Поскольку возраст миллениалов варьируется от 18 до 35 лет, следует дополнительно сократить объем целевой аудитории, приняв во внимание возрастные особенности людей, исходя из этого, сократим возрастные рамки до возраста 18–25 лет [1–2]. Дополнительно выделим понятие «кризиса становления» – стрессовый период для молодых людей, возникающий по причине изменения личностных структур человека в социуме [3].

Исходя из изученной ранее информации, можно выявить, что наиболее эффективно будет провести опрос среди респондентов 18–25 лет.

Для точного формирования психологического портрета целевой аудитории, в опрос были включены вопросы, помогающие понять, сталкивалась ли предполагаемая аудитория с кризисом становления. Для уточнения поставленного вопроса, респондентам был предложен ряд проблем, которые могут тревожить людей, находящихся в периоде становления. Ответы были построены в формате градации каждого результата от 1 до 5 баллов, где 1 – проблема их не касается, а 5 – проблема является очень актуальной и волнующей их ежедневно. Анализируя полученную от респондентов информацию, мы можем сделать вывод, что многие из них периодически или постоянно испытывают отсутствие мотивации в жизни (более 80 %), не имеют сил и желания