

УДК 687

## ИНСТРУМЕНТЫ БЕРЕЖЛИВОГО МЕНЕДЖМЕНТА В ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКЕ ШВЕЙНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Ульянова Н. В., к.т.н., доц., Крахмальчик Д. И., студ.

Витебский государственный технологический университет,  
г. Витебск, Республика Беларусь

В условиях достаточно высокой конкуренции, а также увеличения доли импортной продукции проблема производства качественного корсетного изделия, способного обеспечивать силуэтобразующую функцию, особенно актуальна. Сложностями на пути расширения ассортимента корсетных изделий является трудоемкость процессов конструкторско-технологической проработки моделей и высокая стоимость используемых материалов. Кроме того, различие форм грудных желез и сложность их описания при развертывании вызывает необходимость детальной проработки конструкции, включающей изготовление экспериментальных образцов.

Опытно-конструкторская работа над созданием новой модели корсетного изделия в производственных условиях ЗАО «Милавица» включает этап исследования проектной ситуации, сущность которого сводится к сбору информации для корректировки решений конструктора и выработки целевых ориентиров, на достижение которых направлена разработка. С этой целью конструктор разрабатывает 3–5 единиц изделий одной модели, которые отшиваются и передаются для опытной носки в реальных условиях эксплуатации.

На этапе пошива опытных образцов изделий лаборант-портной производит самоконтроль по каждой технологической операции и ориентируется на показатели таблицы измерений во избежание погрешностей в готовом изделии.

Алгоритм опытной носки и оценки функциональности изделия включает:

- тестирование изделий на моделях или реальных потребителях («пробандах»);
- обязательное измерение пробанда для уточнения размерных параметров;
- примерка корсетного изделия;
- инструктаж пробанда об особенностях опытной носки корсетного изделия;
- определение срока опытной носки изделия с периодическим контролем;
- окончательный контроль и анализ замечаний «пробанда»;
- составление акта проведения опытной носки; доработка и устранение замечаний, отраженных в акте;
- внесение записи в журнал опытных носок при отсутствии замечаний со стороны «пробанда».

С целью документирования результатов тестирования изделия составляется акт опытной носки, в котором фиксируются выявленные дефекты/несоответствия в изделии с указанием способов по их устранению. Форма акта произвольная. Заполнение акта на каждую модель выполняется конструктором на компьютере.

С целью сокращения времени на ручной ввод данных результатов тестирования изделия в рамках дипломного проектирования разработана примерная форма акта опытной носки в виде таблицы, включающей в себя следующие графы. Графа 1 – область исследования. В графе 2 представлен перечень возможных дефектов/несоответствий, выявленных в ходе эксплуатации изделия в реальных условиях с возможностью

добавления их иллюстраций. Графа 3 содержит рекомендации по их устраниению. Наличие/отсутствие выявленного дефекта в общей номенклатуре выполняется выставлением меток в соответствующей строке таблицы акта.

Таким образом, разработанная форма акта поможет конструктору фиксировать объективные данные, систематизировать доработки и сократить время на правки документа. Кроме того, представляется возможность сформировать номенклатуру дефектов применительно к различным видам моделей производственного ассортимента.

## 4.3 Дизайн и мода

УДК 74.01/09

### РОЛЬ ФИРМЕННОГО СТИЛЯ В ФОРМИРОВАНИИ ИМИДЖА

*Абрамович Н. А., к.т.н., доц., Кацук А. В., студ.*

*Витебский государственный технологический университет,  
г. Витебск, Республика Беларусь*

В процессе проектирования ключевым результатом выступает не столько сам знак или набор знаков, характеризующий дизайн продукта, сколько выразительность визуальной коммуникации, мастерство использования графического языка и соответствие сообщения контексту. Следовательно, визуальный язык в дизайне одновременно и предмет разработки, и средство передачи информации [1]. Первостепенная задача дизайнера – найти лучшее воплощение материала в визуальной форме, чтобы обеспечить точную передачу сообщения.

При создании фирменного стиля происходит художественное выражение ценностей бренда, разрабатывается визуальное представление, способствующее узнаваемости. Корректно разработанный образ формирует у потребителя ассоциации, соответствующие стратегии бренда [2].

Визуальные коммуникации бренда условно делятся на две группы. Первая – это основные элементы визуальной идентификации: логотип, цвет, шрифт, форма. Вторая группа включает производные элементы: стиль бренда, рекламный персонаж, реклама, система навигации и другие элементы фирменного стиля.

Типографическая система фирменного стиля требует особого внимания. Исследования Кевина Ларсона (Microsoft) демонстрируют, что оптимальная читаемость шрифта повышает степень доверия к бренду на 18–22 %. Категоризация шрифтов по гендерным характеристикам (работы Сары Хайдман) показывает их различное воздействие на целевую аудиторию [3].

У потребителя должны возникать ассоциации с брендом даже без видимого логотипа. Для этого дизайнер разрабатывает фирменный цвет, рекламный образ, систему навигации, которые подталкивают потребителя к выбору конкретного бренда. Они – важная часть в разработке визуальных коммуникаций бренда.

Фирменный стиль, основанный на визуальном восприятии, служит внешним