

УДК 687.016:687.12

РАЗМЕРНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ЖЕНСКИХ ФИГУР И КОНСТРУКЦИЙ ОДЕЖДЫ

Н.Х. Наурзбаева

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

С.К. Лопандина

*ОАО «Центральный научно-исследовательский институт
швейной промышленности», г. Москва, Российская Федерация*

Для успешного решения задач повышения удовлетворенности населения соразмерной одеждой высокого качества требуется регулярное проведение антропометрических исследований по уточнению и совершенствованию антропометрических и конструкторских стандартов размеров фигур человека.

Пересмотр размерной типологии необходим, так как вследствие произошедшей акселерации наблюдаются изменения размеров, пропорций и формы тела человека.

Акселерация отражает влияние сложного комплекса факторов, к которым можно отнести изменения социально-экономического характера, миграцию населения, изменившуюся экологическую среду планеты, смену поколений.

В связи с этим ОАО «ЦНИИШП» (РФ) была разработана новая размерная типология россиян и введены в действие новые национальные стандарты РФ.

Действующие на территории РБ ГОСТы классификации типовых фигур были введены в действие еще в 70-х годах прошлого века, вследствие чего одежда разработанная по этой размерной типологии по данным ОАО «ЦНИИШП» удовлетворяет соразмерной одеждой 40% потребителей. Эти данные подтверждают необходимость проведения в РБ широких антропометрических исследований населения, разработки и внедрения новой размерной типологии и методики конструирования одежды.

Цель исследования – проведение контрольного антропометрического обмера женщин младшей возрастной группы, сравнение полученных результатов с данными новой размерной типологии РФ, сопоставительный анализ размерных признаков фигур и конструкций женской одежды по действующей и новой размерной типологии.

Обследование проводилось среди женщин молодежной группы потребителей (18-22 года) в городах Витебск, Минск, Орша, Брест. Объем выборки 300 человек группы малых размеров – Т₁₆ (80-92), так как именно эта группа взрослого населения потребителей подвергалась наибольшему влиянию акселерации.

Полученные результаты исследования позволили определить распределение измеренных фигур по размерам, ростам и полнотным группам, а также выявить группы с наибольшей частотой встречаемости.

По группам размеров (Т₁₆): 80 (15,5%); 84 (30,5%); 88 (34,0%); 92 (20,0%).

По ростам (Т₁): 158 (16,2%); 164 (26,6%); 176 (18,2%); 182 (8,4%).

По полнотным группам: 0 (11,6%); I (22,9%); II (31,6%); III (22,9%); IV (10,0%); V (1,0%).

На следующем этапе для сравнительного анализа размерной характеристики фигур были выбраны типовые фигуры, наиболее часто встречаемые в выборке, со схожими ведущими размерными признаками II полнотной группы (164-84-90) по новой размерной типологии (ГОСТ Р 52771–2007) и (164-84-92) по действующей типологии (ГОСТ 17522–72).

Сопоставительный анализ показал различие значений некоторых размерных признаков:

– увеличились значения продольных размерных признаков: высота линии талии (Т₇) на 1,0 см; коленной точки (Т₉) на 1,6 см; ягодичной складки (Т₁₂) на 1,1 см; длины руки (Т₃₃) на 0,8 см;

– при постоянном значении обхвата груди III (T_{16}) уменьшились значения размерных признаков обхват груди I (T_{14}) на 1,0 см и обхват груди II (T_{15}) на 0,9 см, обхват бедер (T_{19}) на 2,0 см, обхват шеи (T_{13}) на 0,7 см;

– уменьшились значения размерных признаков ширина спины (T_{47}) и груди (T_{45}) на 0,2 см, увеличилось значение высоты груди (T_{35}) на 1,0 см, длины талии переда (T_{61}) на 0,2 см, дуги верхней части туловища (T_{44}) на 0,2 см.

Анализ полученных данных показал, что молодые женщины стали стройнее, с менее развитыми грудными железами, по осанке фигура стала более выпрямленной, а по пропорциям может быть отнесена к долихоморфному типу телосложения.

Для проведения сравнительного анализа конструкций одежды были разработаны базовые конструкции (БК) женских курток прямого силуэта с втачным покроем рукава из плащевой ткани (рисунок).

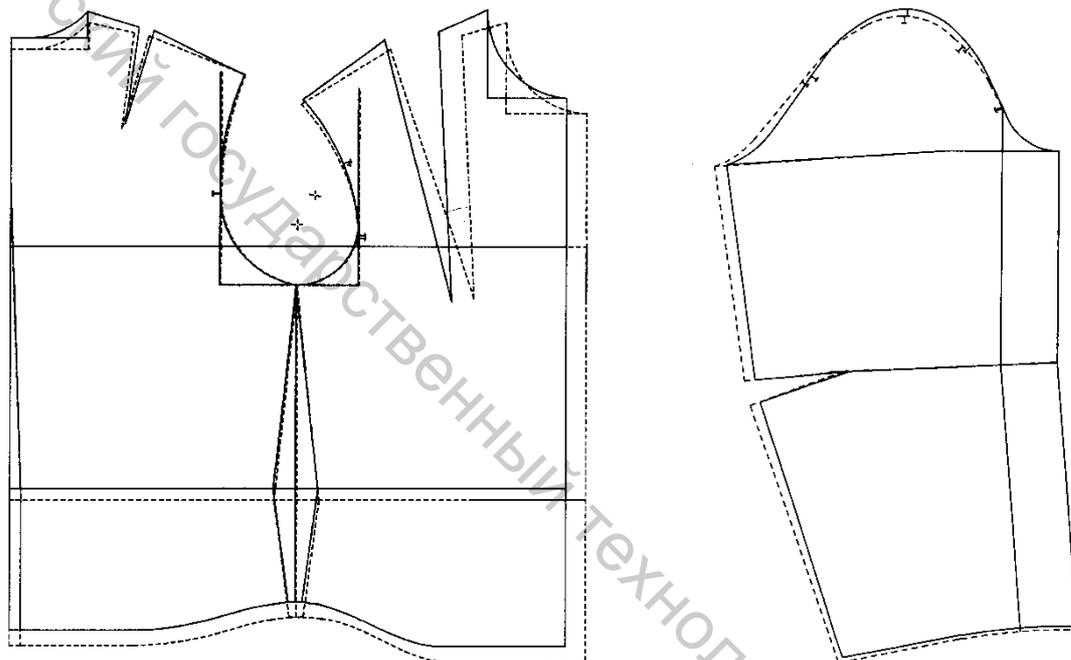


Рисунок – Базовые конструкции женской куртки

БК курток разработаны по методике ЕМКО (1980 г.) на базе действующей размерной типологии (обозначение на рисунке пунктирной линией) и по методике «Построение базовых конструкций одежды» ОАО «ЦНИИШП» (2007 г.), базирующейся на новой размерной типологии (обозначение на рисунке сплошной линией).

При разработке конструкций курток были стабилизированы на одном уровне значения конструктивных прибавок и технологических припусков: по линии груди $Пг = 4,6$ см; по линии бедер $Пб = 2,9$ см.

Конструктивный анализ БК подтверждает изменение значений размерных признаков:

– ширина базисной сетки и распределение по участкам спинка–пройма–пола на уровне глубины проймы отличаются из-за вида расчетных формул и меньших значений обхватов груди I (T_{14}) и II (T_{15}) при постоянном значении обхвата груди III (T_{16}), что повлияло на уменьшение раствора нагрудной вытачки с 16^0 до 11^0 и ширины переда;

– соотношение значений ширины и длины спинки и переда, увеличение передне-заднего баланса и уменьшение раствора плечевой вытачки подтверждают данные о более выпрямленной осанке фигур;

– повышение положения линии талии, бедер, колена и большее значение длины рукава подтверждают изменение пропорций телосложения типовых фигур.

Апробация конструкций новых моделей женских курток из плащевых тканей и искусственного меха, женских костюмов из полушерстяной и шелковой тканей, женских блузок из

шелковой и хлопчатобумажной тканей, разработанных по рекомендациям методики ОАО «ЦНИИШП», показала хорошее соответствие фигурам потребителей по эргономическим показателям статического и динамического соответствия.

УДК 687. 1: 658. 562

ПРОГНОЗИРОВАНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ШВЕЙНЫХ ИЗДЕЛИЙ

Л.Ю. Доможирова

ГОУ ВПО «Российский заочный институт текстильной и легкой промышленности», г. Москва, Российская Федерация

Нет необходимости доказывать, что в рыночной экономике предложение должно соответствовать спросу. Конкурентоспособность определяется совокупностью потребительских свойств продукции, необходимых и достаточных для того, чтобы она в определенный момент времени могла быть реализована по сопоставимым ценам на конкретном рынке.

Формирование конкурентоспособности – это установление, обеспечение и поддержание необходимого уровня конкурентоспособности товара на всех этапах его создания и продвижения до потребителя. Так, для обеспечения необходимого качества швейных изделий осуществляют воздействие на производственные (сырьё, конструкцию, технологию), сбытовые (условия транспортирования, хранения), сервисные (подгонка по фигуре) факторы.

Обеспечение конкурентоспособности – совокупность действий, направленных на предупреждение заданного уровня конкурентоспособности.

Методы обеспечения конкурентоспособности – совокупность приемов, направленных на обеспечение конкурентоспособности.

Можно выделить следующие основные вопросы, решение которых позволит наиболее полно и качественно провести оценку конкурентоспособности:

- критерий конкурентоспособности объектов – товаров и услуг;
- факторы, формирующие конкурентоспособность объектов;
- методы и практика оценки конкурентоспособности объектов.

Объекты оценки. Покупка швейных изделий – это заключительный акт в конкурентной борьбе поставщиков за внимание потребителя.

Субъекты оценки. В оценке конкурентоспособности участвуют следующие категории субъектов: потребители, поставщики, эксперты, специализированные организации, а также рекламные страховые и финансовые организации. Организация зависит от своих потребителей. Для бизнеса важнее денег их источник, а таковым является потребитель.

Решение проблемы повышения конкурентоспособности швейных изделий предполагает переход от отдельных разрозненных к совокупности постоянно действующих мероприятий – к системе обеспечения конкурентоспособности.

Система обеспечения конкурентоспособности (СОК) – это совокупность объектов и субъектов оценки конкурентоспособности, задействованных по определенным (правилам) повышению конкурентоспособности.

Успешная предпринимательская деятельность, проявляющаяся для производителя в получении прибыли, а для потребителей – в повышенном спросе на товар (услугу), предложенный производителем, зависит от эффективности сформированной и действующей СОК.

Для производителя швейной продукции было бы полезно определять и управлять ассортиментной политикой предприятия еще на стадии планирования производства: «что производить и в какой пропорции», чтобы быть уверенным в реализации своей продукции.