

УДК 687.01.572.087

**ФОРМИРОВАНИЕ АССОРТИМЕНТА ЖЕНСКОЙ ОДЕЖДЫ
ПО ПРИЗНАКАМ КОМФОРТНОСТИ****Е.П. Черник, Л.А. Ботезат***УО «Витебский государственный технологический университет»*

Современная концепция формирования и обеспечения качества конкурентоспособной одежды должна базироваться на принципах прогнозирования ее свойств с учетом требований потребителей. Конкурентоспособная одежда должна позитивно восприниматься ее покупателями. При этом в процессе принятия решения о покупке одежды учитываются факторы, определяющие ее комфортность, такие, как требования к ассортименту, а также к физиологическим, антропометрическим, эргономическим, функциональным, психологическим, социальным, эстетическим свойствам. Данные требования определяются спецификой потребления швейных изделий в конкретном демографическом регионе. В связи с указанным, актуальным является внедрение современных технологий проектирования швейных изделий, основанных на результатах маркетинговых и социологических исследований, способствующих совершенствованию их эстетических показателей и повышению комфортности при ношении.

Целью работы является разработка принципов создания креативных коллекций комфортной женской одежды, подлежащей эксплуатации на территории Республики Беларусь. Для достижения поставленной цели поставлены следующие задачи:

- провести маркетинговые исследования по определению признаков комфортности одежды, наиболее предпочитаемой потребителями;
- осуществить антропометрическое обследование размерных признаков женских фигур младшей возрастной группы, определяющих основные габаритные размеры конструкций швейных изделий;
- разработать ассортимент комфортной женской одежды для различных социально-демографических групп женского населения.

Для установления предпочтительных вариантов комфортной верхней женской одежды было выполнено оперативное социологическое исследование. Основной задачей, решаемой при этом, явилось выявление приоритетных требований к моделям, конструкциям и материалам, предъявляемых различными социальными слоями населения. Дополнительная задача: - определение изменчивости размерных признаков.

Программой маркетинговых оперативных социологических исследований было предусмотрено проведение исследований мнений выборочной совокупности. Характеристика выборки:

- объем - 100 человек (женщины);
- возрастные группы - старшая (13 %), средняя (20 %) и младшая (67 %);
- место проживания – г. Минск;
- состав выборки: служащие - 43%, учащиеся - 34 %, предприниматели - 10%, временно не работающие - 13 %.

В качестве метода сбора информации было использовано анкетирование. Предложенные респондентам анкеты содержали четыре блока:

- блок 1 – требования к комфортности одежды (оценка степени значимости признаков комфортности);
- блок 2 - предпочтительные варианты художественно-конструктивного построения демисезонного пальто (стиль изделия; силуэт; вид застёжки, покроя рукавов, карманов, воротника; предпочитаемая длина и материалы);

- блок 3 - сведения о респонденте (возраст, род занятий, уровень благосостояния);
- блок 4 - факторы, влияющие на процесс принятия решения в процессе покупки новой модели одежды;
- блок 5 – предпочитаемый ассортимент верхней одежды.

Анализ результатов маркетинговых исследований показал, что признаками комфортности являются:

- дизайн одежды, соответствующий направлению современного художественного стиля и моды (46 % респондентов);
- соответствие возрастным, психологическим и антропометрическим особенностям потребителей – 25 % (особо значимо для младшей возрастной группы);
- надежная защита от воздействий климатических условий окружающей среды – 4 %;
- предпочитаемый ассортимент женской верхней одежды - куртка (44 % респондентов), пальто (36 %), полупальто (20 %).

В соответствии с результатами маркетинговых исследований, к одному из наиболее значимых признаков комфортности одежды отнесено антропометрическое соответствие размерам и форме тела человека. Анализ используемой в настоящее время размерная типология женских фигур для целей проектирования и производства одежды показал, что она базируется на данных антропометрических исследований, проведенных еще в 60-х годах прошлого века. Указанная типология требует уточнения в связи с изменчивостью размерных признаков, связанной с интенсивными процессами акселерации, а также изменениями в социально-демографической структуре населения.

Важность данной проблемы имеет техническое, экономическое и социальное обоснование: несоответствие одежды антропометрическим данным фигур людей снижает ее эстетические показатели, комфортность при ношении, увеличивается выпуск изделий невостребованных размеров и ростов.

В связи с указанным выше было осуществлено антропометрическое исследование размерных признаков женских фигур. В качестве объектов исследования приняты ведущие размерные признаки – рост, обхват груди третий, обхват бедер с учетом выступа живота. Обмер фигур осуществлялся с использованием методики, представленной в размерных стандартах на измерения фигур.

В результате проведенных обмеров установлено, что измерения 26 % исследуемых фигур не соответствует типовым значениям сочетаний ведущих размерных признаков, что подтверждает необходимость в уточнении и корректировке существующей размерной типологии.

Выполненная работа показала следующее:

- методика формирования промышленных коллекций одежды должна быть осуществлена на основе учета психологических, физиологических, антропометрических и других требований к комфортности;
- результаты проведенного социологического исследования указывают на необходимость прогнозирования ассортимента при формировании промышленных коллекций;
- действующая в настоящее время размерная типология женских фигур требует уточнения применительно к ее использованию в конкретных демографических регионах;
- согласно предложенным принципам формирования ассортимента одежды по признакам комфортности, управление качеством одежды осуществляется на всех стадиях ее жизненного цикла: «предпроектные исследования – проектирование – производство – потребление».

Результаты исследований могут быть использованы в качестве исходной информации для формирования промышленных коллекций одежды. Выполненная работа способствует повышению конкурентоспособности новых моделей одежды и повышению их качества.

УДК 687:658.527.001.2

**ОСОБЕННОСТИ ПРОЕКТИРОВАНИЯ
МНОГОАССОРТИМЕНТНЫХ ГИБКИХ МОДУЛЬНЫХ
ПОТОКОВ**

Д.К. Панкевич, Т.А. Клунейко, Т.М. Ванина

УО «Витебский государственный технологический университет»

Современные швейные предприятия функционируют в условиях жёсткой конкуренции, высоких требований к качеству изделий, непрерывных изменений в технике и технологии, разнообразия текстильных материалов. В погоне за модой торгующие организации снижают объёмы заказов, что приводит к частой сменяемости моделей. Поэтому задача внедрения многоассортиментных гибких модульных потоков (МГМП) становится всё более актуальной.

Проектирование таких потоков имеет ряд особенностей и включает следующие основные этапы:

1. Определение ассортимента и объёмов выпуска продукции на основе результатов маркетинговых исследований;
2. Адресное моделирование и конструирование изделий для запуска в МГМП;
3. Выбор материалов и методов обработки;
4. Разработка универсальной технологической последовательности изготовления всех изделий, планируемых к запуску в МГМП;
5. Определение типов гибких производственных модулей (ГПМ) на основе универсальной технологической последовательности;
6. Определение оптимальной очерёдности запуска моделей в МГМП с учётом минимальной переналадки оборудования;
7. Определение количества модулей;
8. Разработка основных документов;
9. Выбор транспортных средств и их количества;
10. Разработка планировочного решения МГМП.

Первый этап – формирование ассортимента с учетом оптимального его разнообразия. Составление календарного плана сменяемости ассортиментных групп моделей позволит избежать прямой жёсткой конкуренции, формировать и стимулировать сбыт, разрабатывать и производить продукцию для конкретных покупателей. Такая схема наиболее полно реализуется в концепции адресного моделирования и конструирования, коллекции моделей, охватывающей разные ассортиментные группы, с учётом информации маркетинговой службы и возможностей данного модульного потока. Таким образом, конструктивно-технологическая однородность моделей, их универсальность и возможность изготовления в заданных производственных условиях обеспечиваются на этапе проектирования.

Выбор материалов и методов обработки производится на основании сопоставления данных о свойствах и режимах обработки материалов и возможности применения универсального оборудования, приспособлений, типовых малооперационных технологий.