

*Студ. Окуневич В.А.,
доц. Буркин А.Н.
УО «ВГТУ»*

ОЦЕНКА СВОЙСТВ КОЖЕВЕННЫХ МАТЕРИАЛОВ ДЛЯ ГАЛАНТЕРЕЙНЫХ ИЗДЕЛИЙ

Кожевенные материалы верха, используемые для производства кожгалантерейных изделий, должны обладать определенными физико-механическими и технологическими свойствами: пределом прочности при растяжении, удлинением и др.

Для производства мелких кожгалантерейных изделий используют в основном галантерейную кожу ГОСТ 15091 — 80 «Кожа галантерейная. Технические условия». Показателями, оценивающими физико-механические свойства кожи, являются: предел прочности при растяжении, удлинение при напряжении, липкость лакового покрытия, устойчивость окраски к трению.

В вышеуказанном стандарте, например, показатель «удлинение при напряжении 10МПа» указывает на формовочные свойства материалов, которыми не оцениваются галантерейные изделия. Исходя из требований, предъявляемых к галантерее, в этот стандарт целесообразно было бы внести такие показатели, как остаточное и упругое удлинения, так как желательно, чтобы кожа обладала упругостью при ее эксплуатации, напряжением при появлении трещин лицевого слоя, устойчивостью к многократным изгибам, жесткостью, которые определены для кож обувных в ГОСТ 939 — 94 «Кожа для верха обуви. Технические условия».

Все эти показатели влияют на потребительские свойства, которые включены в требования, предъявляемые к материалам.

*Студ. Орехова А.М.,
студ. Кошмал М.В.,
проф. Сыцко В.Е.
УО «БТЭУ»*

ИЗУЧЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ПРЕДПОЧТЕНИЙ НА ПАРФЮМЕРНЫЕ ТОВАРЫ В РАЙОНЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ГОМЕЛЬСКОГО РАЙПО

В условиях формирования рыночных отношений экономическая эффективность деятельности любого торгового предприятия в значительной мере определяется тем, насколько рационально сформирован ассортимент товаров. Известно, что научную основу формирования ассортимента товаров составляет информация о покупательском спросе.

Основными покупателями парфюмерных товаров являются женщины, среди опрошенных доля их составила 72 %. Наиболее часто покупки совершают мужчины и женщины в возрасте от 20 до 30 лет, удельный вес этой категории респондентов составил 40 %.

Интерес представляло и мнение потребителей о главных недостатках парфюмерных товаров отечественных производителей. 12 % считают, что