

В связи с изложенным целью данной работы явилась разработка нового ассортимента – универсальных моделей и конструкций одежды из льна и представления его в качестве товара-новинки. Коллекция данной одежды должна быть креативной, а также адаптированной, с одной стороны, к экономически выгодному производству, и, с другой – к внешнему облику, вкусам, антропометрическим, психофизиологическим, социальным особенностям потребителей. В ряде случаев модели и конструкции такой одежды могут быть разработаны как унифицированные, предназначенные для ношения мужчинами и женщинами, мальчиками и девочками.

Задачами исследования явились: проведение маркетинговых исследований по определению требований к современной одежде для молодежи; систематизация материала, отражающего этнографические особенности БНО; разработка принципов принятия художественно-конструкторских решений (ХКР) при проектировании новых моделей одежды; проверка разработанных рекомендаций путем выполнения изделий в материале и их промышленной апробации. В качестве объектов исследования приняты: белорусская народная одежда; универсальные модели и конструкции одежды для подростков; женская одежда для младшей возрастной группы.

В результате маркетинговых исследований были определены потребительские предпочтения к универсальной одежде и выявлены наиболее приемлемые ХКР.

Анализ этнографических особенностей БНО и классификация ее конструктивно-декоративных признаков позволил конкретизировать исходную информацию для проектирования молодежной одежды. При этом процесс проектирования представлен в виде последовательных задач принятия решений, осуществляемых с привлечением табличной техники. Предложены таблицы решений, отражающие возможные ситуации, возникающих в практике конструирования одежды.

С использованием полученных результатов исследований предложены коллекции одежды из льна различного ассортимента – сорочки для подростков (юношей и девушек), а также женские комплекты летней одежды, состоящие из блузок, брюк, изделий-дополнений.

© ВГТУ

ВЛИЯНИЕ ЦИКЛИЧЕСКИХ ДЕФОРМАЦИЙ НА УПРУГО-ПЛАСТИЧЕСКИЕ СВОЙСТВА МАТЕРИАЛОВ И СИСТЕМ ДЛЯ ВЕРХА ОБУВИ

С. Н. КУЛАКОВ, Р. Н. ТОМАШЕВА, В. Е. ГОРБАЧИК

Elastic-plastic properties of materials and systems for top of footwear in dynamic conditions are investigated. The technique of test of preliminary formed systems of materials for top of footwear is developed at a cyclic stretching on two axes, as much as possible approaching test specifications of samples to real operating conditions of a package of top of footwear while in service. Influence of modes of technological processing on elastic-plastic properties of systems of materials is revealed at a cyclic stretching

Ключевые слова: циклическое растяжение, остаточная деформация, формование, верх обуви

Упруго-пластические свойства материалов при растяжении играют важную роль в оценке ряда технологических и эксплуатационных свойств обуви. От их величины зависят формуемость, приформовываемость и формоустойчивость верха обуви к стопе.

В настоящее время большинство методов оценки упруго-пластических свойств обувных материалов предусматривают проведение испытаний в статических условиях, что не всегда обеспечивают получение показателей, согласующихся с эксплуатационными свойствами обуви. Как известно, в процессе носки детали верха обуви подвергаются растяжению вследствие движения стопы и изменения ее размеров, которое носит циклический характер. Поэтому для объективной характеристики эксплуатационных свойств обуви оценку упруго-пластических свойств материалов заготовки необходимо осуществлять в динамических условиях.

С этой целью была разработана методика исследования материалов и систем материалов для верха обуви при циклическом двухосном растяжении, максимально приближающая условия испытаний образцов к реальным условиям работы пакета верха обуви в процессе эксплуатации. Проведено исследование различных по строению и свойствам материалов верха, межподкладки и подкладки при циклическом растяжении, а также исследованы предварительно отформованные системы материалов с различными вариантами комбинаций материалов верха, подкладки и межподкладки по разработанной методике. Исследовано влияние различных вариантов технологической обработки на упруго-пластические свойства систем материалов при циклическом нагружении.

Установлено, что с ростом количества циклов нагружения в образцах происходит накопление остаточной деформации и снижение усилий, испытываемых материалом в процессе деформирования. Наиболее интенсивный рост остаточных деформаций материалов происходит в первые 1000 циклов растяжения, после чего величина остаточной деформации изменяется незначительно, а в некоторых случаях стабилизируется. Среди материалов верха наибольшей способностью накапливать остаточ-

ные деформации характеризуется натуральная кожа, среди материалов подкладки – тик-саржа, материалов межподкладки – термобязь. Наибольшую способность сохранять накопленную в процессе циклических испытаний деформацию проявили системы с верхом из натуральной кожи, межподкладкой из термобязи и подкладкой из кожи подкладочной.

Для основной массы материалов и систем материалов характерна стабилизация величины нагрузки уже после 3–6 тысяч циклов нагружения. После 5000 циклов нагружения различия в величинах усилий, испытываемых системами материалов в процессе деформации, сглаживаются и находятся примерно в одинаковом пределе вне зависимости от вариантов режимов термофиксации. Выявлено, что наибольшие усилия в начальный период испытаний возникают в системах с межподкладкой из термобязи, наименьшие – в системах с межподкладкой из трикотажа. У систем материалов с подкладкой из кожи подкладочной жесткость на порядок выше, чем с подкладкой из ткани экспериментальной или из трикотажа подкладочного.

© ВГТУ

ИССЛЕДОВАНИЕ И ОБОСНОВАНИЕ НАПРАВЛЕНИЙ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ТОРГОВОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Е. В. ЛУКЬЯНОВИЧ, Г. А. ЯШЕВА

In article methodical questions of an estimation of competitiveness of the goods and trade enterprises are considered. Results of an estimation of competitiveness of a trading house «Vitiаз» are submitted and recommendations for increase of his competitiveness are given

Ключевые слова: конкурентоспособность, качество, эффективность

Повышение конкурентоспособности предприятий в государственных программных документах определено как условие качественного преобразования национальной экономики. Объектом исследования являлся торговый дом (ТД) «Витязь» №1 РУПП «Витязь».

Оценка конкурентоспособности торгового предприятия осуществлялась по следующим критериям: конкурентоспособность товаров по цене, рентабельность продаж, полнота ассортимента, новизна ассортимента, удобство для покупателя, качество оформления магазина, количество средств рекламы, культура обслуживания, затраты времени на ожидание обслуживания, поток покупателей, удобство расположения магазина. Для получения обобщенной количественной оценки разноизмеримых показателей предложен балльный метод.

Конкурентоспособность телевизоров оценивалась как средневзвешенная величина (с учетом значимости) следующих критериев: диагональ, тип кинескопа, изображение, звук, функции, аудио/видео, дизайн, совместимость, срок гарантии, цена. В результате оценки конкурентоспособности товаров было установлено, что в группе телевизоров с обычным кинескопом наиболее конкурентоспособным с учетом цены оказался «Витязь» 6643-2Т. В группе телевизоров с плоским кинескопом лидером по средневзвешенной оценке качества оказался телевизор производства компании «LG». Однако с учетом цены этот телевизор оказался всего лишь на пятом месте. Победителем в группе телевизоров с плоским кинескопом оказался «Витязь» 6261 («Planit»).

В результате анализа конкурентоспособности телевизоров был сделан вывод, что РУПП «Витязь» действительно производит качественные телевизоры, обеспечивая их сервисной поддержкой. За счет применения новейших технологий, внедрения на предприятии системы менеджмента качества (ТQM) ISO 9000:2000, квалифицированных и талантливых работников собственного конструкторского бюро «Дисплей» предприятие устанавливает действительно конкурентоспособные цены на свою продукцию не только на территории Республики Беларусь, но и на территории России, что доказывают исследования, проводимые исследовательскими организациями Москвы и Санкт-Петербурга.

Оценка конкурентоспособности торговых предприятий показала, что лидером является ТД «Витязь» №3 (10, 03 балла) по таким параметрам, как полнота ассортимента, новизна ассортимента, качество оформления магазина, реклама, поток покупателей. ТД «Витязь» №1 занял второе место (8,67 балла). На третьем месте – магазин «Перспект» (7,98 балла).

Отрицательными факторами конкурентоспособности ТД «Витязь» №1 были отмечены следующие: неудобное расположение магазина и, соответственно, небольшой поток покупателей; неэффективная реклама; низкая культура обслуживания (из 60-ти баллов – всего 37 баллов); узкий ассортимент.

В целях повышения конкурентоспособности ТД «Витязь» №1 были предложены следующие мероприятия: совершенствование стимулирования труда работников (предложена оплата в проценте от товарооборота, а также система депремирования за жалобы); повышение профессиональной подготовки торгового персонала (разработана программа обучения); совершенствование предпродажного и послепродажного обслуживания покупателей (предложен комплекс дополнительных услуг); активизация рекламной кампании (разработан план-график рекламной кампании). Внедрение этих мероприятий позволит увеличить уровень конкурентоспособности ТД «Витязь» №1 на 0,65 балла.