

льону олійного, що якраз і зберігається під час традиційного збирання сільськогосподарськими машинами загального призначення: зернозбиральними комбайнами.

2. Аналіз проведених досліджень, фізичних характеристик волокнистої частини стебел соломи льону олійного за довжиною стебел свідчить про те що, в стеблах льону олійного найбільшу цінність складає середина частина, яка містить в собі максимальну частину волокон, придатних для застосування в різних сферах виробництва.

3. В результаті отриманих експериментальних досліджень доведено доцільність переробки стебел льону олійного та його можливість застосування в різних галузях промисловості.

4. В цілому в стеблах льону олійного залягає високоякісне волокно, що має товарознавчу цінність як для виробників целюлози, так і для виробників текстильних виробів із льону.

Література

1. Тіхосова Г.А. Економічна доцільність та перспективи переробки стебел льону олійного на території херсонської області / Г.А. Тіхосова, Т.М. Головенко, І.О. Меньяло // Вісник Хмельницького національного університету. - Хмельницький: ХНУ, 2011. – № 5. – С. 87–92.

2. Тіхосова Г.А. Теоретичні передумови створення інноваційної технології переробки стебел льону олійного / Г.А. Тіхосова, О.В. Князев, Т.М. Надєєва // Легка промисловість. – 2010. – № 2. – С. 27–28.

3. Тіхосова Г.А. Формування якісних характеристик волокна льону олійного в процесі вирощування / Г.А. Тіхосова, О.В. Князев, Т.М. Головенко // Проблеми легкой и текстильной промышленности Украины. – Херсон: ХНТУ, 2010. – № 1 – С. 101–106.

4. Тіхосова Г.А. Наукове обґрунтування технології та обладнання для поглибленої механічної обробки трести льону олійного / Г.А. Тіхосова, Т.М. Головенко, О.В. Князев // Вісник Хмельницького національного університету. – Хмельницький : ХНУ, 2011. – № 3. – С. 125–129.

5. Якість і стандартизація модифікованих лляних волокон : [монографія] / Кузьміна Т.О., Чурсіна Л.А., Тіхосова Г.А. ; під ред. Л.А. Чурсіної. – Херсон : Олді-плюс, 2009. – 416 с.

6. ГОСТ 28285-89. Солома льяная. Требования при заготовках; введ. –М. : Изд-во стандартов, 1990. – 22 с.

7. ДСТУ 4149:2003. Треста лляна. Технічні умови; введ. – К. : Держспоживстандарт України, 2004.–14 с.

8. Живетин В.В. Лён и его комплексное использование : [учеб. пособ.] / В.В. Живетин, Л.Н. Гинзбург, О.М. Ольшанская. – М. : Информ-знание, 2002. – 400 с.

9. Федосова Н.М. Расширение возможностей использования масличного льна / Н.М. Федосова // Проблеми легкой и текстильной промышленности Украины, 2010, № 1 (16). – С. 115–116.

10. Кукин Г.Н. Текстильное материаловедение : [учеб. для высших учебных заведений] / Г.Н. Кукин, А.Н. Соловьев. – М. : Легкая индустрия, 1964. – 380 с.

Надійшла 6.5.2012 р.

Рецензент: д.т.н. Чурсіна Л.А.

УДК 685.34.02

Г.Є. ЛОБАНОВА, В.М. ЦИМБАЛЮК, Ю.В. ПУХАЛЬСЬКА

Хмельницький національний університет

ДОСЛІДЖЕННЯ ВПЛИВУ КОНСТРУКТОРСЬКО-ТЕХНОЛОГІЧНИХ ОСОБЛИВОСТЕЙ ВЗУТТЯ НА ПСИХОЛОГІЧНУ ОЦІНКУ ЙОГО КОМФОРТНОСТІ

Стаття присвячена проблемі впливу конструкторсько-технологічних властивостей взуття на психологічну оцінку комфортності. Досліджено та теоретично обґрунтовано показники, що є вагомими для створення психологічного комфорту споживачів взуття.

The article considers the influence of design and technological properties of footwear on psychological assessment of comfort. Investigated and theoretically grounded indicators that are important factor for creating psychological comfort of consumers.

Ключові слова: психологічна комфортність, конструкторсько-технологічні особливості, споживчі вимоги, екологічна безпечність

Постановка проблеми

Якість взуття визначається широким комплексом властивостей, серед яких одні з найвагоміших є ергономічні, що обумовлюють комфортність виробу. Незалежно від впливу окремих ергономічних властивостей, у загальному підсумку вони мають забезпечувати споживачеві психологічний комфорт. Велика кількість виробників сьогодні намагається спростити процес виробництва на різних його етапах. Це призводить до зниження якості взуття і, відповідно, його комфортності. Опитування серед споживачів при

покупці взуття для визначення їх пріоритетів надзвичайно рідко проводять і в більшості випадків керуються лише напрямком моди та застарілими даними подібних соціопитувань.

Ще однією актуальною проблемою є екологічна безпека виробів, особливо це стосується внутрішньовзуттєвого простору. Оскільки в цьому випадку існує безпосередній контакт матеріалів із стопою, то при невідповідних показниках токсичності виробу на здоров'я людини здійснюється негативний вплив.

У зв'язку з цим підвищення якості вітчизняного взуття можливе при максимальному врахуванні вимог та побажань споживачів. Вирішення вищевказаних проблем комфортності взуття дозволить підвищити конкурентоспроможність виробів взуттєвої промисловості України.

Аналіз останніх досліджень і публікацій

Досвід країн з високорозвинутою економікою свідчить, що найбільш повне задоволення потреб населення досягається шляхом виявлення цільового споживача і вивчення специфіки його вимог до виробів. Орієнтація на конкретні групи населення дозволяє встановити першорівневі властивості товару і направити зусилля на їх формування. Врахування особливостей найбільш вірогідного споживача найважливіше при виготовленні виробів, розрахованих на безпосередній контакт з тілом людини, розміри і форма яких визначається розмірами і формою органів, які вони покривають. Серед таких виробів продукція взуттєвого виробництва займає особливе місце.

Зручність взуття обумовлюється великою кількістю чинників. Сучасне виготовлення взуття в основному спрямовується на створення різноманіття моделей, фасонів та кольорів. Проте у гонитві за естетичними якостями, упускаються найважливіші завдання: забезпечення споживачів взуттям, яке захищає стопу від зовнішніх впливів та є комфортним при носінні.

Аналіз різних джерел показав, що питанню підвищення комфортності приділено мало уваги, адже взуття є одним з найважливіших товарів, що випускаються легкою промисловістю України та імпортується з-за кордону. Отже, від того наскільки правильно визначено, яка кількість цих виробів залежно від орієнтації на різні статево-вікові групи та якої якості моделі повинна виробляти промисловість чи закупляти торгівля, наскільки їх асортимент конкурентоспроможний та задовольняє потреби споживачів, залежить рівень попиту, а також прибутковість підприємств [1].

В процесі експлуатації взуття захищає стопу людини від пилу, бруду, мікроорганізмів. Але водночас воно повинно бути комфортним та забезпечувати певний мікроклімат навколо стопи людини і не викликати дискомфортних відчуттів [2]. Комфортність взуття визначає загальний стан людини, а також його працездатність. Створення комфортного взуття відповідного виду і призначення є комплексною проблемою, яка залежить від вирішення завдань в області конструювання, технології і матеріалознавства [3].

Застосування у взутті масового виробництва вкладних устілок і інших вкладних пристосувань, що відносяться до ортопедичної техніки, може служити дієвим засобом для зниження локальних тисків за рахунок збільшення площі контакту стопи, тим самим підвищити комфортність опорної поверхні [4].

Незважаючи на усе різноманіття вкладних устілок, що мають плоску опорну поверхню, досягти ефекту максимального розподілу тиску стопи при її опорі не вдається. Це можливо здійснити тільки при використанні вкладних устілок з профільованою поверхнею.

Більшість фізіологічних показників якості, у тому числі і приформовуваність верху взуття до стопи, вивчена вкрай мало, відсутні прилади і методи їх кількісного виміру. Це обумовлює необхідність всестороннього дослідження, розробки нових та вдосконалення існуючих приладів і лабораторних методів їх виміру з метою забезпечення повнішої і об'єктивнішої оцінки ергономічного рівня якості взуття.

Формулювання цілі статті

Метою даної роботи є визначення факторів, які забезпечують психологічний комфорт споживачеві, а також порівняння їх з результатами опитування серед спеціалістів взуттєвої галузі для визначення та дослідження вагомих показників, дотримання яких необхідно для створення комфортного взуття.

Виклад основного матеріалу

Виготовлення комфортного взуття неможливе без статистичних даних, які складають основу для зміни конструкції, форми, застосування різних вкладних коригувань. Для цього періодично проводяться анкетування серед респондентів, щоб сприяти зростанню попиту та пропозиції [1].

З метою виявлення кількісних значень вагомості показників, які здійснюють суттєвий вплив на досягнення психічного та фізіологічного комфорту людини передбачається проведення анкетування.

Оглядом літературних джерел визначено, що для проведення подібного анкетування доцільно застосувати метод експертних оцінок, який дасть можливість представити кількісно та наочно важливість окремих показників.

Оскільки завданням роботи є визначення впливу конструкторсько-технологічних властивостей взуття на психологічну оцінку комфортності, то для досягнення найкращого результату запропоновано залучити психологів, які можуть провести психологічний аналіз та дати власні рекомендації виробникам взуття.

Для споживачів в анкеті був наведений перелік питань, якими звичайно керується споживач без врахування конкретного виду взуття. Анкета спеціаліста включала питання, що враховували фізико-механічні, гігієнічні та антропометричні властивості взуття. Питання анкет для спеціалістів та споживачів перегукувалися для забезпечення можливості виявлення найвагомішого показника, який впливає на комфортність.

Поділ експертів було проведено за статевою та віковою ознаками та за рівнем компетентності в

галузі взуттєвої промисловості (споживачі та спеціалісти). За віковою ознакою був проведений поділ лише серед споживачів. Таким чином сформували 6 груп експертів: спеціалісти – жінки та чоловіки, споживачі – чоловіки і жінки до та після 25 років. Поділ споживачів за віком обумовлений у першу чергу психологічним фактором. За результатами статистичних даних відомо, що після 25 років в людини більш чітко формуються споживчі вимоги до товарів тривалого використання, в тому числі взуття. Споживачі керуються особистою думкою, зважаючи на власний досвід. Кількість експертів у кожній групі споживачів становить 15 осіб.

Серед спеціалістів також був проведений поділ за статевою ознакою. Але такий поділ умовний, оскільки компетентна в даній галузі людина має керуватись набутими знаннями, незважаючи на стать. Кількість експертів у групах спеціалістів становить: група чоловіків-спеціалістів – 20 осіб, група жінок-спеціалістів – 40 осіб.

Експерти присвоїли показникам ранги від 1 до 5. Така рангова класифікація пояснюється психологічним підходом до питання, яке розглядається. Звичайно чим дрібніша градація, тим точніші результати. Але в даному випадку проведено поділ показників, приведених в анкеті, на 5 класів, які в повному обсязі відображають пріоритети споживачів. Оскільки до кожного класу експерти відносили по декілька показників, тому їм присвоювалися однакові ранги.

В якості основних критеріїв комфортності запропоновано перелік показників, представлений у таблиці 1.

Проведено опитування усіх респондентів та здійснено статистично-математичну обробку отриманих даних, яка у психології базується на статистиці. Як і всі галузі знань, статистика оперує власними, специфічними поняттями.

Обробка експертних оцінок полягає у виявленні ступеня узгодженості думок експертів, підрахунку зведених характеристик опитування групи експертів, визначенні коефіцієнтів вагомості (значущості) окремих показників якості і розміщенні їх у певній ієрархічній послідовності.

У результаті проведення розрахунків та аналізу отриманих даних виявлено, що найбільш вагомими показниками для споживачів при оцінці комфортного взуття є абсолютна відповідність розміру та повноти взуття, природність матеріалу для його виготовлення, конструкція взуття, відома торгова марка, відповідність моді, актуальний у сезоні колір, належність до певного стилю, гнучкість взуття, спосіб кріплення підошви, форма носкової частини та наявність профільованої вкладної устілки.

Для спеціалістів найбільш вагомими при оцінці комфортного взуття є наступні показники: взуття з натурального матеріалу, матеріал верху з високими вологозахисними властивостями, матеріал верху з високими вологообмінними властивостями, гнучкість взуття, абсолютна (повна) відповідність розміру і повноти взуття, взуття з високою опорною комфортністю та конструкція взуття.

Таблиця 1

Перелік питань для анкети

| споживачів | спеціалістів |
|--|--|
| 1 - відома торгова марка X_1 ; | 1 - оптимальна маса взуття Y_1 ; |
| 2 - взуття вітчизняного виробника X_2 ; | 2 - висота піднятості п'яткової частини Y_2 ; |
| 3 - відповідність моді X_3 ; | 3 - взуття з натурального матеріалу Y_3 ; |
| 4 - актуальність кольору у сезоні X_4 ; | 4 - матеріал верху з високими теплозахисними властивостями Y_4 ; |
| 5 - належність до певного стилю X_5 ; | 5 - матеріал верху з високими вологозахисними властивостями Y_5 ; |
| 6 - висота піднятості п'яткової частини X_6 ; | 6 - матеріал верху з високими вологообмінними властивостями Y_6 ; |
| 7 - абсолютна відповідність розміру і повноти взуття X_7 ; | 7 - еластичність матеріалу верху Y_7 ; |
| 8 - декоративне оздоблення X_8 ; | 8 - гнучкість взуття Y_8 ; |
| 9 - взуття з натурального матеріалу X_9 ; | 9 - спосіб кріплення підошви Y_9 ; |
| 10 - конструкція верху взуття X_{10} ; | 10 - абсолютна (повна) відповідність розміру і повноти взуття Y_{10} ; |
| 11 - еластичність матеріалу верху X_{11} ; | 11 - взуття з високою опорною комфортністю Y_{11} ; |
| 12 - гнучкість взуття X_{12} ; | 12 - конструкція взуття Y_{12} . |
| 13 - спосіб кріплення на носі X_{13} ; | |
| 14 - спосіб кріплення підошви X_{14} ; | |
| 15 - форма носкової частини X_{15} ; | |
| 16 - наявність профільованої вкладної устілки X_{16} . | |

Для більш наочного зображення пріоритетів першої і другої груп споживачів при оцінці комфортного взуття використано графічний метод (рис. 1).

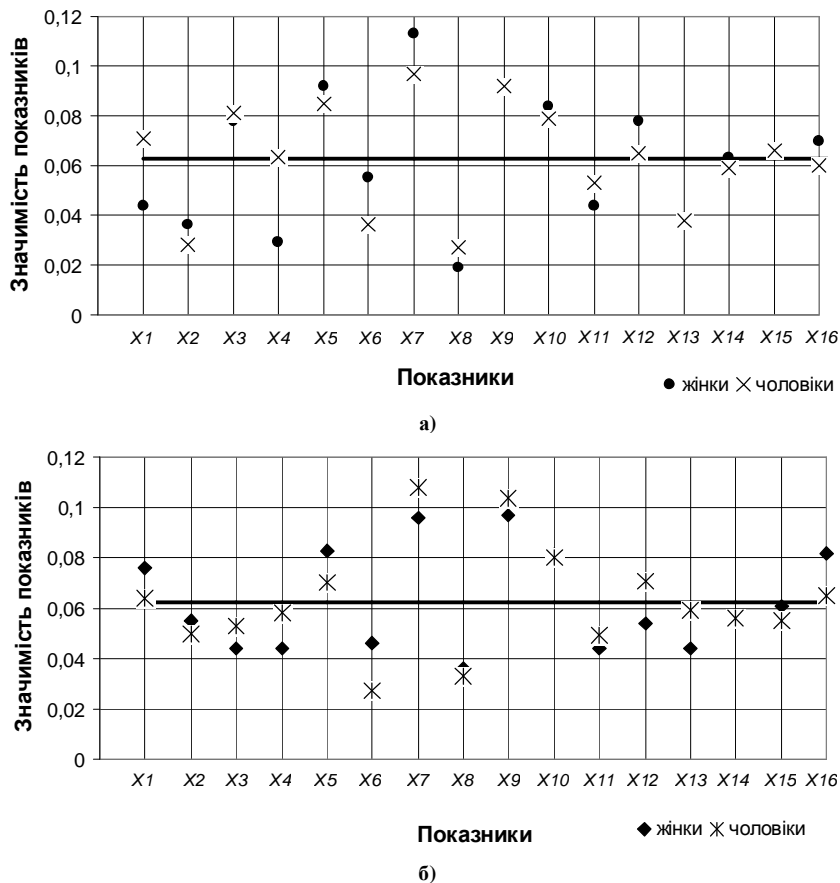


Рис. 1. Розподіл рангових оцінок при оцінці комфортності взуття групами споживачів:
 а – жінки і чоловіки віком до 25 років;
 б – жінки і чоловіки віком після 25 років.

Отримані результати показали, що антропометрична характеристика “абсолютна відповідність розміру та повноти взуття” є найбільш вагомою, в той час як показник “декоративне оздоблення” виявився найменш вагомим. Цікавим фактом є те, що для даної групи експертів малозначимим показником є належність взуття до відомої торгової марки, хоча більшість результатів опитувань свідчить, що належність взуття до відомого бренду є одним із факторів, яким керуються жінки, особливо молодшого віку, при здійсненні покупки взуття.

Аналіз розподілу рангових оцінок при оцінці комфортного взуття чоловіками-споживачами віком до 25 років (рис. 1,а) свідчить, що дана група споживачів надає перевагу і вважає суттєвими при формуванні образу комфортного взуття наступні показники: відома торгова марка, відповідність моді, актуальність у сезоні кольору, стиль взуття, абсолютна відповідність розміру та повноти взуття, натуральний матеріал верху, конструкція верху взуття, гнучкість взуття, спосіб кріплення підошви. Для цієї групи споживачів характерна наявність більшої кількості показників, функцією яких є забезпечення споживчих вимог на психологічному рівні – бренд взуття, актуальність у сезоні кольору взуття, відповідність моді, стиль взуття.

Антропометричні вимоги до взуттєвого виробу забезпечують еластичність матеріалу верху та абсолютна відповідність розміру та повноти взуття.

Проведене опитування свідчить, що чоловіки вважають важливими гігієнічні показники, які забезпечуються властивостями взуттєвих матеріалів для деталей. Натуральний матеріал або матеріал, який має високі показники волого- та паропроникності, забезпечать стопі відчуття комфорту.

Для першої та другої групи експертів-споживачів найважливішим виявився антропометричний показник, який забезпечується відповідністю форми та об'єму колодки формі та розмірам стопи на етапі проектування взуттєвих колодок.

У результаті проведення опитування серед групи експертів-жінок віком після 25 років встановлено, що ця група споживачів висловлює більш чітко та конкретно вимоги при оцінці комфортного взуття (рис. 1,б).

Вагомими для даної групи встановлені наступні показники: відома торгова марка, належність до певного стилю, абсолютна відповідність розміру і повноти взуття, натуральний матеріал, конструкція верху взуття, наявність профільованої вкладної устілки.

Проте виявилось, що для цієї групи найважливішим критерієм при виборі взуття є природність матеріалу, тобто, застосування для основних деталей верху та низу взуття натуральної шкіри або текстильних матеріалів із натуральних волокон. Показник “абсолютна відповідність розміру та повноти взуття”, займає другу позицію за вагомістю.

З аналізу результатів обробки відповідей при опитуванні останньої групи споживачів (чоловіки

віком після 25 років) видно, що найвагомим показником для даної групи є показник, який забезпечує відповідність антропометричним вимогам – це абсолютна відповідність розміру та повноти взуття (рис. 1,б).

Перелік показників, які за результатами статистичної обробки даних, виявлені як вагомими для групи експертів – споживачів-чоловіків віком після 25 років: відома торгова марка, належність до певного стилю, абсолютна відповідність розміру і повноти взуття, натуральний матеріал, конструкція верху взуття, гнучкість взуття, наявність профільованої вкладної устілки.

Отже, проаналізувавши наведений вище рисунок 1, можна стверджувати, що серед вагомих показників порівняно до попередньої групи експертів має місце ще один показник – гнучкість взуття.

Для того, щоб наглядно оцінити, що є спільного та відмінного серед чотирьох груп експертів-споживачів, розглянемо рисунок 2.

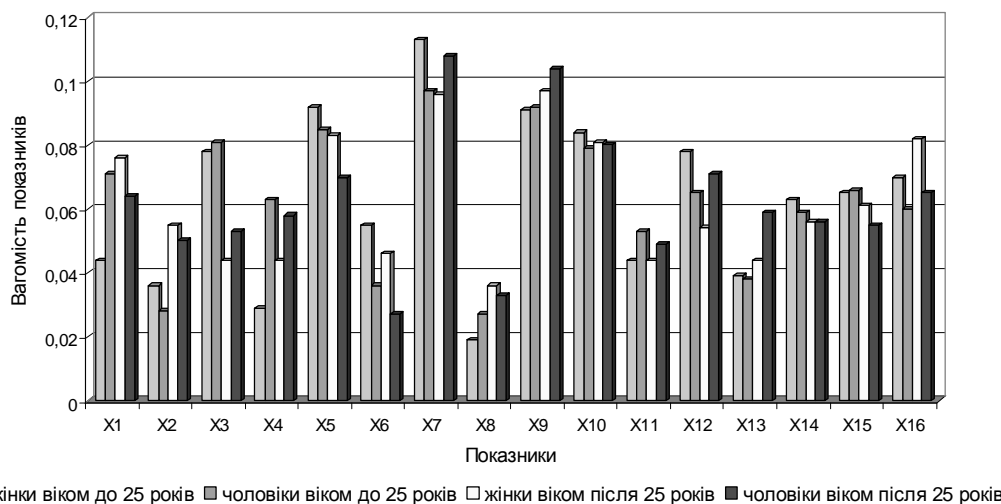


Рис. 2. Підсумковий розподіл рангових оцінок при оцінці споживачами комфортності взуття

Як видно із суміщених підсумкових графіків, серед усіх груп споживачів найвагомим показником виявлено показник – абсолютна відповідність розміру та повноти взуття, а найменш вагомим показник – декоративне оздоблення виробу. Тобто, незважаючи на існуючі класифікації та моделі споживчих вимог взуття, психологічний комфорт досягається за рахунок фізіологічного.

Таблиця 3

Підсумкові результати визначення показників комфортності

| Показники | Групи експертів | | | | Середнє арифметичне значення показника \bar{I}_i |
|--|---|----------------------------|----------------------------|-------------------------------|--|
| | Жінки віком до 25 років | Чоловіки віком до 25 років | Жінки віком після 25 років | Чоловіки віком після 25 років | |
| | Коефіцієнти вагомості значущих показників I_i | | | | |
| Відома торгова марки | – | 0,101 | 0,147 | 0,115 | 0,091 |
| Вітчизняний виробник взуття | – | – | – | – | 0 |
| Відповідність моді | 0,106 | 0,116 | – | – | 0,056 |
| Актуальний у сезоні колір взуття | – | 0,09 | – | – | 0,023 |
| Належність до певного стилю | 0,126 | 0,121 | 0,161 | 0,125 | 0,133 |
| Висота піднятості п'яткової частини | – | – | – | – | 0 |
| Абсолютна (повна) відповідність розміру і повноти взуття | 0,153 | 0,138 | 0,187 | 0,191 | 0,167 |
| Декоративне оздоблення | – | – | – | – | 0 |
| Натуральний матеріал | 0,123 | 0,132 | 0,188 | 0,185 | 0,157 |
| Конструкція верху взуття | 0,115 | 0,113 | 0,156 | 0,142 | 0,132 |
| Еластичність матеріалу верху | – | – | – | – | 0 |
| Гнучкість взуття | 0,107 | 0,093 | – | 0,127 | 0,082 |
| Спосіб кріплення на нозі | – | – | – | – | 0 |
| Форма носкової частини | 0,086 | – | – | – | 0,022 |
| Спосіб кріплення підошви | 0,088 | 0,094 | – | – | 0,046 |
| Наявність профільованої вкладної устілки | 0,095 | – | 0,160 | 0,115 | 0,093 |

Аналіз підсумків усіх отриманих даних при обробці результатів опитування груп експертів-споживачів (табл. 1) показав, що група споживачів обрала найвагомими показниками взуття певного стилю, абсолютну відповідність розміру і повноти взуття, натуральний матеріал верху та вид матеріалу.

Отже при виготовленні взуття необхідно робити акцент саме на такі параметри, які в майбутньому забезпечать високий попит.

Для обох груп експертів-спеціалістів розрахунки виконані аналогічно і результати представлені на рисунку 3. Як видно, вагомими є показники: матеріал верху, вологозахисні та вологообмінні властивості матеріалів верху, гнучкість взуття, абсолютна відповідність розміру та повноти взуття, опорна комфортність та дотримання вимог виконання технологічного процесу. Для обох груп показники однакові. Це свідчить про те, що компетентність спеціаліста не залежить від статевої ознаки.

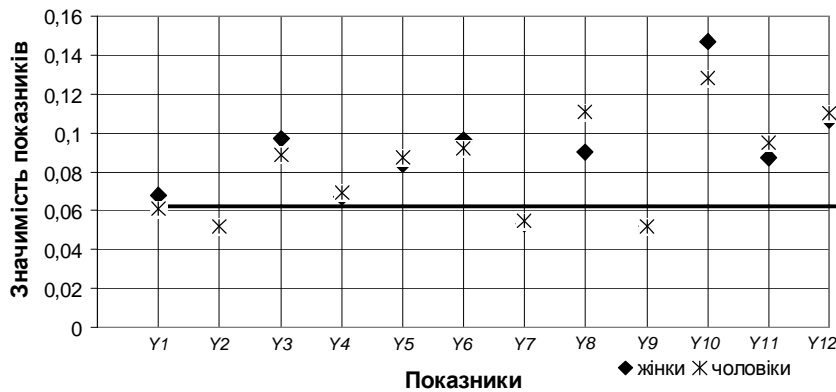


Рис. 3. Розподіл рангових оцінок при оцінці комфортності взуття (спеціалісти-чоловіки та спеціалісти-жінки)

Аналізуючи рисунок 3, можна зробити висновок, що найвагомим показником на думку експертів-спеціалістів є абсолютна відповідність розміру та повноти взуття стопі людини, яка носить взуття.

Показники, що мають найбільший коефіцієнт вагомості та невагомості показники у загальному підсумку для усієї групи експертів-спеціалістів представлені в таблиці 3.

Таблиця 2

Підсумкові результати визначення показників комфортності

| Показники | Групи експертів | | Середнє арифметичне значення показника \bar{I}_i |
|--|-----------------|-------|--|
| | Спеціалісти | | |
| | Чоловіки | Жінки | |
| Оптимальна маса взуття | – | – | 0 |
| Висота піднятості п'яткової частини | – | – | 0 |
| Взуття з натурального матеріалу | 0,125 | 0,138 | 0,132 |
| Матеріал верху з високими теплозахисними властивостями | – | – | 0 |
| Матеріал верху з високими вологозахисними властивостями | 0,122 | 0,117 | 0,120 |
| Матеріал верху з високими вологообмінними властивостями | 0,129 | 0,135 | 0,132 |
| Еластичність матеріалу верху | – | – | 0 |
| Гнучкість взуття | 0,156 | 0,127 | 0,142 |
| Спосіб кріплення підошви | – | – | 0 |
| Абсолютна (повна) відповідність розміру і повноти взуття | 0,18 | 0,208 | 0,194 |
| Взуття з високою опорною комфортністю | 0,134 | 0,122 | 0,128 |
| Конструкція взуття | 0,154 | 0,152 | 0,153 |

Дані таблиці 3 свідчать про те, що спеціалісти взуттєвої галузі однаково обрала значимі показники, серед яких три показники, які збігаються з обраними споживачами. Найбільше середнє арифметичне значення коефіцієнта вагомості у показника “абсолютна відповідність розміру і повноти взуття”.

Не існує ні вікових, ні гендерних відмінностей в показниках “абсолютна (повна) відповідність розміру і повноти взуття” і “натуральний матеріал для виготовлення взуття”.

Висновки

Таким чином, в результаті проведених досліджень, визначено основні показники, які формують комфортне взуття на думку споживачів та спеціалістів.

Отже, найменш залежні від вікових змін у психологічному сприйнятті комфортності взуття споживачами є наступні показники: “декоративне оздоблення взуття”, “конструкція верху взуття”, “форма носкової частини (заокруглена, овальна, загострена, квадратна тощо)”, “спосіб кріплення підошви

(пришивання, приклеювання тощо)».

Не залежні від гендерних ознак у психологічному сприйнятті комфортності взуття споживачами є наступні показники: “декоративне оздоблення”, “конструкція верху взуття”, “еластичний матеріал верху”, “відома торгова марка взуття”, “форма носкової частини (заокруглена, овальна, загострена, квадратна тощо)”, “наявність профільованої вкладної устілки”.

На основі проведених досліджень здійснено психологічний аналіз отриманих результатів та проведено порівняння показників за гендерною та віковою ознаками. Розробникам нових моделей взуття пропонується прийняти до уваги основні параметри, при яких психологічне сприйняття споживачів суттєво та значимо відрізняється від оцінки фахівцями-експертами, що, за результатами дослідження, може сприяти маркетинговому успіху продукції на ринку.

Література

1. Иванов М.Н. Влияние конструктивно-технологических характеристик обуви на ее потребительскую оценку / М.Н. Иванов, Н.А. Голубева, Ю.Н. Гнездилов // Кожевенно-обувная пром-сть. – 2000. – № 5. – С. 32-33.

2. Фордзюн Ю.І. Дослідження потовиділення стопи людини в системі стопа-взуття зовнішнє середовище для забезпечення гігієнічних вимог до взуттєвих матеріалів / Ю.І. Фордзюн, Т.Т. Рейс, К.М. Довжаніна // Вісник КНУТД. – 2008. – № 5. – С. 27-30.

3. Взуття. Номенклатура показників якості : ДСТУ 3485. – Чинний від 1998-01-01. – К.: Державний комітет стандартизації, метрології та сертифікації України, 2000. – 16 с. – Національний стандарт України.

4. Лыба В.П. Теория и практика проектирования комфортной обуви : дис. ... доктора техн. наук : 05.19.06 / Лыба Владимир Петрович. – М., 1996. – 314 с.

Надійшла 14.5.2012 р.
Рецензент: д.т.н. Лыба В.П.

УДК 677.024.001.5

О.В. ЧЕПЕЛЮК, О.В. ЯКИМЧУК
Херсонський національний технічний університет

ЕСТЕТИЧНО-ТЕХНОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ПРОЕКТУВАННЯ ТКАНИНИ ДЛЯ ВИРОБІВ ЗІ СКЛАДЧАТИМИ ПОВЕРХНЯМИ

Запропоновані параметри тканини з перемінною структурою для виготовлення виробів зі складками, що дозволяють покращити естетичні та експлуатаційні властивості готового швейного виробу.

Parameters of fabric with a variable structure for making of wares with folds, that allows promoting aesthetic and operating internals of sewing finish product, are offered.

Ключові слова: естетичні властивості, вироби зі складками, ритмічний ряд, метричний ряд, тканина з перемінною структурою.

Постановка проблеми

Для головного технолога ткацького виробництва дуже важливо прийняти правильне рішення про раціональний варіант технологічного плану вироблення заданого артикула тканини. Мода є однією з найбільш швидко змінюваних галузей діяльності людини. Кожен сезон втілює нові ідеї в структури, кольорові рішення та види опорядкування тканин. Причому, тенденції розробляються на декілька років вперед і підприємство здатне залишитися в «обоймі» тільки за умови випуску на ринок тканин з урахуванням рекомендацій дизайнерів задовго ПЕРЕД початком сезону, адже, швейним виробництвом потрібний час для проектування моделей одягу із запропонованих зразків тканин. Прикро, що технологи ткацького виробництва та десинатори на сьогоднішній день дуже часто працюють, керуючись застарілими стандартами та необ'єктивною думкою маркетологів, які частіше за все пропонують виготовляти ті тканини, що користуються попитом в теперішній момент. Це призводить до тупцювання на одному місці ткацьких виробництв та втрати конкурентоспроможності вітчизняних тканин.

Ще одним дуже важливим і прикритим є той факт, що на сьогоднішній день немає узгодженості між технологами ткацького та швейного виробництв, які працюють в різних руслах без спільної мети і навіть не здогадуються про бажання та можливості одне одного. Творчих тандемів десинаторів та художників-модельєрів в Україні існують одиниці. Наприклад, надихають одне одного на створення нових функціональних ексклюзивних тканин та моделей одягу художник-десинатор та модельєри ЗАТ «Едельвіка» (м. Луцьк).

Отже, на сьогоднішній день необхідними є розробки перспективних технологій проектування тканин із врахуванням естетичних та ергономічних властивостей майбутнього швейного виробу.

Аналіз останніх досліджень та публікацій

Актуальним завданням науковців-технологів ткацького виробництва є розроблення технологій, що