

УДК 688.35

**АНАЛІЗ АСОРТИМЕНТУ МОЛОДІЖНИХ СУМОК  
З МЕТОЮ УНІФІКАЦІЇ КОРПУСІВ ВИРОБІВ**

I.T. СОЛТИК, С.М. ПЛАХОТНЮК  
Хмельницький національний університет

З кожним роком шкіргалантерейна промисловість набирає обертів і на сьогоднішній день відіграє значну роль в житті людей. Широкою популярністю користуються сумки різноманітної форми, кольору, матеріалу. Якщо проаналізувати модні на сьогоднішній день конструкції сумок, то можна помітити тенденцію наближення їх корпусів до певних геометричних форм, а саме: прямокутник, трапеція, коло. За рахунок використання принципів уніфікації корпусів виробів можна зменшити кількість різаків деталей, що призведе до економії матеріалів та зменшення роботи для конструкторів, таким чином відбуватиметься заощадження ресурсів підприємства. Розробляючи однакові за формою та розміром сумки, конструктор чи модельєр за допомогою акцентів (підвіски, хутро, кісточки, бахрома, колір, фактура, матеріал та ін.) зможе змінювати їх зовнішній вигляд. Метою наших досліджень є аналіз асортименту найпоширеніших на сьогоднішній день форм та розмірів молодіжних сумок та встановлення уніфікованого ряду корпусів цих виробів.

Уніфікація – це заміна деталей одного і того ж призначення оптимальною, відносно невеликою кількістю найбільш раціональних видів [1]. Уніфікація сприяє зменшенню трудомісткості і підвищенню продуктивності праці, створює найкращі умови для використання засобів виробництва.

У шкіргалантерейній промисловості використовують такі методи уніфікації [1, 2]:

1 – Розробка нових моделей на одній конструктивній (базовій конструкції) шляхом уніфікації корпусу виробу. Сутність цього методу полягає у створенні серії з 4-5 моделей, які розроблені на одній конструктивній основі. Всі моделі серії мають один і той же розмір, що і базова конструкція, тобто корпус кожної моделі розкривається тими ж лекалами, що і корпус базового виробу. Зовнішня різноманітність виробів у серії досягається шляхом використання різних конструкцій ручок і їх методів кріплення, наявності кишень, накладок, різних способів оздоблення, різної фурнітури.

2 – Уніфікація додаткових деталей (ручок, кишень, накладних петель та інших деталей). Ця уніфікація сприяє скороченню часу на моделювання цих деталей; не потребує зміни обладнання, оснастки і технології; підвищує продуктивність праці.

3 – Уніфікація фурнітури (рамочні і клапанні замки, рукоутримувачі та ін.)

Уніфікація є необхідною в даний фінансово скрутний для країни час, так як головною її метою є економія для підприємств.

Перший метод уніфікації є найбільш ефективним, оскільки за рахунок уніфікації корпусів сумок підприємство буде заощаджувати на різниках, матеріалах, робочій силі.

Дослідження відбувалися наступним чином. Серед опитаних молодих жінок, складала статистику згідно їхніх вподобань у виборі сумок. На основі цих результатів відбувався аналіз асортименту найбільш популярних форм, кольорів, способів закривання, жорсткості і розмірів сумок.

Оскільки наші дослідження спрямовані на уніфікацію корпусів молодіжних сумок, то нашими респондентами виступали молоді жінки віком 18-30 років. Тому для збирання необхідної нам інформації було доцільно застосувати не лише анкетування, але й онлайн-опитування в соціальних мережах Instagram та Facebook. Проведено онлайн-опитування із зображеннями різних конструкцій сумок, респондентам потрібно було просто вказати номер рисунка, на якому була модель, що сподобалась найбільше.

Переваги досліджень в Інтернеті, пов'язані з управлінням і контролем, визначаються наступними факторами: 1) сувора логіка проведення опитування. Дотримується черговість переходів від питання до питання: наступне питання не може бути задане, якщо не отримано відповіді на попереднє; 2) контроль за ходом заповнення анкети. Інтернет надає досліднику додаткові можливості програмного контролю над заповненням анкети. Стає можливим виявлення логічних протиріч у відповідях респондента і їх виправлення, рішення проблеми неповних відповідей.

В процесі анкетування і опитування були отримані дані, щодо вподобань конструкцій різних сумок молодими жінками. Проведений аналіз асортименту молодіжних сумок показав, що 58% опитаних респондентів обрали середні за розміром виробу, 30% – малі, 12% – великі.

Статистика вподобань щодо способу закривання сумок наступна: 58% респондентів надають перевагу застібці «блискавка», 39% – з клапаном, 3% – рамковому замку, жодного голосу за відкриті сумки.

Щодо геометричної форми корпусів сумок, то 60% воліють мати у своєму гардеробі прямокутні сумки, 20% – квадратні, 10% – трапецієподібні, 4% – круглі.

Таким чином, методом соціологічних опитувань було проведено анкетування осіб жіночої статі віком 18-30 років. За результатами проведених опитувань молодих жінок було визначено асортимент молодіжних сумок для подальшого проектування. Галузь застосування проведених нами досліджень – це підприємства, які спеціалізуються на виготовленні жіночих сумок.

### Література

1. Якімова Г. П. Проектування та виготовлення шкіргалантерейних і лимарних виробів / Т. М. Садовнікова, Р.В. Росул. – Навчальний посібник. – К.: Кондор, 2010. – 216 с.
2. Николаева Ж. Б. Моделирование кожгалантерейных изделий / С. Н. Темкин, Н. Н. Шаповалова. – Учебник для вузов. – М.: Легкая индустрия, 1975. – 240 с.