

Лекція 1. Завдання конфекціювання матеріалів

Зміст

1. Загальні відомості про матеріали.
2. Основні поняття та визначення.
3. Завдання конфекціювання матеріалів.

1. Матеріали для виготовлення одягу можна розділити на дві групи: *текстильні* і *нетекстильні*.

Текстильні матеріали – це прядені, ткані та в'язані та інші вироби: тканини, трикотажні і неткані полотна, пряжа і нитки, штучна шкіра і штучне хутро, а також комплексні матеріали, які являють собою поєднання різних видів текстильних і не текстильних матеріалів. Асортимент текстильних матеріалів для одягу включає полотна, виготовлені із натуральної (льон, бавовна, вовна, натуральний шовк), штучної (віскозне, полінозне, ацетатне, силонове і т.п.), синтетичної (лавсан, капрон, анід, нітрон і н.) сировини і із суміші вищезгаданих компонентів. Сировинний склад, його різноманітність, структура текстильних полотен визначають їх різнопланові властивості, такі як механічні, фізичні, геометричні, формовочну здатність і зносостійкість, що необхідно враховувати при підборі пакета матеріалів для одягу, її виготовлення і експлуатації. Крім того, асортимент текстильних матеріалів включає і скріплюючі матеріали, наприклад, швейні нитки. *Нетекстильні матеріали* – це натуральні хутро, шкіра, плівкові матеріали, різноманітна фурнітура і інші вироби, асортимент і властивості яких також необхідно враховувати при підборі їх для одягу, при його виготовленні і експлуатації. Більше 90% всього об'єму різних видів матеріалів для одягу займають текстильні вироби.

2. Асортимент (франц. *assortiment* – набір, підбір) – перелік або підбір матеріалів, товарів за видами, найменуванням, призначенням, сортом і видом сировини. Термінологія, що застосовується для позначення тканин, трикотажних і нетканих полотен і інших матеріалів для одягу, дуже різноманітна. Наприклад, тканини класичного асортименту носять традиційні назви, які відображають виробничі (сукно), структурні (креп, діагональ) ознаки

цих тканин, інколи фамільні (батист, жакард) або географічні (бостон, дамаст). Ці назви надовго закріпились в промисловій і торговій практиці. Назви, які присвоюють новим тканинам, характеризують в одних випадках їх вузьке призначення (тканина платтяна, тканина пальтова), а в інших випадках особливості виготовлення (полотно пістряве, тканина жакардова). Для позначення різновидностей тканин до загальної назви додають доповнення символічного або абстрактного характеру (платтяна тканина «Чародійка», драп «Прометей»).

Артикул (лат. *Articulus* – частина) – тип виробу, товару, умовний номер (або позначення), яке присвоюють певному матеріалу, який відрізняється від інших аналогічних матеріалів хоча би одним показником структури, або властивостями (товщиною ниток, щільністю, видом оздоблення, видом переплетення).

Конфекція (нім. *konfektion* – виготовлення) – готовий одяг, білизна, предмети першої необхідності: сорочки, брюки, светри і ін. вироби масового виробництва.

Конфекціювання – правильний, науково обґрунтований підбір матеріалів для виробу або пакета одягу з врахуванням їх властивостей, сучасного напрямку моди і особливостей технологічного процесу швейного виробництва. Цей підбір ґрунтується на знаннях властивостей матеріалів і вмінні використовувати їх для досягнення певного зовнішнього ефекту одягу із заданими властивостями, які забезпечують комфорт, зручність, певну довговічність, зносостійкість.

Пакет одягу – сукупність виробів, що надягаються людиною одночасно для захисту від несприятливих кліматичних дій, виконує не тільки захисні і утилітарні, але і естетичні функції. Включає комплекс предметів: корсетні вироби, білизну, легке плаття і верхній одяг, головні убори, панчохи, рукавички.

Пакет швейного виробу – матеріали, які входять до багат шарових видів одягу, такі як пальто костюми, плащі, куртки і т.п. Наприклад, пакет матеріалів чоловічого і жіночого пальта складається з двох і більше шарів: матеріал верху і підкладка; матеріал верху, підкладка і прокладка; матеріал верху, утеплююча прокладка, підкладка; матеріал верху, прокладка, утеплююча прокладка, підкладка і ін. поєднання. Підбір матеріалів для пакета виконують з

врахуванням властивостей і вимог, які висувають до конкретного виду виробу.

Якість продукції за державними стандартами визначається як сукупність властивостей продукції, що визначають її придатність задовольняти певні вимоги споживачів у відповідності з її призначенням. **Якість матеріалів для одягу** визначається за державними стандартами або іншою нормативно - технічною документацією, оцінюється показниками якості і характеризується сортом. **Показник якості** – кількісний вираз характеристики властивостей продукції, які входять до складу її якості, розглядаючи відповідно до певних умов її виготовлення, експлуатації або споживання (наприклад, повітропроникність платтяних тканин повинна бути не менше $100 \text{ дм}^3/\text{м}^2$; гігроскопічність –7–14%). Якість оцінюють сукупністю показників тих або інших властивостей, які в залежності від призначення тканини, умов її експлуатації, виду волокнистого складу, будови можуть бути різними і можуть мати більші або менші значення. Так, повітропроникність для платтяних і білизняних тканин має більше значення ніж для пальтових і плащових.

Номенклатура показників якості – перелік основних показників якості, необхідних для правильної оцінки якості продукції. Зазвичай визначається класом, видом продукції і її призначенням.

Маркетинг (англ. marketing від market – ринок, збут) – здійснення відповідними кампаніями системи заходів по вивченню ринку і активної дії на споживчий попит з метою розширення збуту вироблених товарів.

3. Основним завданням конфекціювання матеріалів є отримання одягу високої якості, конкурентноспроможного в умовах ринкових відносин. Для досягнення мети ставляться завдання із задоволення попиту всіх груп населення на дитячий, молодіжний одяг, одяг для людей старшого і літнього віку, при цьому береться до уваги зростаюча диференціація вимог покупця до одягу залежно від його соціального стану, професійної приналежності, рівня прибутків та інших інтересів. Першорядна роль в конфекціюванні належить правильному і обґрунтованому вибору матеріалів для конкретного виробу. При цьому передбачається комплексне вирішення проблеми раціонального і правильного вибору матеріалів для пакета, яке

забезпечується знанням асортименту та властивостей матеріалів, вимог до одягу. Одяг є багатошаровим і багатокомпонентним виробом, що складається з основних і допоміжних (але не другорядних) матеріалів. У пакет виробу зазвичай входять - покривний, підкладковий, прокладкові матеріали, фурнітура, оздоблювальні та скріплювальні вироби. Властивості кожного з комплектуючих матеріалів мають бути враховані і обґрунтовані багатьма вимогами до їх якості, взаємозв'язані в системі "людина – одяг – навколишнє середовище". **Взаємозв'язок цієї системи встановлюється:**

- призначенням (для чого призначений одяг – для повсякденного ношення, спорту, праці, урочистих подій і т.п.);
- адресатом (для кого призначений одяг – з урахуванням статево-вікових ознак та індивідуальних особливостей споживачів);
- видом матеріалу (з чого буде виготовлений одяг – тканина, трикотаж, хутро, шкіра та ін.);
- якістю матеріалу (структура, товщина, поверхнева щільність, колористичне рішення, туше і т.д.);
- навколишнім середовищем (кліматичні умови, сезонність, предметне середовище).

Процес конфекціювання включає такі етапи:

- встановлення класу і виду одягу, вибір конкретного виробу;
- встановлення вимог до обраного виробу;
- встановлення вимог до матеріалів, які комплектують виріб;
- конфекційний підбір пакета матеріалів для конкретного виробу.

При цьому необхідно враховувати як різноманітність асортименту матеріалів для самого одягу, так і широкий асортимент самого одягу, а також властивості матеріалів.