

продукции. Организация и проведение экспертной оценки качества продукции. 6. В а р к о в е ц к и й М.М. Количественное измерение качества продукции в текстильной промышленности. — М., 1976. — 104 с.

УДК 677.064

Г.А. ГЕРАСИМЧИК, канд. техн. наук

Т.Ф. ИКОН, Г.Л. ШИНКАРЕВ

НАМСРАЙН ДОЛГОРЖА

НЕКОТОРЫЕ ВОПРОСЫ УХОДА ЗА КОВРОВЫМИ ИЗДЕЛИЯМИ

В настоящее время все больше внимания уделяется не только повышению качества ковровых изделий, но и их сохранению. Учитывая, что ковровые изделия в большинстве своем рассчитаны на длительный срок службы, их хранение приобретает первостепенное значение, особенно на стадии эксплуатации.

Большую роль в этом вопросе играет информированность покупателей ковровых изделий. К сожалению, имеющаяся в настоящее время явно недостаточная информация не позволяет должным образом решать насущные вопросы по уходу за ковровыми изделиями.

С целью определения уровня качества и разработки более рациональных правил эксплуатации ковровых изделий нами была разработана анкета и проведен социологический опрос покупателей и специалистов. Анкета состояла из 15 вопросов, к которым были даны варианты предполагаемых ответов (от 1 до 11). Анкетирование проводилось в 1987 и 1988 г. в специализированных магазинах или отделах ковровых изделий Минска, Гродно и Новополоцка. Было опрошено 250 покупателей и работников торговли.

Приводим основные результаты проведенных исследований. В первом вопросе анкеты требовалось указать пять-шесть наиболее часто встречающихся пороков в ковровых изделиях, имеющихся у анкетированных. Давая ответы на этот вопрос, 16,2 % опрошенных назвали "неровный ворс", 12,7 — "неровная кромка", 11,5 — "пятна", 11,0 — "заломы", 9,2 — "близны", 8,9 % — "шплинг". Всего на долю этих шести наиболее часто встречающихся пороков (из 11 указанных в вопросе) пришлось 69,5 %. Очевидно, что ковровой промышленности в первую очередь следует обратить внимание на эти пороки.

На вопрос о том, какие причины наиболее часто приводят к ухудшению свойств и порче ковровых изделий, 18,8 % опрошенных назвали моль, 13,9 — пыль и грязь. 13 % покупателей указали на отрицательное действие влаги, сырости, плесени, 12,7 — на неправильный уход. К ухудшению свойств ковровых изделий, по мнению 10 % покупателей, приводит чистка их пылесосом, также действие светопогоды — 9 %. На долю этих шести факторов как ухудшающих ковровые изделия приходится 87 %.

Особый интерес для покупателей представляет уход за ковровыми изделиями. На вопрос анкеты: "Какие способы ухода за ковровыми изделиями чаще всего применяете?" 20,5 % опрошенных основным способом ухода считают уборку веником и щеткой, 19,5 % — пылесосом, 16,5 % — ковровыми

кой и снегом. Значительная часть владельцев ковровых изделий прибегает к их просушиванию на воздухе — 10,6 %. На остальные шесть способов ухода, указанных в третьем вопросе анкеты, приходится всего лишь 33 % внимания домохозяек. Правда, в последнее время население все больше и больше пользуется услугами химчистки и производит антимолевою обработку.

Из анкеты видно, что основным способом борьбы с молью владельцы ковровых изделий считают "чистку снегом на морозе" (32 %) и "просушивание на воздухе" (31 %). Это традиционные старые способы, но их широко применяют и поныне, наверно, потому, что с их помощью ковры одновременно достаточно качественно очищаются от пыли и обновляется их рисунок. Все меньше и меньше владельцев ковровых изделий (6,3 %) прибегают к защите их от моли с помощью такого традиционного средства, как нафталин, 12,5 % прибегают к антимолевой обработке ковров, 11 % покупателей никак не защищают ковры от моли.

Интересны ответы покупателей относительно частоты применения отдельных способов ухода за ковровыми изделиями. Данные опроса показывают, что основным сроком уборки ковровых изделий, видимо и помещений, является срок "один раз в неделю". В пользу этого срока, с нашей точки зрения тоже наиболее рационального, высказалось 25 % опрошенных. Скорее всего, это каждая суббота или воскресенье — выходные дни. 19 % опрошенных убирают ковры 2—3 раза в неделю (тоже хорошо, видимо), 12 % — ежедневно. На долю этих трех сроков ухода приходится 56 %, скорее всего их можно рекомендовать в качестве основных. Однако среди ответов есть и такие: "Один раз в две недели" — 6,7 %, "Один раз в месяц" — 8,6, "Один раз в три месяца" — 4,8, "Один раз в шесть месяцев" — 7,7, "Один раз в год" — 8,9 и даже "реже одного раза в год" — 7 %.

Отвечая на вопрос "Что в первую очередь происходит с ковровыми изделиями в процессе эксплуатации?", 28 % опрошенных отметили изменение внешнего вида, потускнение рисунка, загрязнение и появление пятен; 13,6 % заявили, что в процессе эксплуатации появляется бахрома; осыпаются края, "пышет" и выпадает ворс — по мнению 10,4 % покупателей; 11,7 % опрошенных отметили потерю упругости; 8 % — образование пиллинга.

По мнению 27 % покупателей, внешний вид ковровых изделий лучше всего сохраняется до трех лет эксплуатации, по мнению 21 % — до пяти лет. 14 % владельцев хорошо сохраняют ковры в течение десяти лет. Видимо, сроки до трех, пяти и десяти лет (в зависимости от вида ковровых изделий и характера их эксплуатации) — наиболее реальные сроки сохранения ковровых изделий в достаточно хорошем состоянии. В пользу этого времени высказались 62 % опрошенных покупателей. Следует отметить также, что при хорошем и систематическом уходе ковровые изделия могут хорошо смотреться 20 лет (13 %) и даже дольше (9 %). Но это, скорее всего, характерно для настенных ковров.

Вместе с тем есть и противоположные ответы: 0,67 % покупателей отметили, что ковры теряют свой внешний вид уже через месяц, 1,35 — в течение трех месяцев, 5,1 % — в течение полугода. По нашему мнению, тут возможны два варианта: или действительно ковер плохой, на что промышленности следует обратить внимание, или применен слишком жесткий режим его эксплуатации.

На вопрос, где чаще всего используются ковры, 47 % опрошенных ответили — "на полу", 44 % — "на стенах". Это вполне естественно. В последнее вре-

мя мода диктует преимущественное использование ковров на полу. 9 % покупателей используют ковровые изделия на мебели. Других мест не было названо.

Опрос показал, что абсолютное большинство покупателей (97,50 %) ковровых изделий не обращались в торговлю по поводу обмена — не было необходимости. Лишь в пяти случаях причиной обмена послужило наличие пороков.

Практический интерес представляет хранение ковровых изделий в домашних условиях. Большинство покупателей (40 %) ответили, что они хранят ковры свернутыми в рулон, 12 % — завернутыми в ткань, 9,5 — завернутыми в бумагу, 8,9 — просто сложенными, 5,7 % — в полиэтиленовом мешке. В решении этого непростого вопроса многие, несомненно, рискуют, особенно те, кто хранит ковровые изделия в рулоне без дополнительной упаковки и просто в сложенном виде — без всякой защиты от пыли и моли. Очевидно, что этот важный вопрос требует детальной научной переработки, как и многие другие, связанные с сохранением качества ковровых изделий на стадии эксплуатации.

С целью более глубокого изучения этой проблемы нами был проведен анализ памяток по уходу за ковровыми изделиями, а также анкетирование покупателей по данному вопросу. Обработано 12 различных памяток по уходу за ковровыми изделиями Витебского и Брестского ковровых комбинатов, ковровых фабрик ГДР, памяток специализированного магазина "Ковры" и универмага "Беларусь" г. Минска и др.

Анализ памяток показал, что, к сожалению, в них содержится очень бедная информация по уходу за ковровыми изделиями: в основном традиционная, общего плана. В памятках мало конкретной, научной информации, полезных владельцу ковровых изделий рекомендаций по уходу за ними в домашних условиях: удалению пятен и мойке. А ведь именно общая загрязненность и пятна — наиболее частые явления, происходящие с ковровыми изделиями в процессе их эксплуатации. Нет дельных рекомендаций по защите ковровых изделий от моли, не разработаны способы хранения их в домашних условиях.

Памятки по уходу за ковровыми изделиями требуют доработки. Рекомендации в памятках должны быть более четкими, конкретными и, главное, выполнимыми в домашних условиях. Притом желательно, чтобы они включали простейшие способы ухода, связанные с меньшими материальными, физическими и временными затратами. К тому же памятками снабжаются далеко не все покупатели ковровых изделий.

Социологический опрос, анкетирование по памяткам подтвердили предварительные исследования, проведенные путем устного опроса покупателей и продавцов магазинов и отделов ковровых изделий.

Так, например, на вопрос анкеты "Всегда ли Вы получаете в магазине памятку по уходу за ковровыми изделиями?" только 22 % опрошенных ответили утвердительно, 50 % получают памятки иногда, а 28 % — вовсе не получают. Таким образом, практически большая часть покупателей не получает нужных им рекомендаций по уходу за ковровыми изделиями.

Покупателям не всегда понятно содержание памяток. Так, только 69 % опрошенных полностью понимают их содержание. Для остальных она практически бесполезна. Из ответов покупателей установлено, что всего лишь 43 % опрошенных помогают памятки, 48 % покупателей высказались сомнительно, а 9 % — вообще категорично. Таким образом, больше половины покупателей

не видят практической ценности подобных памяток, 38 % сетуют на то, что в памятках отсутствуют рекомендации по химчистке ковровых изделий в домашних условиях (реальное и естественное желание), 32 — обращают внимание на отсутствие рекомендаций по хранению изделий, 16 — на невозможность выполнения рекомендаций, указанных в памятках, 7 — на наличие неточных, непонятных формулировок, 5 % — вообще на наличие противоречивых рекомендаций.

На вопрос, касающийся совершенствования памяток, отдельные покупатели добавили пожелания, связанные с необходимостью включения в них рекомендаций по дифференцированному уходу за разными по волокнистому составу ковровыми изделиями. Покупатели требуют также обязательного предоставления им памяток при покупке ковровых изделий.

Проведенные исследования показали, что в информационном потоке литература по уходу за ковровыми изделиями только обозначается. Причина этого, видимо, кроется в том недостаточном внимании, которое уделялось ковровым изделиям долгие годы, когда считалось, что любой ковер найдет своего покупателя. Так было в пору дефицита на ковры. В настоящее время картина резко изменилась. Ковер перестал быть роскошью, дефицитом. Он стал неотъемлемой и обязательной частью всякого интерьера. Из разряда повышенного спроса ковер перешел в разряд массового спроса и потребления, что и определило в конечном счете сегодня повышенные требования к этому товару.

Отсюда напрашивается вывод: по ковровым изделиям нужна информация, притом разнообразная, в первую очередь по сохранению качества ковровых изделий, в том числе и по уходу за ними.

Нужны социологические исследования покупателей по коврам и ковровым изделиям, притом не только по ассортименту и качеству, но и по уходу за ними. Необходимо также, чтобы торговля и промышленность внимательно прислушивались к мнению покупателей.

УДК 677.064

В.Е. СЫЦКО, канд. техн. наук

К ВОПРОСУ ОЦЕНКИ КАЧЕСТВА ГАРДИННЫХ ПОЛОТЕН

Главной задачей двенадцатой пятилетки XXVII съезд КПСС назвал неуклонный рост благосостояния советского народа [1]. В связи с увеличением реальных доходов населения, интенсивным жилищным строительством создаются предпосылки для дальнейшего развития рынка полегардинных изделий, который характеризуется высоким и устойчивым спросом.

В настоящее время рынок гардинных полотен насыщен по объему и в торговле имеются значительные сверхнормативные остатки гардинного полотна, которые по ассортименту и качеству не удовлетворяют потребителя.

В Белоруссии спрос населения на гардинное полотно в значительной мере удовлетворяется за счет производства Могилевской лентоткацкой фабрики им. 50-летия БССР, которая выпускает полотно 8 артикулов (арт. 122033,