



Рис. Семейство моделей куртки на одной конструктивной основе

Предусмотрено два варианта реализации проектируемых изделий: онлайн и офлайн. Офлайн вариант предполагает реализацию изделий как дополнительные услуги, предоставляемые клиентам или непосредственно производством или розничным магазином. И в том, и в другом варианте предлагается использование каталога с вариантами узлов и цветовых решений. Онлайн вариант реализации – как услуга интернет-магазина.

Проектирование куртки промышленно-индивидуальным способом методом семейства моделей на одной конструктивной основе обеспечивает возможность учитывать индивидуальные предпочтения потребителя при значительной минимизации затрат на производство

1. Золотцева Л.В., Чаленко Е.А., Трутнева Н.Е. Концепция разработки метода проектирования верхней женской одежды на индивидуального потребителя в условиях промышленного производства // *Дизайн и технологии*. – 2017. – № 59. – С. 53–58.

2. Иванова В.П., Трухан Г.Л. Учет индивидуальностей потребителя в конструировании одежды промышленного производства // *Известия вузов. Технология легкой промышленности*. – 1976. – № 2.

3. Серова Т.М., Афанасьева А.И., Илларионова Т.И., Дель Р.А. Современные формы и методы проектирования швейного производства: учеб. пособие для вузов. – Москва: МГУДТ. 2004. – 288 с.

4. Трутнева Н.Е. Принцип кастомизации в швейном производстве // *Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук* // *Журнал научных публикаций*. – 2016. – № 07 (июль). Ч. IV. Материалы XXII международной науч. конф. «Теория и практика современной науки». 23–24 июня 2016 г.

5. Шкуропацкая В.К., Фалько Л.Ю., Ключко И.Л. Концепция совершенствования ассортиментной политики предприятий по производству одежды на основе принципа кастомизации // *Успехи современного естествознания*. – 2015. – № 1. – С. 287–291.

## РАЗРАБОТКА КОЛЛЕКЦИИ МОДЕЛЕЙ ОДЕЖДЫ НА ОСНОВЕ ПРИНЦИПОВ АПСАЙКЛИНГА

**А.И. Федосеева**

бакалавр

**Т.А. Зайцева**

доцент, кафедра дизайна и технологий

*Владивостокский государственный университет экономики и сервиса  
Владивосток. Россия*

*Мода на сегодняшний момент уделяет активное внимание вопросам проблемы загрязнения планеты и пагубного воздействия от деятельности промышленного производства на экологию. Больше количество известных брендов демонстрируют коллекции с целью донести до широких производственных масс экологический подход к проектированию. В связи с этим актуальным является обновление изделий в направлении апсайклинг, с учетом новых тенденций, структурного анализа формы костюма, выявления механизмов формообразования и приемов конструктивного моделирования исходной вещи для преобразования в новую, тем самым вовлекая данное направление устойчивого развития в современные аспекты индустрии моды.*

**Ключевые слова:** дизайн костюма, апсайклинг, устойчивая мода, экология, переработка одежды, проектирование.

## DEVELOPMENT OF A COLLECTION OF CLOTHING MODELS BASED ON THE PRINCIPLES OF UPCYCLING

*Fashion today pays active attention to the problems of pollution of the planet and the harmful effects of industrial production on the environment. More well-known brands demonstrate collections in order to convey an ecological approach to design to the masses. In this regard, it is relevant to update products in the direction of upcycling, taking into account new trends, structural analysis of the shape of the costume, identifying the mechanisms of shaping and constructive modeling techniques for the original thing to be transformed into a new one, thereby involving this direction of sustainable development in modern aspects of the fashion industry.*

**Keywords:** costume design, upcycling, sustainable fashion, ecology, clothing recycling, design .

За последние десять лет, ввиду активного развития экономики и увеличения производственных мощностей, социум претерпел достаточное множество серьезных изменений. На сегодняшний день, отличительной чертой современного общества является увеличение неразумного расходования или же перепотребления. Данное явление социологи охарактеризовали как «цивилизация мусорной корзины». Основная идея потребления, изначально сложившаяся в экономической сфере, выступила в качестве не только преобладающей в социальной, политической и духовной областях, но и предстала как ключевая гедонистическая ориентация и стиль жизни общества.

В настоящее время, в мировоззрении социума, сформировалась необходимость и целесообразность в расточительности. Данный фактор можно охарактеризовать как «покупать больше, новее, лучше», согласно которому вследствие роста спроса и затрат потребителя, увеличивается и уровень производительности.

Эта идеология заразила большую часть населения, побуждая массовое потребление, приобретать что-либо без крайней необходимости. Ввиду огромного влияния массовой культуры, литературы, масс-медиа и большого количества рекламных материалов, чрезмерное безрассудное приобретение стало общественным феноменом.

В современном обществе потребления ценность вещи определяется скоростью ее «отмирания». Чем быстрее происходит этот процесс, тем выше его ценность. Мотивом данного явления послужила символическая эксплуатация вещей, преобладающих над их практическим применением. В силу огромного влияния рекламной индустрии люди стали покупать вещи по причине их моральной непригодности, а не физической. Если в прошлом вещи жили дольше людей, то на сегодняшний момент мы

можем наблюдать их полный жизненный цикл: они рождаются, совершенствуются и умирают. С такой трансформацией жизненного цикла изделий, поменялась и скорость моды. Так зародился феномен «быстрой моды».

Быстрая мода (fast-fashion) – это новая модель существования моды, появившаяся на смену классическим социологическим теориям классовой и массовой моды. Концепция «fast-fashion» рассматривает моду как глобальную индустрию, построенную на разделении труда в мировой экономике. Копирование, скорость и остромодность – это три главных показателя, составляющих концептуальную основу данной индустрии.

Устройство быстрой моды работает по принципу «мгновенного ответа» на желания и нужды потребителя. Чаще всего, портрет целевого потребителя выглядит следующим образом: молодой индивид, изменчивый в своих предпочтениях, проявляющий страсть к новым трендам.

Учитывая данное непостоянство, сформировавшееся в основу принципов быстрой моды, потребитель испытывает потребность в регулярной смене образов и обновлении гардероба, в следствие чего это приводит к скапливанию и захламлению одежды, которая со временем отправляется на выброс, образуя гигантские свалки. Так, в США каждый год выбрасывается более 12 миллионов тонн текстильных изделий, причем текстильные и швейные изделия практически на 100 процентов подлежат вторичной переработке. Кроме того, быстрая мода не подразумевает длительный срок жизни вещей, зачастую он ограничен несколькими месяцами.

Тем не менее тревожному стремлению следовать модным тенденциям начинает приходить более личные и осознанные поведенческие побуждения. В сфере потребления все более популярным становятся «зеленые инициативы» и принципы осознанного потребления. С каждым годом количество людей, осознающих масштабы негативного воздействия модной промышленной индустрии на экологию, становится больше. Эти обстоятельства побуждают общество сократить уровень данного влияния.

Таким образом, ввиду сложившейся ситуации, тема устойчивого подхода к осмыслению моды становится одной из самых обсуждаемых в научном сообществе. Новая культура потребления поднимает такие важные вопросы как: системные изменения в индустрии моды, оценка роли экономического роста, а также формирование действительно процветающего общества нового типа.

Развиваясь по определенным законам, индустрия моды быстро и точно реагирует на все события, происходящие в мире, обуславливая качественные изменения как во всем предметном окружении человека, так и в используемой им одежде. Существующая теория проектирования одежды строится на эволюционном подходе, представляющем костюм как систему, непрерывно изменяющуюся во времени и пространстве. В связи с этим актуальным является обновление изделий в направлении апсайклинг (upcycling) – переработка вторичного сырья, с учетом новых тенденций, структурного анализа формы костюма, выявления механизмов формообразования и приемов конструктивного моделирования исходной вещи для ее преобразования. Под вторичным сырьем как правило подразумевают неиспользуемые изделия, которые в большинстве случаев отправляются в утилизацию на свалки или уничтожаются на мусоросжигательных фабриках. Однако бывшая в употреблении одежда и другие предметы, может использоваться повторно, благодаря применению принципов апсайклинга.

Апсайклинг в современном обществе выполняет множество положительных задач, к которым, в первую очередь, относятся:

- сохранение ресурсов нашей планеты и предотвращение распространения мусора;
- спасение наиболее полезных и значимых вещей от мусорного бака;
- определенное противостояние обществу перепотребления и глобализации;
- сохранение этнокультурных ценностей;
- сохранение живой истории, продолжающей существовать в переделанных вещах.

Переделка изделий и их обновление требуют определенных стилистических и конструктивных изменений костюма. При переработке одежда может потерпеть как минимальные изменения, так и полную потерю узнаваемости, образуя уникальную вещь в единственном экземпляре. Например, для минимальных изменений можно использовать отделку декором, изменение фактуры изделия, нашивание заплаток, замену или видоизменение деталей, основываясь на анализе модных тенденций (пуговицы, клапаны карманов, манжеты). К полному видоизменению можно отнести окрашивание изделия, замену некоторых частей изделия на контрастные ткани по пластичности, цвету, фактуре, плотности, а также изменение формы путем перешива изделия под конкретную фигуру. В совокупности все эти факторы создают новую стилистику изделия.

На основе исследуемой темы была разработана коллекция моделей женской одежды на основе принципов апсайклинга из не используемых предметов гардероба. Поскольку выбранные материалы

для проектирования коллекции привержены повседневному уличному стилю, в качестве стилистического направления выбран азиатский street-style. Коллекция моделей женской одежды под названием «Слияние», ассоциативным образом которой стало соединение двух констатирующих, но в тоже время тесно сплетающихся между собой направлений азиатской уличной моды и устойчивого дизайна, каждое из которых имеет свою собственную философию – полярность минимализма и конструктивизма, образующие единый симбиоз воплощения прогрессивных творческих идей и природного единства.

Композиционно коллекция решена за счет применения таких цветов как как: черный, белый, хромовый зеленый, глубокий синий, светло-синий, винно-красный. Они могут иметь сильное воздействие, на фоне контрастных тонов. Черный и белый по отдельности или в сочетании воспринимаются ярко, так как они контрастны к основному цветовому восприятию общего фона композиции. Оба этих цвета выглядят благородно и выигрышно. Эффектно воспринимаются сочетания хромово-зеленого и глубоко синих оттенков.

При построении композиции на сочетание хроматических цветов с черным и белым, есть свои особенности. Черный цвет оказывает на хроматические, особенное средние по светлоте и высокнасыщенные красные и зеленые цвета, сильнейшее влияние: эти хроматические цвета светлеют, а их насыщенность возрастает. С увеличением площади черного цвета в композиции отчетливее проявляется этот эффект, создается своеобразный композиционный колорит (рисунок 1).



Рис. 1. Колористическое и композиционное решение проектируемой коллекции

Разработаны авторские художественные эскизы и атмосфера-карта (mood-board), отражающие настроение и концепцию коллекции (рис. 2).



Рис. 2. Mood-board, художественные эскизы коллекции

Каждое изделие коллекции может использоваться отдельно как самостоятельная модель. Поддерживать разные стили и образы при использовании правильно подобранных аксессуаров в комплекте

Работа позволяет сделать вывод, что обновление одежды является важной и перспективной деятельностью, как в экономическом, так и в экологическом плане. Многие люди в промышленно развитых странах мира не нуждаются больше в бездумном шопинге, их внимание направлено на удовлетворение реальных потребностей, так как для каждого продукта имеется числовой предел, а этика обмена с другими жителями планеты играет важную роль. Дизайнер может задавать направление для переосмысления действительности окружающим, предпринимая те или иные меры для переделки готовых изделий, старых вещей, вторичного использования сырья.

На данный момент методы переделки являются не просто модными трендами, но и философией общества осознанного потребления, поэтому являются хорошим примером, который принесет развитием в сторону экологического прогресса огромную пользу человечеству.

---

1. Паршина Е.С., Анисимов Н.В., Марченко М.М. Секция «Искусствоведение»: Экологические принципы дизайн-проектирования. – Краснодар: Изд-во СибАк, 2016. – 10 с.

2. Жилиева, А. А. Особенности современной моды – 2020 г. № 21. – Текст: электронный. – URL: <https://moluch.ru/archive/311/70303/> (дата обращения: 27.03.22).

3. Агафонова Ж.В. Способы дизайн-проектирования модной одежды в соответствии с экологическими стандартами: научно-исследовательская часть: магистерская диссертация. – Текст: электронный. – URL: [http://taby27.ru/studentam\\_aspirantam/dizajneram-odezhdy/agafonova-eko-uralgaxa2012.html](http://taby27.ru/studentam_aspirantam/dizajneram-odezhdy/agafonova-eko-uralgaxa2012.html)

4. Демшиной А.Ю. Визуальные искусства в ситуации глобализации культуры: институциональный аспект. – Текст: электронный. – URL: <https://r7.rbook.me/book/14224140/>

5. Ладихина Т.В. Теоретические аспекты и практика использования текстильных отходов потребления в России и за рубежом. – Текст: электронный // Экономика и предпринимательство. – 2013. – № 10 (39). – С. 344–348. – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=20389409>.

6. Запольская, Е. А., Погорелова, М. Л., Денисова, О. И. Разработка авторской фактуры с использованием текстильных отходов // Научные исследования и разработки в области дизайна и технологий. материалы региональной научно-практической конференции. – Кострома: Изд-во КГУ, 2018. – С. 34–37.

## АНАЛИЗ КОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЫ РЫНКА ЖЕНСКОЙ ОДЕЖДЫ СЕГМЕНТА «СРЕДНИЙ» г. ХАБАРОВСКА В АСПЕКТЕ АССОРТИМЕНТА ПРЕДЛАГАЕМЫХ ТОВАРОВ

**М.А. Чугунова**

бакалавр

**И.А. Шеромова**

д-р техн. наук, профессор кафедры дизайна и технологий

*Владивостокский государственный университет экономики и сервиса  
Владивосток. Россия*

*На данный момент рынок отечественных изготовителей женской одежды растет, но для удачных продаж и развития предприятия необходимо выбрать ассортимент, который будет иметь спрос, а также оценить конкурентную среду. Для исследовательской работы был выбран средний ценовой сегмент, который является наиболее демократичным и популярным среди покупателей. Это и определяет актуальность работы, направленной на анализ конкурентной среды рынка женской одежды сегмента «средний» г. Хабаровска в аспекте ассортимента предлагаемых товаров.*

**Ключевые слова:** *ассортимент женской одежды, конкурентная среда, ценовой сегмент «средний», потребительский профиль покупателя, расширение ассортимента, удовлетворенность спроса.*

## ANALYSIS OF THE COMPETITIVE ENVIRONMENT OF THE WOMEN'S CLOTHING MARKET IN THE "MIDDLE" SEGMENT OF Khabarovsk IN TERMS OF THE RANGE OF PRODUCTS OFFERED

*At the moment, the market of domestic manufacturers of women's clothing is growing, but for successful sales and development of the enterprise, it is necessary to choose an assortment that will be in demand, as well as assess the competitive environment. For research work, the middle price segment was chosen, which is the most democratic and popular among buyers. Which determines the relevance of the work aimed at analyzing the competitive environment of the women's clothing market in the "middle" segment of Khabarovsk in terms of the range of goods offered.*

**Keywords:** *assortment of women's clothing, competitive environment, price segment "middle", consumer profile of the buyer, expansion of the range, satisfaction of demand.*

Актуальность проводимых исследований определяется насущной потребностью торговых и швейных предприятий учитывать предпочтения потребителей при формировании ассортимента товаров для повышения уровня его востребованности и, как следствие, повышения эффективности их деятельности.

Объектом исследования является ассортимент одежды, а его предметом – конкурентная среда рынка женской одежды сегмента «средний» г. Хабаровска в аспекте ассортимента предлагаемых товаров. Цель исследования – проанализировать ассортимент предлагаемой одежды в торговой сети г. Хабаровска в сегменте «средний» для оценки конкурентной среды рынка женской одежды.

Основным методом исследования, использованным в работе, является опрос в форме онлайн-анкетирования.

Научная новизна работы состоит в формировании перечня критериев оценки ассортимента одежды в аспекте анализа конкурентной среды рынка товаров.

Анализ специальной литературы [1] показал, что существующие методы анализа ассортимента (Матрица BCG, ABC-анализ, Матрица General Electric и др.) оценивают его с точки зрения оптимизации перечня товаров в аспекте обеспечения эффективности деятельности конкретного предприятия, но не позволяют выявить степень удовлетворенности потребительского спроса на те или иные группы товаров, что необходимо для целей настоящего исследования.

При анализе рынка одежды было выявлено, что оценка ассортимента одежды в контексте анализа конкурентной среды должна включать оценку как характеристик ассортимента, так и характеристики самого магазина. На основе существующих данных были проанализированы характеристики одежды