

АНАЛИЗ МЕХОВЫХ ИЗДЕЛИЙ

Холикова Нигора Шухратовна

Докторант Бухарского инженерно-технологического института
Республики Узбекистан

Email: xoliqova19@gmail.com

АННОТАЦИЯ

В статье приведены особенности потребительского рынка женской одежды. Кроме этого, особое значение при создании эскизов моделей уделялось обеспечению соответствия эстетических признаков временным тенденциям моды и результатам маркетинговых исследований.

Ключевые слова: одежда, покрой, рельефы, фактурные комбинации меха, силуэт, эскиз.

ABSTRACT

The article presents the features of the consumer market of women's clothing. In addition, particular importance in creating model sketches was given to ensuring that the aesthetic signs match the temporary fashion trends and marketing research results.

Keywords: clothing, cut, relief, textured fur combinations, silhouette, sketch

ВВЕДЕНИЕ

Социально - экономические изменения последних лет повлекли за собой изменения в спросе населения на рынке одежды. Анализ потребительского рынка женской одежды показал, что спрос на одежду отечественного производства не поднимается в результате ввоза в Россию большого количества аналогичных изделий зарубежных производителей. Замечено, что в настоящее время импортная продукция создаёт конкуренцию отечественной в основном по дизайну: наблюдается отставание ассортимента выпускаемой продукции от требований потребителей по признакам внешнего вида моделей, характеру используемых материалов, отделок, цветовой гамме и т.д. [1]

Специалистами [2] отмечается, что закономерности и особенности потребительского поведения населения на рынке одежды - одна из наименее исследованных областей. Основная проблема для производителей одежды - установление обратной связи с потребителем, продолжает быть актуальной.

МАТЕРИАЛЫ И МЕТОДЫ

В этой связи значительный интерес представляют маркетинговые исследования, направленные на изыскание возможности обоснованного подхода к проектированию одежды, соответствующего спросу и учитывающего поведение потребителей на региональных рынках сбыта, поэтому на первый план выдвигается система прогнозов потребительского поведения.

Мировая торговля меховых товаров вносит большой вклад в международный бизнес, обеспечивая занятость населения, и является важной статьей дохода для экономик многих стран, даже тех, которые не имеют своего сырья. [3]

Во многих социологических исследованиях рассматривались в качестве важных признаков респондентов: образование, ситуация связанная с работой, комфортность, возраст, доход и тип фигуры.

В связи с переходом на рыночную экономику, развитием малого среднего бизнеса республики число женщин, участвующих в активной деятельности с каждым годом растет. В последнее время в продаже стало появляться много новых, более модных моделей меховых товаров, как отечественного, так и импортного производства, стали лучше удовлетворяться возросшие требования населения к разным меховым изделиям. У деловых женщин разнообразными становится характер работы: презентации, конференции, круглые столы, приемы, поездки и т.д., которые естественно влияют на стиль и комфортность их одежды. С учетом указанных факторов в анкету социологического опроса были включены и учтены, как биосоциальные признаки респондентов. [4]

РЕЗУЛЬТАТЫ

Предметы исследования: признаки моделей одежды, определяющие их потребительскую ценность, а также их взаимосвязи с биосоциальными характеристиками потребителей. [5]

Для достижения поставленной цели решались следующие задачи:

1. Установление объёма и содержания информации препроектных исследований, необходимых и достаточных для прогнозирования свойств одежды в полиэтнических регионах;
2. Анализ современных методов маркетинговых исследований для формирования рационального гардероба и промышленных ассортиментных коллекций;
3. Проведение социологических исследований с целью выявления основных типологических групп потребителей одежды по динамике их отношения к

модной одежде и определение требований к деловой одежде для выделенных типов;

4. Проверка гипотезы об определяющей роли этнического фактора в потребительском поведении населения региона;

5. Установление взаимосвязей между композиционно - конструктивными признаками одежды и этно региональными традициями и социально-демографическими факторами;

6. Разработка рекомендаций по адресному проектированию женской одежды. [6]

В каждый новый период развития моды существуют свои пропорции меховых одежды, свой так называемый модный идеал, к которому мы стремимся. Это прежде всего его силуэт, т.е. образное выражение меховых одежд в наиболее упрощенной геометрической форме – треугольной, прямоугольной, квадратной, овальной и т.д. [7]

ОБСУЖДЕНИЕ

Ведущими силуэтами в предлагаемой коллекции выбраны прямой, большей или меньшей свободой облегания), расширенный (трапеция), полуприлегающий (с разной степенью прилегания), прилегающий (с разным объемом лифа). [8]

В разработке форм изделий из каракуля были использованы признаки покроя, рельефы, фактурные комбинации меха, физико-гигиенические свойства меха.

Расположение форм в порядке близости их геометрического силуэта с целением конструктивных и конструктивно - декоративных линий членения внутри формы позволило составить аналоговые ряды, дающие оставление о семействах форм моделей швейных изделий. [9]

ВЫВОДЫ

Эскизная коллекция женских верхней одежды представляет собой ряд конструктивно-унифицированных моделей, в которых предусмотрена возможность типизации конструктивных элементов (спинки, полочки, рукава) (рис. 1)

Разработанная коллекция моделей предложена для внедрения на предприятии «Ислон» в городе Бухаре. [10]

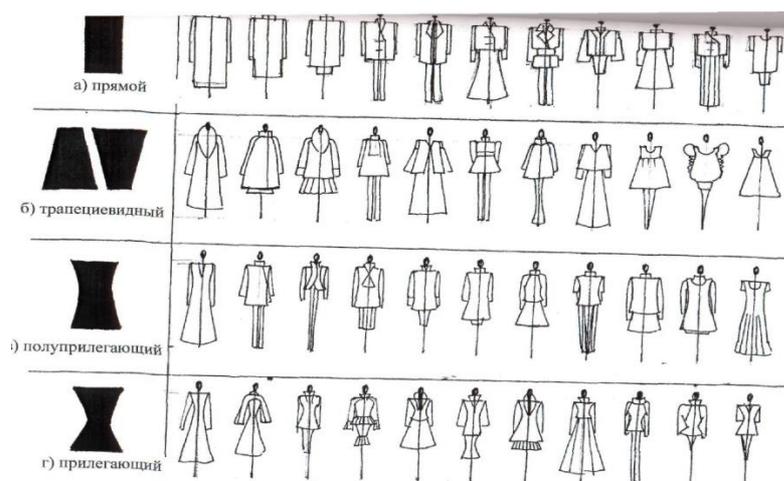


Рис. 1 Эскизная коллекция женских верхней одежды (ряд конструктивно-унифицированных моделей, в которых предусмотрена возможность типизации конструктивных элементов).

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ: (REFERENCES)

1. Холикова Н. Ш., Ибодова И. Л. Научное исследование расширения ассортимента меховой одежды //Вестник науки. – 2021. – Т. 1. – №. 11 (44). – С. 14-21.
2. Холикова Н. Ш., Нуриддинова М. У. Золотошвейное искусство Бухары //Молодой ученый. – 2014. – №. 8. – С. 298-301.
3. Холикова Н. Ш., Ибодова И. И. РАЗВИТИЕ РЫНОЧНЫХ ТЕНДЕНЦИЙ ПУШНО-МЕХОВЫХ ТОВАРОВ И ИЗУЧЕНИЕ ИХНИЕ СВОЙСТВА //Вестник магистратуры. – 2021. – №. 6-1 (117). – С. 15-16.
4. Холикова Н. Ш., Ибодова И. И. СВОЙСТВА И ОСОБЕННОСТИ МЕХА В ПРОЕКТИРОВАНИЕ ОДЕЖДЫ //Вестник магистратуры. – 2021. – №. 6-1 (117). – С. 17-18.
5. Отамуродов Ж. О. Подсистема проектирования одежды промышленного производства по индивидуальным заказам населения //Молодой ученый. – 2016. – №. 9. – С. 261-263.
6. Холикова Н. Ш., Пулатова С. У. РАЗРАБОТКА НОВОГО АССОРТИМЕНТА И ТЕХНОЛОГИИ ВЕРХНЕЙ ЖЕНСКОЙ ОДЕЖДЫ ИЗ КАРАКУЛЯ //Eurasian Journal of Medical and Natural Sciences. – 2022. – Т. 2. – №. 5. – С. 268-272.
7. Холикова Н. Ш. МАРКЕТИНГОВОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО СПРОСА ДЛЯ ПРОЕКТИРОВАНИЕ ЖЕНСКИХ ВЕРХНИХ МЕХОВЫХ ИЗДЕЛИЙ //Современные инженерные проблемы в производстве товаров народного потребления. – 2019. – Т. 29. – С. 141.

8. Холикова Н. Ш., Баҳодиров С. Б. Анализ потребительских предпочтений меховых изделий в мировом рынке //Вестник магистратуры. – 2019. – №. 4-3. – С. 39.
9. Холикова Н. Ш., Каримов О. У. Основы совершенствования тенденций формирования женских верхних меховых изделий //Вестник магистратуры. – 2019. – №. 4-3. – С. 42.
10. Холикова Н. Ш., Каримов О. У. Характеристика исходных данных для проектирования женских верхних меховых изделий //Вестник магистратуры. – 2019. – №. 4-3. – С. 37.
11. Отамуродов Д. О., Асланова З. Р., Ибрагимова И. З. Художественные особенности узбекского национального костюма //Молодой ученый. – 2016. – №. 12. – С. 985-988.
12. Xoliqova N., Pulatova S. QORAKO ‘L TERIDAN KIYIMLARNI TAYYORLASHDA RANGNING AHAMIYATI //Interpretation and researches. – 2023. – Т. 2. – №. 3.
13. Холиқова Н. Ш. Development of market trends of fur and fur products //Фан ва технология тараққиёти” Илмий-техникавийжурнал. – 2021. – Т. 2.