

этого необходимо формировать ассоциации, которые повышают узнаваемость продукции, с помощью телевизионных, графических рекламных продуктов т.к. они часто попадают в поле зрения потенциального покупателя. Использовать рекламные проспекты, рекламные баннеры, буклеты товара, упаковку, таблички и многое другое. Необходимо обращать внимание на качество исполнения продукции и стилового единства исполнения всех компонентов визуальной коммуникации.

## **УЧЕТ ФАКТОРОВ РИСКА В ПРОЦЕССЕ ПРИНЯТИЯ ПРОЕКТНО-КОНСТРУКТОРСКИХ РЕШЕНИЙ ОДЕЖДЫ**

*Ботезат Л.А., Панченко В.А.*

**Витебский государственный технологический университет, Беларусь**

В процессе проектирования одежды возникают риски, связанные со многими факторами – неверное определение перспектив развития ассортимента, недостаточность требований к качеству ранее принимаемых проектно-конструкторских решений, неопределенность рыночного сегмента, некомпетентность лица, принимающего решение и др. Поиск решений проблем снижения рисков может быть поставлен на профессиональную основу, с привлечением разных специалистов – дизайнеров, конструкторов, технологов, экономистов и др.

Для учета факторов риска целесообразен анализ всей исходной информации для проектирования. Поскольку воспроизводство одежды определяется сменяемостью ранее выпускаемой одежды, проектируемой в настоящее время и будущими перспективными моделями, могут быть использованы различные методы изучения исходной информации, в том числе методы учета сведений о ранее созданных моделях-аналогах, перспективах формирования новых тенденций в развитии стиля и моды в одежде, мониторинге потребительских предпочтений. В других отраслях для сравнения альтернативных вариантов информации используют показатели, полученные различными способами, и выбирают лучшие из них. Неопределенность результатов реализации проекта может корректироваться с использованием различных методов принятия решений (статистических, аналогий и др.).

Целью работы явилось проведение исследования по разработке принципов учета факторов риска в процессе принятия ПКРО. Для достижения поставленной цели были поставлены задачи:

- провести анализ рисков, возникающих в процессе принятия ПКРО;
- выполнить исследование ранее созданных моделей;
- осуществить прогнозирование тенденций развития стиля и моды по заданному ассортименту;

- определить потребительские предпочтения к данному ассортименту одежды;

- предложить методику обоснования и выбора ПКРО.

Задачами исследования явились описание и анализ множества альтернатив: ранее созданных моделей, перспективных разработок дизайнеров, требований потребителей.

В качестве объектов исследования приняты элементы дизайна женских блузок из натуральных материалов: покрой рукавов, силуэт, воротник и колористическое оформление.

Анализ рисков, возникающих в процессе принятия проектно-конструкторских решений (ПКРО), был осуществлен на стадии предпроектного анализа - в процессе исследования требований, предъявляемых к объектам проектирования со стороны производства и потребления: к дизайну, способам изготовления и др. Изучались сведения о наличии аналогов проектируемых объектов, выявлялись недостатки существующих изделий. При этом анализ рисков был сведен к оценке того, стоит ли вообще разрабатывать новую модель одежды или возобновит выпуск ранее созданной. Использование уже существующего варианта информации значительно экономичнее, поскольку нет необходимости разрабатывать другие, альтернативные.

В процессе исследования ранее созданных моделей установлено, что наиболее встречаемы втачные покрои рукавов – 80 %, реглан – 10 % и изделия без рукавов - 10 %. Силуэты: прилегающий 50 %, полуприлегающий 50 %. 40 % блузок проектируют со стояче-отложными воротниками; 30 % - с воротниками стойка, изделия без воротника занимают 20 %, с воротником типа апаш - 10 %.

В процессе прогнозирования тенденций развития стиля и моды по заданному ассортименту использован ретроспективный анализ за 10 прошлых лет и осуществлен прогноз преобладания соответствующего ПКРО в будущем сезоне. Анализ тенденций моды показал, что наибольшее распространение в перспективе получают: покрой рукавов – втачной (72 %), силуэт – прилегающий (42 %), воротник – стояче-отложной (38 %), колористическое оформление – пастельные тона (57 %).

При определении потребительских предпочтений к проектируемому ассортименту одежды был использован маркетинговый подход – ориентация решения задачи снижения рисков в процессе выбора ПКРО на учет требований потребителей. При таком подходе повышается качество объекта проектирования в соответствии с нуждами потребителей, происходит экономия ресурсов потребителей и производства за счет применения системы менеджмента.

В опросе участвовали 50 человек – женщины в возрасте от 20 до 30 лет со средним уровнем дохода, использующие блузки 2-3 раза в неделю; основные критерии выбора модели – собственные предпочтения и цена.

Установлены следующие наиболее значимые требования к женским блузкам. Силуэт - прямой (36%), прилегающий и полуприлегающий (по 31 %). Колористическое решение - в основном пастельные тона (в том числе белый) - 50 % яркие насыщенные оттенки - 14 %. Рисунок в полоску - 20 %, в клетку - 16 %, Покрой рукавов: 84 % - втачные, 8 % - цельнокроенные и реглан.

На основе полученной информации с использованием статистических методов определено, что наиболее популярными проектно-конструкторскими решениями женских блузок являются: силуэт прилегающий - 41%; рукава втачного покроя - 78,7%; воротники стоячеотложные - 36,7%; колористическое решение – в пастельных тонах - 35,7%.

Методикой выбора ПКРО была предусмотрена оптимизация проектно-конструкторских решений с привлечением статистических методов и экспертных оценок. Для формирования концепции коллекции новых моделей женских блузок применен метод синтеза, при этом результаты дизайнерского анализа интегрировались в проектный образ композиции изделий.

Таким образом, в результате выполнения работы установлено:

1) разработке перспективных моделей и уменьшению рисков в процессе принятия ПКРО способствует учет данных о моделях-аналогах, тенденциях развития моды и результатов маркетинговых исследований по определению требований потребителей;

2) успешность принимаемых ПКРО определяется условиями производства, конкурентоспособностью изделий на конкретных сегментах рынка;

3) в ряде случаев могут одновременно выпускаться старые и новые модели изделий с ростом объема выпуска новых моделей и уменьшением старых, с прогнозированием параметров элементов конструкции новых моделей. Для решения этой задачи требуется разработка нормативов конкурентоспособности изделий по конкретным сегментам рынка и формирование стратегии предприятия-изготовителя.

## **АНАЛИЗ ФОРМООБРАЗОВАНИЯ ЖЕНСКОЙ ДЕЛОВОЙ ОДЕЖДЫ**

*Шубина А.В., Петушкова Г.И.*

Московский государственный университет дизайна и технологии, Россия

В современном мире невозможно оставаться в стороне от модных тенденций, они проявляются во всех сферах жизни человека. Существует мода на курорты, автомобили, сигареты, диеты, продукты питания, технику и, конечно, мода на одежду. Мода развивается, захватывая все новые и новые области, нескончаемые потоки рекламы пропагандируют людям оп-