

**Коллекция мужской одежды из льна для молодежи**

Н.С. ЗАХАРЧУК, Л.В. ПОПКОВСКАЯ

(Витебский государственный технологический университет, Республика Беларусь)

Цель проекта – разработка нового ассортимента и омоложение потенциального потребителя отечественного льняного продукта моды. Иллюстрируя отношения между процессом обучения и приобретением практических навыков можно затронуть вопрос о сотрудничестве студентов кафедры дизайна и моды ВГТУ с предприятиями легкой промышленности. Индустрия моды, как один из критериев инновационной политики Республики Беларусь, включена в число приоритетных направлений. На протяжении последних лет наблюдается уход крупных зарубежных компаний и брендов, что повлияло на потребительский спрос отечественной продукции. Перед ведущими предприятиями концерна «БелЛегПром» поставлена задача по удовлетворению и привлечению отдельных групп потребителей, ранее отдающих предпочтение зарубежному масс-маркету. Руководство некоторых предприятий легкой промышленности Республики Беларусь определили для себя возможность привлечения молодых дизайнеров, что соответствует понятию коллаборация. Как процесс совместной деятельности, преследует достижение общих целей, направленных на получение практического опыта проектирования коллекции в рамках предприятия. Данный вид дизайна в моде – это совместная разработка продукта или линейки продуктов под маркой выпускающего бренда с использованием имени влиятельной личности в кругу потенциальных потребителей швейной продукции. Привлеченный специалист выполняет функцию идейного вдохновителя, творческой составляющей. Техническая и финансовая стороны вопроса, а также реализация идеи остаются за выпускающим предприятием, заказчиком услуг имиджевого лица коллаборации [1].

Раскрытию этой темы способствовал РУПТП «Оршанский льнокомбинат». В разработку дизайнерского проекта включены следующие этапы: создание эскизного решения моделей; подбор материалов; разработка конструкций основ изделий, включенных в коллекцию; подбор технологического процесса с учетом свойств материалов различной структуры и назначения; выполнение изделий в материале; демонстрационная часть проекта; коммерциализация проекта. На эскизном этапе проекта в центре внимания образ молодого человека, нуждающегося в комфорте, функциональности и ярких эмоциях. Девиз коллекции оправдывает назначение – «youngsters», т.е. «молодежь», как олицетворение постоянного роста, движения и потребности перемен, которые так необходимы заказчику [2]. Создание серии эскизов средствами авторской ручной графики (рис. 1) является практическим результатом эскизного этапа.



Рис. 1. Эскизный проект коллекции «YOUNGSTERS», дизайнер Никита Захарчук

Льняные и котонизированные материалы из ассортимента предприятия-изготовителя легли в основу 32 проектируемых изделий, коллекция на 95% состоит из льносодержащих материалов различной структуры и назначения, среди них ткань с эффектом мягкости и умягчения, с трикотажным эффектом, ткань сорочечная и декоративная интерьерного назначения. Предприятие уделяет особое внимание ассортименту мужской межсезонной одежды, о необходимости которой заявлено руководством в техническом задании. Методы конструирования и способы обработки изделий мужской одежды позволили добиться совершенства внешнего вида, что наилучшим образом воздействует на покупателя. Цветовая гамма, свежесть и оригинальность, с точки зрения мировых трендов, характеризует новизну коллекции, включающей 8 комплектов повседневного назначения.

Специалистами отдела маркетинга РУПТП «Оршанский льнокомбинат» проведен опрос среди 148 респондентов с целью выявления эффективности и привлечения новой возрастной категории к качественному отечественному производителю льняной продукции. Результаты опроса отражены в таблице 1.

Таблица 1

Результаты опроса респондентов (в процентном соотношении)

Критерий	Вариант ответа			
	Мужской		Женский	
Пол	65		35	
Возраст	До 18 лет	18-24 года	24-35 лет	Свыше 35 лет
	16	67	7	10
Привлекательность льняных изделий (до)	Да		Нет	
	70		30	
Желание приобрести	Да		Нет	
	99		1	
Средняя ценовая категория	До 50 руб.	50-100 руб.	100-150 руб.	150-200 руб.
	нет	42	48	10
Привлечение внимания	Ассортимент	Цвет	Назначение	Другое
	25	60	9	6
Привлекательность льняных изделий (после)	Да, в положительную сторону	Да, в отрицательную сторону	Нет, осталось положительным	Нет, осталось отрицательным
	81	нет	17	2

Характеристика анализа критериев опроса по эффективности улучшения восприятия внешнего вида коллекции представлена в процентном соотношении. В опросе приняло участие 148 респондентов, 65 % из которых мужчины, 35% - женщины. Возрастная категория респондентов 18-24 года (67%). 30% опрошенных не обращали внимания на изделия из льна по причине их мягкости и визуальной однообразности. Одной из задач проектантов является воздействие на изменение мнения данной категории потребителей. Другая часть анализа показала, что 99% респондентов хотели бы видеть коллекцию «YOUNGSTERS» на полках магазинов сети «Белорусский лен» в средней ценовой категории 100-150 белорусских рублей (48%). В авторской коллекции потребителей привлекли следующие средства: цвет (60%), силуэт (25%), членения (9%) и пропорции (6%). Показатели внешнего вида коллекции отображены в виде авторской диаграммы на рис. 2.

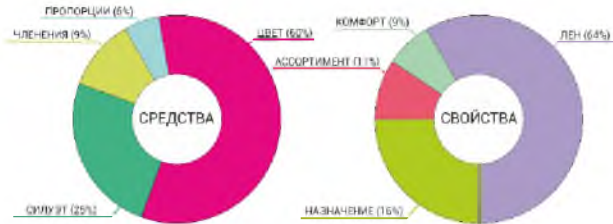


Рис. 2. Диаграмма показателей внешнего вида коллекции

Результативность проекта – коллекция мужской одежды для молодежи, представленная в номинации «Авторская коллекция» на Республиканском фестивале «Свята льну. Роднае моднае», проходившем в Минске (стадион «Динамо») с 30 марта по 1 апреля 2023 года. В рамках мероприятия проведен мастер-класс «Владейте сантиметром до совершенства», представленный специалистам предприятий концерна «БелЛегПром», и участникам фестиваля, представителям малого и среднего бизнеса РБ и РФ (рис. 3).



Рис. 3. Показ коллекции «YOUNGSTERS» на фестивале «Свята льну», г. Минск

За креативность проекта и смелость цветового решения коллекция приглашена к участию в Международном фестивале-конкурсе «Льняная палитра», который пройдет в городе Плесь (Российская Федерация, Ивановская область) в июле 2023 года. Коллекция мужской одежды из льна для молодежи является результатом мыслительной, аналитической деятельности, как возможность преобразования современного мира в тенденциях устойчивой моды: воздействия на окружающий мир, сохранения национальных традиций и культурного наследия Беларуси, развитие молодежной политики в рамках экономического прогресса [3].

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Переработка отходов промышленного кроя в продукт моды / Попковская Л.В., Захарчук Н.С., Вичева С.Н. – Материалы и технологии. 2021. № 2 (8). С. 59-66.
2. Проектирование одежды на конкурсной основе / Попковская Л.В., Захарчук Н.С. – Материалы докладов 54-й международной научно-технической конференции преподавателей и студентов УО «ВГТУ», 2021. – 72-74 с.
3. Анализ сегментирования устойчивой моды / Попковская Л.В., Захарчук Н.С. – В сборнике: Материалы докладов 55-й международной научно-технической конференции преподавателей и студентов. в 2 т. Витебск, 2022. С. 58-60.