

## 4.4 Конструирование и технология одежды и обуви

УДК 677.07

### РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ПРОЕКТИРОВАНИЯ ВОСТРЕБОВАННЫХ МОДЕЛЕЙ ОДЕЖДЫ ДЛЯ СТУДЕНТОВ

*Бондарева Е.В., ст. преп., Пырх Д.А., студ., Каретник О.В., студ.  
Витебский государственный технологический университет,  
г. Витебск, Республика Беларусь*

Создание бренда одежды строится на создании качественного и интересного продукта, организованного в целостную коллекцию. Огромное значение имеют организация бизнес процессов, брендинг, упаковка, производство и логистика. Но все это, в конечном итоге, строится вокруг продукта. Хорошую коммерческую коллекцию легко продавать и упаковывать. В условиях насыщенности рынка разнообразными товарами и услугами многие компании теряются среди конкурентов. Единственно правильным решением этой проблемы является выделение на фоне других предприятий. Эффективным инструментом для достижения этой цели считается осуществление продаж имени. Раскрученный бренд не только узнают, но и стоимость такого товара на 20–25 % больше, чем безымянные аналоги. Для продвижения и привлечения потребителей компании разрабатывают свой собственный фирменный стиль, который является основной бренд-бука организации.

Перед тем как приступить к созданию коммерческой коллекции или серии одежды, необходимо разработать свой индивидуальный и узнаваемый стиль. Узнаваемый стиль – это то, что отличает бренд от других производителей, это те элементы, по которым легко идентифицировать бренд. Уникальность может быть в конструкциях, в формах и комбинациях, в сочетании цветов, используемых принтов, стайлинге, узнаваемых элементах, в используемых тканях или текстурах. Для проектирования успешной серии одежды, которая будет выделяться среди большого количества производителей, у каждого модельера-конструктора есть свой почерк в дизайне и контекст, который вкладывается в каждую коллекцию. Уникальность – это то, что заставит бренд выделиться на сегодняшнем насыщенном и конкурентном рынке и поможет укрепить свои позиции.

В процессе работы над данной темой были проанализированы и классифицированы основные стилистические направления в одежде. Определены наиболее актуальные стили для проектирования современных моделей одежды. Проведено исследование основных предпочтений студентов в одежде. После проведенного исследования были выявлены требования, которые удовлетворяют потребительские предпочтения наибольшего количества молодежи.

Студенты и современная молодежь в подавляющем большинстве следит и интересуется актуальными трендами, стараясь одеваться в соответствии с ними. Подавляющее большинство знает классический и спортивный стили, вдвое меньше студентов – романтический и всего лишь малая часть не смогла дать ответ. Были названы такие стили как: милитари, готический, кэжуал, кантри, минимализм, бельевой, оверсайз, бохо, деловой, 90-е, ретро, эльз, уличный (или стрит), теквир, винтаж, астетик от инста блогом, нью-лук, гламур. Некоторые из молодых людей считают себя стильными, однако многие не определились с выбором. Перед студентами стоит вечная дилемма: стильно

выглядеть хочется, однако есть финансовые затруднения. Цвет одежды – «в зависимости от настроения». Это можно объяснить тем, что молодежь достаточно эмоциональна, вспыльчива и не всегда умеет контролировать себя и свои эмоции, что непосредственно находит отклик в одежде. Подавляющее большинство студентов предпочитают спортивный стиль, прежде всего из-за удобства и комфорта, чтобы ничего не отвлекало от учебы. Небольшой процент студентов в классическом стиле, которые обосновывают свой выбор тем, что это их собственный стиль и им нравится выделяться.

На основе полученных результатов можно сформировать товарное предложение и покупательский спрос, что будет являться источником поступления денежных средств. На основании этого швейные предприятия могут сформировать хорошую конкурентную среду.

УДК 685.34.02

## **ФОРМОУСТОЙЧИВОСТЬ ТИСНЕННЫХ ИСКУССТВЕННЫХ КОЖ ДЛЯ ВЕРХА ОБУВИ**

*Даниленко А.Е., студ., Фурашова С.Л., к.т.н., доц., Милюшкова Ю.В., к.т.н., доц.  
Витебский государственный технологический университет,  
г. Витебск, Республика Беларусь*

Повышение требований к качеству обуви, внедрение современного оборудования, изменение конструкций обуви, использование при производстве обуви материалов новых структур, расширение ассортимента кож верха требует постоянного изучения такого показателя эргономических свойств обуви как формоустойчивость – свойство изделия сохранять приданную ему форму в процессе хранения и эксплуатации.

Ассортимент материалов, применяемых при изготовлении обуви, обновляется высокими темпами. В настоящее время значительно изменился и расширился ассортимент материалов для верха обуви, все чаще используются искусственные кожи на нетканой основе с большим содержанием кожевенных волокон и полиуретановым покрытием.

С целью расширения ассортимента обуви ее детали подвергаются различным видам отделки лицевой поверхности, например, таким как тиснение. Такой вид обработки не только влияет на внешний вид детали, но и изменяет свойства материалов заготовки.

Целью работы являлось исследование влияния тиснения деталей из искусственных кож на показатель формоустойчивости обуви.

Для проведения исследований была отобрана искусственная кожа артикула «Марсель», применяемая для верха обуви. Исследовались две группы образцов, без тиснения и с тиснением в виде кругов диаметром 2 мм.

Формоустойчивость образцов оценивалась при двухосном растяжении, так как при формировании заготовок на современном оборудовании материалы подвергаются в большей степени двухосному растяжению. В основу методики положено деформирование круглых образцов  $D = 90$  мм сферическим пуансоном с моделированием технологического процесса изготовления обуви. Пластификация образцов выполнялась контактным методом при следующих режимах: температура –  $120$  °С, время воздействия – 20 с. Затем образцы сферическим пуансоном деформировались на 15 %, выдержка в деформационном состоянии составляла 1 час., через 15 минут после начала растяжения образцы подвергали тепловому воздействию, что имитировало процесс тепловой фиксации полуфабриката