

УДК 687.16

ПРИНЦИПЫ ПРОЕКТИРОВАНИЯ ОДЕЖДЫ ДЛЯ ДЕЛОВЫХ ЖЕНЩИН*Абдукаримова М. М., Нигматова Ф. У., Чурсина В. А.**(Ташкентский текстильный институт легкой промышленности)*

Образ хранительницы очага давно трансформировался, и сегодня словосочетание «деловая женщина» становится для нас привычным. Женщины – банкиры, женщины – владельцы частных предприятий, женщины – эксперты. В нашей стране слились воедино женщины различных профессий, социальных групп, национальностей. Все они разные, но по большому счету, объединены одним качеством: умением реализоваться в профессии, желанием быть независимой, зарабатывать на жизнь, иметь свой бизнес. Они являются милыми действующими лицами наших экономических реформ.

С приобретением независимости в республике Узбекистан была создана общественная организация ассоциация деловых женщин Узбекистана «Тадбиркор аёл». По данным этой ассоциации в целом по республике имеют свое дело несколько десятков тысяч женщин. Анализ суточного бюджета времени деловых женщин показал, что эти женщины за свое рабочее время вынуждены находиться в различных ситуациях, т.е. работа в учреждениях и на производстве, посещение презентаций, симпозиумов, выставок, обед в ресторане, участие в праздниках и т.д., которые требуют определенных типов одежды, включая обувь и головные уборы. Весь комплект изделий в этих случаях должен обладать общей для них функцией: обеспечить удобство жизнедеятельности женщины в конкретной ситуации. У этого типа женщин обычно дефицит времени на смену своего гардероба в течении дня. Поэтому он должен быть составлен таким образом, чтобы мог быть приемлемым для различных ситуаций. То есть одежда должна быть одновременно деловой повседневной, деловой представительской (одежда для выступления на конференциях, собрание круглых столов и т.п.) и торжественной.

Целью данной работы явилось определение принципов проектирования гардероба деловых женщин, основанного на комплексном учете различных факторов и концепции маркетинга.

Разработаны требования, предъявляемые к ассортименту одежды деловой женщины, исследованы принципы и выделены закономерности создания разнообразия внешнего вида одежды для конкретной ситуации.

Объем и структура гардероба деловой одежды должны отвечать многим требованиям. Они должны соответствовать вкусам и привычкам человека, обеспечивать необходимое разнообразие одежды, отвечать характеру деятельности, половозрастным признакам потребителей, природно-климатическим условиям места проживания человека, национальным традициям, обеспечивать человеку необходимый фонд изделий для возможности ремонта, чистки одежды и т.д. Характер жизнедеятельности деловой женщины (деловые поездки, встречи, презентации, коктейли и т.д.) определяют существование тех или иных типов костюма. Для потребителей этой группы костюм является основным элементом гардероба [1], своего рода «формой», «рабочей одеждой», что обуславливает необходимость наличия в гардеробе нескольких костюмов и постоянного обновления их ассортимента. Костюм может состоять из классического жакета, прямой юбки, строгих брюк, платьев, блузонов мужского покроя, туники, с помощью которых складываются повседневно-деловые, спортивно-дорожные, нарядные комплекты. В этих комплектах юбки, брюки, жакеты, платья будут составлять основную стабильную часть, а разнообразные блузы, жилеты, туники, свитера – мобильную часть – часто сменяемую. Следует отметить, что изделия данной ассортиментной группы обладают целым комплексом полезных потребительских свойств: они многофункциона-

нальны, легко комбинируются с изделиями других ассортиментных групп, могут использоваться в ансамбле как целиком, так и в виде одной из составляющих, всесезонны, что делает их незаменимым элементом гардероба деловых женщин. При этом особое внимание целесообразно обратить на создание комбинируемой одежды, позволяющей при минимальном количестве предметов одежды и минимальных материальных затратах получить максимальное разнообразие гардероба. Многофункциональное решение моделей одежды позволит, во-первых, в отдельных случаях увеличить срок эксплуатации деталей, во-вторых, расширить промышленный ассортимент, в-третьих, максимально разнообразить внешний вид и гардероб потребителей. В работе предлагаются объединение, через отдельные изделия, комплектов, действительно предназначенных для торжественных случаев или экскурсионно-туристических мероприятий, с повседневно-деловыми. Пластическая общность форм нескольких комплектов является основой для объединения их в гардероб. Так, например, для делового повседневного элегантного костюма, состоящего из трех частей: жакета, юбки, топа, формы должны быть лаконичные, строгие, четкие, с минимальным количеством отделки. Материал гладкокрашенный, мелкозернистой фактуры. Дополняя декоративными элементами и аксессуарами, такими как, косынка, шарф, пашмина, бижутерия, деловой повседневный костюм превращается в нарядную одежду для торжественных случаев. Сняв жакет и одев нарядный блузон или тунику, можно также изменить строгий деловой костюм в нарядный. В данном случае бизнес-леди будет располагать небольшим гардеробом на работе, (то есть имеет возможность сменить какую-либо из частей костюма). Комплект может быть построен на нюансе и контрасте форм, размеров, пропорций, количестве цвета, материала, фактуры, отделки в различном их сочетании и взаимоотношении. В комплекте нельзя выделить главное и второстепенное изделие. Взаимозаменяемость – это главное достоинство комплекта. Для сохранения художественно-композиционного единства входящих в комплект изделий и обеспечения их взаимозаменяемости необходимо соблюдать определенные закономерности формообразования. При этом следует учитывать факторы, которые определяют цельность композиционного решения комплекта изделий, к которым относятся: содержание формы, решение конструкции, выбор материала, применение элементов декора.

Следующим этапом работы было маркетинговое исследование международного рынка женской одежды с целью выявления часто встречаемых зарубежных аналогов промышленно освоенных видов женской одежды, а также определение динамики качественных и количественных показателей внешнего вида женской одежды. В целом было закодировано 1000 моделей женской верхней одежды, представленных в промышленных каталогах за 1996-2000 гг, крупнейших торговых фирм ведущих стран мира в области проектирования и реализации женской одежды. Выявлены основные тенденции развития ассортимента женской одежды, которые обусловлены следующими факторами:

- увеличением в гардеробе доли универсальной, многофункциональной, комплектуемой одежды, а именно костюмов;
- широкой популярности одежды спортивного стиля и увеличением его выпуска. Альтернативой классическим жакетам представлены модели с капюшонами, кулисками и застежкой велькро;
- увеличением изделий различных ассортиментных групп из трикотажных полотен, что говорит о стремлении современной женщины к удобству и практичности.

Среди подвергшихся анализу 1000 моделей женского костюма наибольшую частоту встречаемости имели – жакеты (36%), юбки (21%), брюки (16%), платье (10%), которые представлены в каталогах как различные комплекты.

Определена динамика качественных и количественных показателей внешнего вида женской одежды по форме, по силуэту, по длине, по линии плеча костюма, по виду и

цвету материала. В течение последующих 5 лет наблюдается небольшое изменение формы и силуэта. Она становится более мягкой, как бы обвисающей в линии плеча. На смену прямоугольника приходит форма овала, на основе чего можно прогнозировать форму на следующие пять лет. Длина изделий в постоянном движении от мини до макси. Инновации коснулись, главным образом, современных тонких видов костюмных тканей, новых разновидностей твида и тканей в «клетку-ретро».

С учетом тенденций развития качественных признаков была разработана ассортиментная матрица комплектов для деловых женщин на осенне-весенний период. В рядах матрицы расположены 4 разновидности жакета, а в столбцах 4 вида юбок, брюк и платьев. Применяя матричный метод, для одного жакета предлагается соответственно 4 вида брюк, 4 вида юбок и 4 вида платьев. Всего сочетанием разновидностей изделий можно получить 48 вариантов костюма. Количество вариантов увеличивается, если эти комплекты будут использованы в ансамбле с топами или блузками.

Выявленные принципы проектирования гардероба и разработанные требования к ассортименту одежды деловых женщин являются исходной информацией для проектирования ассортимента промышленного уровня.

Литература:

1. Тузова И. А. Разработка метода гибкого многовариантного проектирования женской верхней одежды. Дис. к.т.н.—М, 1998.