

Л.А. САФИНА

Кандидат педагогических наук, доцент, доцент кафедры дизайна КНИТУ

e-mail: lsafina@mail.ru

В.В. ХАММАТОВА

Доктор технических наук, профессор, зав. кафедрой дизайна КНИТУФ

e-mail: venerabb@mail.ru

L.A. SAFINA

Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Design KNITU

e-mail: lsafina@mail.ru

V.V. КНАММАТОВА

Doctor of Technical Sciences, Professor, Head of the Department of Design KNITU

e-mail: venerabb@mail.ru

DOI: 10.37485/1997-4663_2025_1_1_501_506

АСПЕКТЫ ДИЗАЙНА КАПСУЛЬНЫХ КОЛЛЕКЦИЙ В СОВРЕМЕННОМ ПРОИЗВОДСТВЕ ОДЕЖДЫ

DESIGN ASPECTS OF CAPSULE COLLECTIONS IN MODERN CLOTHING PRODUCTION

В статье авторы приводят анализ некоторых приемов и практик в проектировании современных коллекций одежды с целью обеспечения гибкого производства и быстрой сменяемости моделей. Приводится способ создания новых коллекций одежды для массового производства, который позволяет на основе минимального количества конструктивных основ создать максимальное количество моделей.

In the article, the authors provide an analysis of some techniques and practices in designing modern clothing collections in order to ensure flexible production and rapid changeability of models. A method is given for creating new collections of clothes for mass production, which allows creating the maximum number of models based on the minimum number of design bases.

Ключевые слова: модная одежда, швейное производство, проектирование коллекций, капсульная коллекция.

Keywords: fashion clothing, sewing production, collection design, capsule collection.

Современный этап в развитии отечественной швейной промышленности принимает новые формы, следовательно, требует новых методов и технологических подходов как в производственной цепочке, так и в образовательном процессе, реализуемом специальными и высшими учебными заведениями страны. Политика импортозамещения возникла как ответ на уход с рынка крупных иностранных производителей одежды и открыла русским дизайнерам перспективы для эффективного развития и создания новых производств.

Как известно, производители модной одежды, обуви и аксессуаров отличаются большим разнообразием в отношении занимаемого положения



Рис. 1. Схема модной индустрии

на потребительском рынке, и массовое производство (масс-маркет), которое некогда называлось «ширпотребом», или товарами широкого потребления, является его главной движущей силой, потому что обеспечивает одеждой по данным компании ResearchView 72 % всего населения Земли [1].

Индустрию модной одежды составляют бренды, имеющие свое место в общей иерархии, для которых характерно особое отношение к моде и стилю, уровень качества, ценообразование, объем производства и тиражирования вы-пускаемых изделий (рис. 1). Каждый бренд ориентирован на своего «идеального клиента», то есть направлен на обобщенный образ потребителя, который характерен для значительной группы людей с похожими характеристиками.

Однако сокращение специальных учебных заведений, которые готовили специалистов среднего и высшего звена, привело к сложностям в обеспечении квалифицированными кадрами новых производств. Профильное образование в области производства одежды по настоящий момент до конца не сократило разрыв между учебным процессом и практическим применением знаний, умений и навыков (ЗУМ) на предприятиях отрасли. Сложилась ситуация, когда распались два начала успеха швейной промышленности: теория и практика. Чтобы преодолеть этот разрыв, в образовательный процесс необходимо включать не только освоение нового программного обеспечения с применением комплексов САПР, стремительно нарастающие возможности искусственного интеллекта, но и определять методику проведения начальных стадий проектирования, которая способна устанавливать контроль на стадии рождения идеи.

Проектирования в массовом производстве должно носить прагматический, управляемый и контролируемый характер, который не зависит от творческого настроения дизайнера, а опирается на данные предыдущих выпусков и использовать проекты, которые доказали свою коммерческую целесообразность. Следовательно, современный специалист в области дизайна одежды — это проектировщик новой продукции, который в своем творчестве опирается на данные исследований предыдущих выпусков и анализ многих других факторов, влияющих на коммерческий успех всего производства.

Статистические данные исследований производственной цепочки производства одежды позволяет определить, что около 20% себестоимости товара составляют расходы на подготовительный процесс, который состоит из проектирования предмета дизайна, будь то единичное



Рис. 2. Этапы проектирования капсульной коллекции

изделие или коллекция моделей одежды, составления конструкторской и технологической подготовкой. Таким образом, в усовершенствовании процесса проектирования важно не только новейшее оборудование и программное обеспечение, но и ход мыслей дизайнера, который не заменит никакой искусственный интеллект.

При разработке подходов к проектированию, которые успешно внедрены в качестве заданий в учебный процесс подготовки дизайнеров и стилистов на кафедре «Дизайн» Казанского национально-исследовательского технологического университета, авторы исходили из того, что современное производство в целом отличается от производства, которое существовало еще 20 лет назад, своей политикой. Так на смену политике выпуска ассортиментных коллекций одежды, пришла политика производства капсульных и коммерческих коллекций, отвечающих рыночным условиям, что требует от производителя большей гибкости в сменяемости моделей, снижения затрат на подготовку новых моделей.

Суть подхода к проектированию состоит в проектировании капсульных коллекций на основе использования специальных матриц, что обеспечивает быстрое создание новых моделей, являющееся показателем гибкого производства. Такой способ способен обеспечить производству быструю сменяемость ассортимента на фоне минимизации расходов на проектирование новых моделей. На рисунке 2 показано постоянное обращение дизайнера к имеющимся конструктивным основам для создания новых моделей в художественной системе «семейство». Это позволит максимально сократить время на конструкторскую подготовку лекал на весь размерный ряд. Дизайнер при этом не ограничивает себя в выборе других композиционных средств: материал, цвет, фактура, рисунок на ткани, отделка, декор и пропорциональные изменения параметров длины изделия.

Основные аспекты проектирования капсульных коллекций на основе матриц авторы подробно изложили в современном учебнике

Ассортимент Капсула	Верхняя одежда	Платья	Верх	Низ
Повседневная				
Романтическая				
Спортивная				
Домашняя				
Трендовая				

Рис. 3. Матрица капсульной коллекции

«Проектирование костюма. Адресное проектирование», подготовленном на кафедре «Дизайн» Казанского национально-исследовательского технологического университета; приведены принципы формирования и примеры ассортиментной таблицы и матрицы коллекции. Матрица коллекции — это эффективная форма представления капсульной коллекции, где дизайн новых моделей формируется в рамках определенных конструктивных основ. Использование матрицы коллекции делает процесс проектирования новых промышленных коллекций более наглядным и эффективным. Использование хорошо разработанных конструктивных основ позволяет максимально сократить сроки внедрения новой продукции в производство, сохраняя при этом ее высокое качество. Матрица коллекции наглядно демонстрирует структуру коллекции, которая должна отвечать принципам комбинаторики в формировании образов, гибкости производства, предполагает интенсивное развитие модельного ряда без дополнительных затрат на подготовительное производство. На рисунке 3 представлен пример типовой коллекции, где прослеживается принцип формирования коммерческой коллекции. Горизонтальные ряды

составляют капсулы, входящие в промышленную коллекцию, которые отвечают определенному назначению и имеют единую стилевую направленность. Модели, которые расположены в вертикальных рядах, имеют единую конструктивную основу и представляют художественную систему «семейство». Однако на рисунке видно, что они принадлежат к различным капсулам, что и определяет перспективу для дальнейшего развития модельного ряда [2].

В соответствии с выделенными аспектами разработки коммерческих кол-лекций, деятельность дизайнера позиционируется не только как объект его творческой активности, но и как отражение производственного и потребительского запроса. Таким образом, матрица как способ создания новых коллекций одежды позволяет на основе минимального количества конструктивных основ создать максимальное количество моделей, обеспечивая адресность капсульных коллекций и их быструю сменяемость в условиях массового производства.

Список литературы:

1. Fashion индустрия в категории премиум и люкс [электронный ресурс]. — URL: <https://researchview.ru/news/blog/fashion-industriya-v-kategorii-premium-i-lyuks-21.05.2023> (дата обращения: 10.12.2024).
2. Сафина Л.А., Тухбатуллина Л.М., Хамматова В.В., Абуталипова Л.Н. Проектирование костюма (адресное проектирование): Учеб-ник. — Казань: ИД «МеДДок», 2020. — 296 с.: ил.