

Научный журнал «Костюмология» / Journal of Clothing Science <https://kostumologiya.ru>

2022, №2, Том 7 / 2022, No 2, Vol 7 <https://kostumologiya.ru/issue-2-2022.html>

URL статьи: <https://kostumologiya.ru/PDF/01TLKL222.pdf>

**Ссылка для цитирования этой статьи:**

Гаврилова, О. Е. К вопросу о роли авторских коллекций одежды в развитии и продвижении нового бренда промышленного предприятия / О. Е. Гаврилова, Л. Л. Никитина, Ю. О. Зубкова // Костюмология. — 2022. — Т. 7. — № 2. — URL: <https://kostumologiya.ru/PDF/01TLKL222.pdf>

**For citation:**

Gavrilova O.E., Nikitina L.L., Zubkova I.O. To the question of the role of author's clothing collections in the development and promotion of a new brand of an industrial enterprise. *Journal of Clothing Science*, 2(7): 01TLKL222. Available at: <https://kostumologiya.ru/PDF/01TLKL222.pdf>. (In Russ., abstract in Eng.).

*Авторы статьи выражают благодарность магистрам Д.А. Федотовой, А.Л. Данилиной, А.И. Шигаповой, И.А. Малякиной за вклад в практическую реализацию идеи разработки авторских коллекций в промышленном проектировании одежды*

УДК 687.01

**Гаврилова Ольга Евгеньевна**

ФГБОУ ВО «Казанский национальный исследовательский технологический университет», Казань, Россия  
Доцент  
Кандидат педагогических наук, доцент  
E-mail: [oegavrilova@mail.ru](mailto:oegavrilova@mail.ru)  
РИНЦ: [https://www.elibrary.ru/author\\_profile.asp?id=792852](https://www.elibrary.ru/author_profile.asp?id=792852)

**Никитина Людмила Леонидовна**

ФГБОУ ВО «Казанский национальный исследовательский технологический университет», Казань, Россия  
Доцент  
Кандидат педагогических наук, доцент  
E-mail: [naik@bk.ru](mailto:naik@bk.ru)  
РИНЦ: [https://www.elibrary.ru/author\\_profile.asp?id=792899](https://www.elibrary.ru/author_profile.asp?id=792899)

**Зубкова Юлия Олеговна**

ФГБОУ ВО «Казанский национальный исследовательский технологический университет», Казань, Россия  
Старший преподаватель  
Кандидат педагогических наук  
E-mail: [Julietta.555@mail.ru](mailto:Julietta.555@mail.ru)  
РИНЦ: [https://www.elibrary.ru/author\\_profile.asp?id=1082929](https://www.elibrary.ru/author_profile.asp?id=1082929)

**К вопросу о роли авторских коллекций  
одежды в развитии и продвижении нового бренда  
промышленного предприятия**

**Аннотация.** В XXI веке мода стала стремительно меняться из сезона в сезон. Быстрая смена модных форм диктует свои правила. Для целей продвижения нового бренда необходимо производить модели не просто актуальные в контексте модных тенденций, но и узнаваемые, со своим «характером». При этом остромодные оригинальные модели подвержены более быстрому моральному старению. Потребитель, приобретая такое изделие, имеет риск потерять к нему интерес после двух-трех раз использования. Современные темпы смены модных форм в условиях массового производства изделий легкой промышленности приводят к преждевременной утилизации многих товаров народного потребления. Современные подходы к проектированию должны обеспечивать решение комплекса взаимоисключающих задач: создания остромодных моделей, при этом способных стать базовой основой рационального

гардероба; сокращения временных и материальных затрат и формирования характера бренда; разработки недорогих и одновременно многофункциональных моделей. Для эффективного решения поставленных задач целесообразно применять принципы комбинаторики и массовой кастомизации, творческие методы разработки авторских коллекций, методы типового проектирования. В статье рассмотрены наиболее перспективные направления повышения экономичности и технологичности оригинальных моделей одежды в условиях промышленного проектирования, перспективная структура авторской коллекции в условиях промышленного производства, обоснование необходимости включения деталей и изделий оригинальных сложных форм для целей развития и продвижения нового бренда. Перспективным направлением также является создание рациональных конструкций современной одежды, позволяющих при проектировании сочетать применение производственного оборудования, увеличение объёмов продукции при уменьшении трудовых затрат и введение оригинальных деталей, имеющих рациональную конфигурацию и размеры, обеспечивающие экономичный крой. Представлен пример экспериментальной разработки авторской коллекции женских комплектов оригинального кроя. Результаты исследовательской работы показали перспективность выбранного направления проектирования, апробированы преподавателями и студентами в условиях индивидуального производства, разработаны рекомендации для внедрения авторских коллекций в промышленное производство.

**Ключевые слова:** авторская коллекция; ассортимент; бренд; комбинаторный метод; комплект; одежда; промышленное проектирование; потребитель; технология

### Введение

В процессе организации нового предприятия по производству одежды учредитель задумывается об ассортименте выпускаемой продукции. В этой связи интересна взаимосвязь между структурой ассортимента и тем, как на рынок выводятся новые молодые отечественные бренды, как происходит их развитие, какие технологии при этом используются.

Потребитель сегодня хочет выглядеть модно и оригинально, демонстрировать свой стиль и статус в обществе, что обусловлено одной из базовых потребностей. Для удовлетворения этой потребности человек обращает особое внимание на остромодную одежду, представленную в последних коллекциях масс-маркета. Однако, среднестатистический потребитель оценивает вложения в остромодные оригинальные предметы одежды как нерациональные, такой предмет гардероба сложно гармонично включить в комплект. В связи с чем ассортимент сетевых магазинов представлен в большей степени изделиями типовых форм, которые составляют потенциальную «капсулу» гардероба. Эти изделия традиционного стиля легко сочетаются между собой по форме и цвету. Производство востребованного качественного продукта, который является многофункциональным, а также относительно стабильным в контексте модного ассортимента на сегодняшний день и является актуальным для потребителя [1; 2].

На сегодняшний день в масс-маркете можно найти женскую одежду с элементами сложных форм, это изделия нетиповых форм и конструкций. Большая и сложная форма одежды имеет свойство прикрывать, закрывать и увеличивать тело человека или отдельные его части. С помощью такой одежды определенный относительно узкий сегмент потребителей выделяется из толпы, таким образом привлекает к себе внимание. Но так пока поступают только самые активные приверженцы оригинальности, не все способны воспринимать гипертрофированные модные формы современных изделий. Таким образом, большинство потребителей стабильно предпочитает одежду типовых форм и кроев. Однако, элементы сложных форм в женской одежде могут использоваться гармонично, выполняя роль акцентного

центра композиции, привлекая внимание к изяществу отделки. Одежда с отдельными элементами сложных форм становится с каждым годом все востребованнее [3]. Поэтому многие современные дизайнеры предлагают все больше и больше одежду со сложными формами и деталями.

В промышленных масштабах создание сложных форм в предметах одежды зачастую является экономически неоправданным. Важную роль в проектировании швейных изделий играет прогнозирование формообразующих свойств материалов. Необходимо уделять большое внимание факторам технологического процесса изготовления изделий, связанным со свойствами материалов и способами формообразования. Однако, на производстве можно снизить затраты на сами материалы, а также трудоемкость производства изделий. При проектировании изделий сложных форм для масс-маркета важно обеспечить относительное снижение временных и материальных затрат, создание одежды высокого качества, но для этого необходимо правильно прогнозировать результаты проектирования и производства [4–8]. Изучая потребительский спрос и изменения рынка товаров легкой промышленности, можно заметить, что сложные формы в женской одежде стремятся к пику популярности, но для создания такой одежды необходимы недорогие материалы с определёнными свойствами. Такие материалы необходимы для того, чтобы одежда была доступной в магазинах масс-маркета для покупателей и была способна долгое время сохранять форму.

### Теоретическое обоснование

При организации нового предприятия необходимо создать неповторимый имидж бренда и выйти на лидирующие позиции в своем сегменте рынка с учетом социальных процессов, происходящих в стране и отдельных регионах. Наибольший интерес представляют особенности построения бренда на отечественном рынке. При создании бренда необходимо опираться на несколько ключевых этапов построения и развития бренда:

1. Завоевать доверие потребителя. Во-первых, создать историю или легенду (программирование приятных ассоциаций). Придумывается история, в которой возможно потребитель — действующее лицо. Например, Chanel — это целый мифический мир. Образ Шанель лейтмотивом проходит через всю историю дома. Всякий раз, когда модный дом выпускает новый продукт, он связывает его в сознании потребителя с образом Коко. Во-вторых, привлечь перспективного дизайнера. Например, дом Chanel сделал правильный выбор, остановившись на кандидатуре Карла Лагерфельда. В-третьих, добиться оптимального соотношения коммерческого интереса и свободы творчества. Никакая реклама не поможет успешно продвигать продукт, не соответствующий заявленному уровню качества. Пример — Пьер Карден, давший лицензии на использование своего бренда множеству производителей, чье качество товаров не всегда удовлетворительно.

2. Сформировать миссию.

3. Разработать внешние черты бренда (имя, логотип, фирменный знак и цвет, слоган, персонаж, упаковка).

4. Наделить бренд индивидуальным характером (позиционирование характера бренда). Бренд, как живой организм, растет, существует и меняется вместе с обществом. Характер бренда выражается в языке и поведении.

5. Поддерживать имидж бренда (модные показы, гляцевые журналы, наружная, ТВ- и радиореклама и др.).

Для реализации третьего и четвертого этапов особенно важным является формирование индивидуальной, уникальной стилистики предполагаемой к выпуску и реализации продукции

[9–11]. Продукция должна быть оригинальной, узнаваемой, иметь характерные особенности стиля бренда. Решением этих задач может стать внедрение остромодных авторских коллекций на начальных этапах создания бизнеса, отличительной особенностью которых является наличие ярко выраженной творческой идеи дизайнера. Как правило они предназначены для индивидуального клиента, но могут реализовываться для целей массового потребления при определенных условиях. Авторские коллекции часто создаются для демонстрации на специализированных выставках, в различных клубах, на презентациях, в профессиональных конкурсах и т.п. [12–15] А промышленные базовые коллекции предназначены непосредственно для внедрения и реализуют ассортиментную политику предприятия. Они в основном рассчитаны на массовое производство, отражают наиболее характерные типовые формы времени, апробированные конструкторские и технологические решения.

То есть собственно промышленные коллекции демонстрируют общую концепцию ассортимента предприятия, который уже более или менее адаптирован для потенциального сегмента потребителей. В этих коллекциях реализуются принятые большинством модные течения, изделия в массовом производстве преимущественно имеют относительно мягкие формы и уже многократно апробированные узлы и конструкции [16]. Чтобы оригинальные модели могли быть внедрены в серийное и массовое производство, их нужно адаптировать к требованиям, предъявляемым к промышленным коллекциям.

Одно из важных требований, которое должно учитываться при проектировании предметов одежды в условиях массового производства, — технологичность деталей и узлов конструкции. Материалоемкость изделий снижается прежде всего с совершенствованием конструкторских решений и общетехнической организации производства. Перспективным направлением является создание конструкций одежды, отвечающих требованиям технологичности, которые исключают формообразование с помощью принудительной влажно-тепловой обработки, создают условия для применения точного кроя (а он в свою очередь обуславливает требования к форме деталей конструкции). В конструкциях допускается перенос швов, позволяющий обеспечить большую плотность раскладки при сокращении расхода материала [5–8].

В процессе конструирования одежды при определении конфигурации срезов деталей необходимо уже на первоначальном этапе решать одновременно две задачи: детали конструкции должны обеспечивать заданную форму и возможность рациональной раскладки лекал с минимальными межлекальными выпадами. Адаптирование формы деталей разрабатываемого изделия к решению задачи минимизации межлекальных отходов возможно благодаря использованию общих правил адаптивного конструирования, сформулированных Козловым Б.А.: тропизация (выбор оптимального направления деталей в раскладке), мультипликация (повторение), лабилизация (изменение конфигурации контуров деталей), декомпозиция (разбиение детали) [7; 8].

Оценка перспективности моделей авторской коллекции для внедрения в серийное и массовое производство на стадии эскизного проектирования позволяет своевременно определить целесообразность дальнейшей проработки моделей или необходимость направленного изменения конструктивного решения. При разработке авторских коллекций в условиях серийного и массового производства необходимо учитывать то, что критерием отбора новых моделей являются возможность их производства в одном потоке и конструктивная и технологическая преемственность. При этом возможно применение уже наработанных предприятием конфигураций типовых деталей, наиболее оптимальных конструктивных основ, узлов, кроев изделия в целом без снижения уровня эстетических показателей качества и интересов потребителей. Данный подход позволяет оптимально механизировать и

автоматизировать процессы технологической обработки оригинальных изделий и изделий сложных форм.

При проектировании сложных оригинальных моделей одежды для целей промышленного производства возникает множество вопросов, связанных с построением, а именно трансформацией исходной базовой конструкции в модельную. Добиться оригинальности модели можно не только посредством введения множества членений деталей формы, при рациональном подходе данную задачу можно решить различными путями. Основная идея оригинальных моделей выражается в силуэтах, определенных структурах материалов, декоративных элементах. Исходя из позиции, что сложность формы готового изделия может выражаться не только в конструктивной сложности узлов, но также она может выражаться в сочетании цвета и фактуры материала.

В условиях серийного и массового производства с учетом вариативности возможных модных направлений обеспечить максимально возможную функциональность проектируемых изделий позволяет комбинаторный метод, а максимально повысить удовлетворенность или расширить сегмент потенциальных потребителей — принцип массовой кастомизации, который предполагает удовлетворение постоянно меняющихся уникальных желаний и запросов потребителей в условиях промышленного производства [17–23].

### Результаты

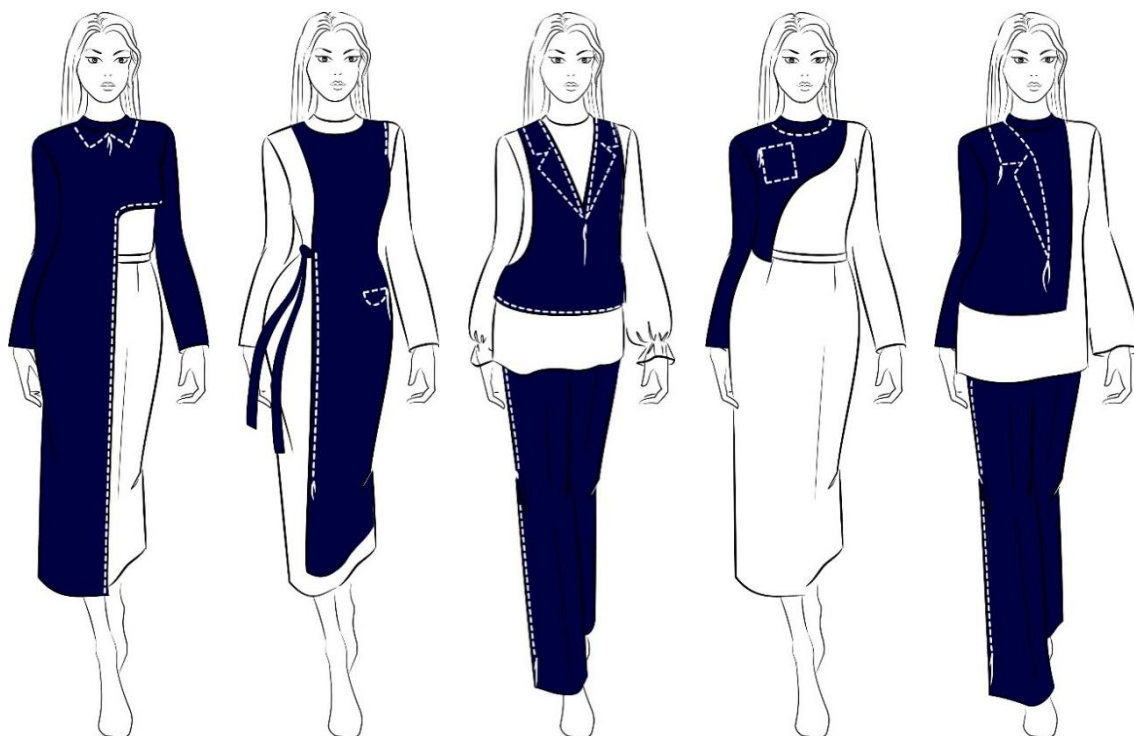
Наиболее востребованным и экономически выгодным в настоящее время является производство конкурентоспособного качественного продукта, который будет многофункциональным, а также будет относительно стабильным в контексте модного ассортимента. Всем вышеобозначенным требованиям соответствует в большей степени структура ассортимента, включающая комплект, состоящий из трех-четырех предметов. Купив комплект одежды, которую можно будет носить в разных вариациях и на разные мероприятия, потребитель может сократить расходы на покупку одежды, но при этом получить разнофункциональные комплекты в гардеробе, сэкономить время на шопинг. При проектировании предмета комплекта для достижения относительной стабильности в отношении модных тенденций необходимо использовать базовые классические формы с оригинальными элементами, которые и создают узнаваемый характер бренда. Для достижения стилистической остроты моделей целесообразно использовать сочетание разных по фактуре и цвету материалов. Проблему создания яркости образа можно решить, используя в костюме базовые оттенки с добавлением контрастных оттенков для отдельных деталей, без использования принтов, иначе можно получить временную вещь.

В повседневной жизни можно носить эти элементы комплекта как отдельные предметы гардероба. Производитель может заранее составить и предложить капсульный вариант гардероба потенциального потребителя. Принципы массовой кастомизации могут реализовываться через сопутствующий ассортимент, через элементы трансформации, через проектирование изделий с различными способами ношения, через модульность конструкции. Производителям целесообразно предлагать потребителю серии моделей одежды в определенной стилистике с различными эффектами, которые получаются за счет усложнения рельефа поверхности формы или необычных принтов на полотне. На сегодняшний день большинство таких изделий остаются в сегменте бытовой одежды относительно типовых форм. Для проектирования более оригинальных и изящных изделий может использоваться более эффектный прием. Например, при проектировании форм женской одежды для торжественных мероприятий можно ориентироваться на такие конструкции, которые позволят создавать оригинальные нетиповые пространственные объемы.

В теории дизайна костюма выделяют следующие виды поверхности одежды сложных форм: гладкая форма (рельефная или нерельефная), для которой характерным является плавный контур горизонтального сечения; ломанная форма, образованная прямолинейными и криволинейными поверхностями (срез в такой форме можно быть волнистый, зубчатый или с нерегулярными линиями); комбинированная форма.

Теоретическое обоснование внедрения авторских коллекций одежды в промышленное производство в целях развития и продвижения нового бренда в рамках исследований, проведенных в ФГБОУ ВО «Казанский национальный исследовательский технологический университет» (КНИТУ), позволило реализовать на практике принципы создания такой коллекции моделей одежды, представленной на рисунке 1. Модели коллекции получили экспертную оценку, которая позволила выявить оптимальную структуру комплекта. Каждый комплект состоит из двух базовых изделий типовых форм и одного изделия оригинальной формы. В рамках научно-исследовательской работы на кафедре «Конструирование одежды и обуви» КНИТУ были изготовлены опытные образцы изделий.

При разработке авторской коллекции учитывались основные требования типового проектирования. Для упрощения разработки одежда, предназначенная для массового производства, создается на типовую фигуру со средним размером одежды — это требование необходимо соблюдать. Элементами конструктивного формообразования в типовых изделиях являются швы, выточки, сборки, подрезы, драпировки и складки. При получении развертки на плоскости для вогнутых форм деталей элементы конструктивного формообразования могут быть заменены на принудительное оттягивание и сутюживание. В процессе проектирования швейных изделий оригинальных остромодных форм могут применяться сложные приёмы моделирования. В оригинальном изделии сложной формы одним из интересных решений является такое, когда конструктивные швы определяют форму, но сами они в изделии незаметны. Сложная поверхность изделия в такой форме одежды предусматривает нетиповые конструктивные линии членения и участки влажно-тепловой обработки.



*Рисунок 1. Коллекция комплектов женской одежды*

Таким образом, разработка авторских коллекций на основе системы «комплект» в условиях промышленного предприятия является перспективным направлением развития и продвижения нового бренда. При этом использование в коллекции узнаваемых элементов позволяет добавить яркости характеру бренда, сделать его уникальным и современным в отличие от традиционных классических капсульных коллекций масс-маркета, реализуемых в большинстве торговых центров. Как показали экспериментальные исследования, комплект «3 в 1», включающий одно изделие нетиповой формы, одновременно является основой рационального гардероба потребителя и позволяет ему создать остромодный образ, не затрачивая усилия и время на его составление. Обозначенные выше преимущества и результаты экспертной оценки позволяют утверждать, что авторские коллекции одежды, разработанные в системе «комплект», будут пользоваться спросом в условиях масс-маркета, соответственно будут не только конкурентоспособными, но и выполнят функции по развитию и продвижению нового бренда.

### Выводы

Для того, чтобы создавать одежду сложных форм в промышленных масштабах необходимы не только особые материалы со специфическими свойствами, необходимо определить предполагаемый сегмент потенциальных потребителей, особенности их телосложения, перспективную форму одежды, покрой (типовой покрой основы изделия может сочетаться с оригинальным кроем отдельных деталей), технологическую обработку (в том числе способы формозакрепления). Проектируемая конструкция изделия определяет в какой-то степени и будущее качество обработки.

Важную роль в проектировании швейных изделий играет прогнозирование формообразующих свойств. Особое внимание необходимо обращать на технологический процесс производства изделий, связанному со формообразующими свойствами применяемых материалов. Такой подход к организации проектирования позволит снизить расходы на основные и прикладные материалы, трудоемкость моделей, другие расходы производства, получать продукцию высокого уровня качества при правильном прогнозировании результатов проектирования.

Таким образом, перспективы промышленного производства женской одежды с элементами сложных форм не так очевидны, но при рациональном подходе к процессам проектирования и производства видятся авторам вполне реальными. Модные тенденции в женской одежде сменяются достаточно быстро, но изделия сложных форм для различных условий эксплуатации всегда были относительно «вне моды», что позволяет сделать вывод о потенциальной конкурентоспособности выбранной ассортиментной группы изделий. С учетом современных тенденций моды данные подходы к проектированию позволят получить multifunctional, оригинальные модели предметов одежды в условиях промышленного производства.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Ускова В.А. Проектирование многофункционального комплекта женской одежды с использованием комбинаторного метода / В.А. Ускова, Л.Л. Никитина, О.Е. Гаврилова // Программа научной конференции КНИТУ. — Казань: Изд-во: КНИТУ, 2019. — С. 86.
2. Федина П.Н. Характеристика подходов в проектировании многофункциональной одежды / П.Н. Федина // Материалы XVIII Всероссийской научно-практической конференции студентов и аспирантов «Молодежь, наука, творчество — 2020». — Омск: Изд-во «Омский государственный технический университет», 2020. — С. 146–149.
3. Герасименко И.И. Разработка технической документации авторской коллекции женской одежды для промышленного производства / И.И. Герасименко, Д.В. Купреева // Современные информационные технологии в образовании, науке и промышленности: сборник трудов VI международной конференции: IV международный конкурс научных и научно-методических работ, Москва, 25–26 мая 2016 года / Международная академия информатизации, Московский государственный университет технологий и управления имени К.Г. Разумовского. — М.: ООО «Издательство «Спутник+», 2016. — С. 117–122.
4. Коваленко Ю.А. Оптимизация методов художественного проектирования промышленных изделий с целью обеспечения качества одежды / Ю.А. Коваленко, Г.И. Гарипова // Молодежь и наука: шаг к успеху: сборник научных статей 3-й Всероссийской научной конференции перспективных разработок молодых ученых: в 5 т., Курск, 21–22 марта 2019 года. — Курск: Закрытое акционерное общество «Университетская книга», 2019. — С. 257–260.
5. Кривошапко Ю.В. Ответственное потребление и пути решения в авторской коллекции одежды «Нитесплетение» / Ю.В. Кривошапко // Наука. Культура. Искусство: актуальные проблемы теории и практики: Сборник материалов Всероссийской (с международным участием) научно-практической конференции. В 4-х томах, Белгород, 10 февраля 2021 года / Ответственные редакторы: Ю.В. Бовкунова, И.В. Шведова, О.Г. Ерёмкина. — Белгород: Белгородский государственный институт искусств и культуры, 2021. — С. 32–38.
6. Никитина Л.Л. Поиск рациональных размеров и форм безотходных модульных конструкций в промышленном проектировании костюма / Л.Л. Никитина, О.Е. Гаврилова, Н.В. Тихонова // Известия высших учебных заведений. Технология легкой промышленности. — 2021. — № 4. — С. 70–74.
7. Федотова Д.А. Обеспечение технологичности и экономичности конструкций оригинальных моделей в промышленном производстве / Д.А. Федотова, О.Е. Гаврилова, Л.Л. Никитина // Проблемы текстильной отрасли и пути их решения: Сборник научных трудов Всероссийского круглого стола с международным участием, Москва, 22 декабря 2020 года. — М.: Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Российский государственный университет имени А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)», 2021. — С. 250–255.



8. Федотова Д.А. Создание остромодных оригинальных конструкций в условиях промышленного проектирования / Д.А. Федотова, О.Е. Гаврилова, Л.Л. Никитина // Инновации и технологии к развитию теории современной моды «мода (материалы. Одежда. дизайн. аксессуары)»: Сборник материалов I Международной научно-практической конференции, посвященной Фёдору Максимовичу Пармону, Москва, 05–07 апреля 2021 года. — Москва: Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Российский государственный университет имени А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)», 2021. — С. 227–231.
9. Желнова М.А. Маркетинговая стратегия в новых реалиях: фокус на потребителя / М.А. Желнова // Маркетинг и маркетинговые исследования. — 2018. — № 2. — С. 88–98.
10. Лученкова Д.Н. Признаки брендинга моделей женской одежды авторских коллекций / Д.Н. Лученкова, Л.В. Попковская // Материалы докладов 46 республиканской научно-технической конференции преподавателей и студентов, Витебск, 24–25 апреля 2013 года / Витебский государственный технологический университет. — Витебск: Витебский государственный технологический университет, 2013. — С. 312–313.
11. Попковская Л.В. Использование элементов бренда в костюме / Л.В. Попковская // Тезисы докладов 49 Международной научно-технической конференции преподавателей и студентов, Витебск, 20–21 апреля 2016 года. — Витебск: Витебский государственный технологический университет, 2016. — С. 159.
12. Абилова С.О. Разработка авторской коллекции моделей одежды для бренда "allo" в трендах интеграции индустрии моды в digital среду / С.О. Абилова, Н.А. Сахарова — DOI 10.47367/2413-6514\_2020\_1\_167 // Физика волокнистых материалов: структура, свойства, наукоемкие технологии и материалы (SMARTEX). — 2021. — № 1. — С. 167–169.
13. Габдуллина Э.Ф. Научные подходы к разработке авторских коллекции / Э.Ф. Габдуллина, А.М. Рахматуллин, Л.Р. Гирфанова // Материалы и методы инновационных исследований и разработок: сборник статей Международной научно-практической конференции, Самара, 10 марта 2018 года. — Самара: Общество с ограниченной ответственностью «Аэтерна», 2018. — С. 11–15.
14. Демидова О.В. Предпроектный анализ авторской коллекции одежды / О.В. Демидова // Мода и дизайн: исторический опыт — новые технологии: Материалы XX международной научной конференции, Санкт-Петербург, 30 мая — 02 2017 года / Под редакцией Н.М. Калашниковой. — СПб: Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, 2017. — С. 537–541.
15. Особенности разработки концепции промышленных авторских коллекций как способ творческой самореализации для дизайнеров / И.С. Ким, Г.С. Кенжибаева, В.М. Джанпаизова [и др.] // Известия высших учебных заведений. Технология текстильной промышленности. — 2020. — № 4(388). — С. 148–152.
16. Демидова О.В. Виды коллекций одежды в современной индустрии моды и их особенности / О.В. Демидова // Мода и дизайн: исторический опыт — новые технологии: Материалы XXIV Международной научной конференции, Санкт-Петербург, 26–29 мая 2021 года. — СПб: Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, 2021. — С. 424–426.

17. Баркова Н.Ю. Массовая кастомизация в индустрии моды / Н.Ю. Баркова. — Текст: непосредственный // Вестник университета / Издательство: Государственный университет управления Москва, 2018, С. 85–90. — URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=35122716> (дата обращения: 29.11.2021).
18. Овсянникова К.А. Массовая кастомизация: суть, особенности и отличия / К.А. Овсянникова // Молодые ученые — развитию текстильно-промышленного кластера (ПОИСК). — 2017. — № 2. — С. 351–352.
19. Романовский Р.С. Разработка метода автоматизированного проектирования ассортиментных промышленных коллекций с учетом массовой кастомизации / Р.С. Романовский, И.А. Петросова — DOI 10.46418/0021-3489\_2021\_52\_02\_09. // Известия высших учебных заведений. Технология легкой промышленности. — 2021. — Т. 52. — № 2. — С. 41–44.
20. Piller F. / Observation on the present and future of mass customization / International Journal of Flexible Manufacturing Systems, 19(1), 2007, p. 630–636 / [https://www.researchgate.net/publication/227323432\\_Observations\\_on\\_the\\_Present\\_and\\_Future\\_of\\_Mass\\_Customization](https://www.researchgate.net/publication/227323432_Observations_on_the_Present_and_Future_of_Mass_Customization).
21. Jiang K. Satisfying customer preferences via mass customization and mass production / K. Jiang, H.L. Lee, R.W. Seifert — DOI 10.1080/07408170500346386 // IIE Transactions (Institute of Industrial Engineers). — 2006. — Vol. 38. — No 1. — P. 25–38.
22. Kalinina M.A. Customization as a Marketing Innovative Driver in a Turbulence Economy / M.A. Kalinina // Management Sciences. — 2017. — Vol. 7. — No 2. — P. 66–69.
23. Xu Y. Optimization of garment sizing and cutting order planning in the context of mass customization / Y. Xu, S. Thomassey, X. Zeng — DOI 10.1007/s00170-019-04866-w // The International Journal of Advanced Manufacturing Technology. — 2020. — Vol. 106. — No 7–8. — P. 3485–3503.

**Gavrilova Olga Evgen'evna**

Kazan National Research Technological University, Kazan, Russia  
E-mail: oegavrilova@mail.ru  
RSCI: [https://www.elibrary.ru/author\\_profile.asp?id=792852](https://www.elibrary.ru/author_profile.asp?id=792852)

**Nikitina Ludmila Leonidovna**

Kazan National Research Technological University, Kazan, Russia  
E-mail: naik@bk.ru  
RSCI: [https://www.elibrary.ru/author\\_profile.asp?id=792899](https://www.elibrary.ru/author_profile.asp?id=792899)

**Zubkova Iulia Olegovna**

Kazan National Research Technological University, Kazan, Russia  
E-mail: Julietta.555@mail.ru  
RSCI: [https://www.elibrary.ru/author\\_profile.asp?id=1082929](https://www.elibrary.ru/author_profile.asp?id=1082929)

## **To the question of the role of author's clothing collections in the development and promotion of a new brand of an industrial enterprise**

**Abstract.** In the 21st century, fashion began to change rapidly from season to season. The rapid change of fashionable forms dictates its own rules. In order to promote a new brand, it is necessary to produce models that are not only relevant in the contest of fashion trends, but also recognizable, with their own “character”. At the same time, trendy original models are subject to faster obsolescence. The consumer, purchasing such a product, has the risk of losing interest in it after two or three times of use. The current pace of change in fashionable forms in the conditions of mass production of light industry products leads to the premature disposal of many consumer goods. Modern approaches to design should provide a solution to a set of mutually exclusive tasks: the creation of trendy models, at the same time capable of becoming the basic basis of a rational set of clothes; reduction of time and material costs and the formation of the character of the brand; development of inexpensive and at the same time multifunctional models. To effectively solve the tasks set, it is advisable to apply the principles of combinatorics and mass customization, creative methods for developing author's collections, and standard design methods. The article discusses the most promising ways to increase the cost-effectiveness and manufacturability of original clothing models in the context of industrial design, the promising structure of the author's collection in the context of industrial production, the justification for the need to include parts and products of original complex shapes for the development and promotion of a new brand. A promising direction is also the creation of rational designs of modern clothing, which allows, when designing, to combine the use of productive equipment, an increase in production volumes with a decrease in labor costs and the introduction of original parts that have a rational configuration and dimensions that provide an economical cut. An example of the experimental development of the author's collection of women's sets of the original cut is presented. The results of the research work showed the prospects of the chosen direction of design, were tested by teachers and students in the conditions of individual production, recommendations were developed for the introduction of author's collections into industrial production.

**Keywords:** author's collection; assortment; brand; combinatorial method; complete set; garment; industrial design; customer; technology