

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

2021, №3, Том 6 / 2021, No 3, Vol 6 <https://kostumologiya.ru/issue-3-2021.html>

URL статьи: <https://kostumologiya.ru/PDF/03TLKL321.pdf>

Ссылка для цитирования этой статьи:

Мухина М.В., Александрова В.Ю., Багрянская Е.С., Булганина А.Е. Исследование изделия текстильной промышленности — фирменной одежды вожатых // Научный журнал «Костюмология», 2021 №3, <https://kostumologiya.ru/PDF/03TLKL321.pdf> (доступ свободный). Загл. с экрана. Яз. рус., англ.

For citation:

Mukhina M.V., Alexandrova V.Yu., Bagryanskaya E.S., Bulganina A.E. (2021). Study of a textile industry product — brand clothing for counselors. *Journal of Clothing Science*, [online] 3(6). Available at: <https://kostumologiya.ru/PDF/03TLKL321.pdf> (in Russian)

Мухина Мария Вадимовна

ФГБОУ ВО «Нижегородский государственный педагогический университет им. К. Минина»,
Нижегород, Россия
Доцент

Кандидат педагогических наук

E-mail: mariyamuhina@yandex.ru

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9219-349X>

РИНЦ: https://elibrary.ru/author_profile.asp?id=737294

Researcher ID: <https://www.researcherid.com/rid/T-9387-2018>

SCOPUS: <https://www.scopus.com/authid/detail.url?authorId=57191369013>

Александрова Виктория Юрьевна

ФГБОУ ВО «Нижегородский государственный педагогический университет им. К. Минина»,
Нижегород, Россия
Студент

E-mail: aleksandrovavyu@st.mininuniver.ru

Багрянская Елизавета Сергеевна

ФГБОУ ВО «Нижегородский государственный педагогический университет им. К. Минина»,
Нижегород, Россия
Студент

E-mail: ebagryanskaya@mail.ru

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2225-7179>

РИНЦ: https://www.elibrary.ru/author_profile.asp?id=1020009

Булганина Анастасия Евгеньевна

ФГБОУ ВО «Нижегородский государственный педагогический университет им. К. Минина»,
Нижегород, Россия
Студент

E-mail: bulganina555@mail.ru

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3300-9469>

РИНЦ: https://elibrary.ru/author_profile.asp?id=1004486

Исследование изделия текстильной промышленности — фирменной одежды вожатых

Аннотация. В статье представлены результаты исследования изделия текстильной промышленности — одежды для вожатых. Интерес к данной проблеме обуславливается возрастающим интересом потребителей к детским оздоровительным лагерям. Фирменный стиль одежды вожатого формирует положительное мнение о детском оздоровительном лагере, способствует узнаваемости заведения, информирует о высоком качестве оказания услуг.

Поэтому было проведено исследование с целью выявления важности наличия фирменного стиля одежды вожатого лагеря для потребителя услуг детского отдыха. Основным методом исследования являлся опрос с использованием Google-форм, с последующей обработкой и интерпретацией результатов. Тип выборки случайный. Результаты исследования мнения респондентов легли в основу разработки дизайна эскизов комплекта «идеальной» формы для вожатого. Исследование показало, что 95,8 % опрошенных считают, что вожатым нужна отличительная одежда в лагере, (79,2 %) считают важным наличие фирменного стиля одежды вожатого, 75 % опрошенных, считают, что фирменный стиль формирует положительное отношение к лагерю детей и родителей. Полученные данные показывают, что респонденты убеждены в необходимости наличия отличительной одежды у вожатых и считают, она должна носить «фирменные» признаки, характерные для имиджа определенного лагеря.

Изучение мнения респондентов об особенностях фирменной одежды вожатых, позволило выявить, что комплект «идеальной» фирменной одежды вожатого должен состоять из футболки или бомбера, изготовленных из хлопчатобумажной ткани, быть ярких цветов, в различных сочетаниях, с аксессуарами, увеличивающими узнаваемость вожатого и лагеря. На основании полученных результатов нами были разработаны эскизы «идеальной» фирменной формы для вожатого в детском оздоровительном лагере. Данные эскизы могут быть адаптированы под фирменный стиль определенного лагеря. Наличие фирменного стиля вожатого будет способствовать его узнаваемости в коллективе ДОЛ, повышать узнаваемость заведения, его привлекательность, что обеспечит приток потребителей в конкретный детский оздоровительный лагерь.

Ключевые слова: текстильные изделия; фирменная одежда вожатого; детский оздоровительный лагерь; опрос; исследование мнения потребителей; разработка эскизов комплекта формы вожатого; имидж лагеря

Введение

Одной из набирающей популярность тенденций в деятельности современных предприятий является наличие корпоративной фирменной формы работников [1; 2]. При этом заметен уход от текстильных изделий из низкой ценовой категории и прослеживается интерес к более качественным материалам для изготовления корпоративной одежды [3]. При производстве корпоративной фирменной одежды используются хлопчатобумажные, льняные, шерстяные, синтетические, смешанные и другие ткани [4; 5]. За последние годы разработано много новых материалов, обладающих различными свойствами, отвечающими определенным требованиям конкретной профессии [6].

Исследования показали, что когда человек работает в неудобной одежде, то быстрее наступает переутомление и возникает раздражительность. При разработке фирменной одежды для любой профессии необходимо учитывать условия труда сотрудников, требования конкретной профессиональной отрасли, а также брендбук компании. Изготовленная таким образом фирменная одежда может легко решать сразу несколько задач: защищать сотрудника, рабочее место или служить для идентификации, укрепления имиджа компании.

Организация летнего отдыха и оздоровления детей является в настоящее время важной сферой государственного регулирования, средством обеспечения непрерывности образования, специфической формой дополнительного образования детей [7; 8]. Несмотря на сложную ситуацию в мире, связанную с распространением пандемии, интерес к организованному отдыху детей остается на высоком уровне. Летом 2021 г. по данным исследовательского центра сервиса

«Зарплата.ру» около 30 % детей посетят школьные, спортивные, языковые и оздоровительные лагеря¹.

Фирменная одежда вожатого также имеет важное значение для организации профессиональной деятельности в детском оздоровительном лагере (ДОЛ). Фирменная одежда вожатого должна не только обеспечивать удобство в работе, но и способствовать формированию положительного образа ДОЛ и самоидентификации лагеря [9].

Под фирменным стилем понимают набор цветовых, графических, словесных и прочих постоянных элементов, обеспечивающих визуальное и смысловое единство образа всей исходящей от детского лагеря информации, его внутреннего и внешнего оформления. Одной из первых единую форму внедрили в Артеке в 1925 году. Она стала символом объединения, сплоченности и вхождения в большую артековскую семью. Все начиналось с белых рубашек с шортами — для юношей и холщовых платьев — для девушек. После Великой Отечественной войны в приоритете была форма цвета хаки, а цвет рубашек стал различаться в зависимости от названия лагеря: у «Лазурного» они были бежевые, у «Морского» — голубые. В конце XX века артековцы получали уже несколько комплектов одежды: парадный, повседневный и спортивный. Это были рубашки и футболки, юбки и шорты, свитер — для зимних смен, штормовка, джинсы и обязательно — пилотка цвета морской волны².

Наличие единой формы одежды вожатого важный компонент для лагеря [10]. Она способствует повышению корпоративного духа, объединяет сотрудников, вырабатывает чувство причастности к общему делу, положительно влияет на эстетический уровень и визуальную среду детского лагеря.

У современного потребителя растут требования к качеству оказываемых услуг предприятием, отвечающим за организацию отдыха, и у родителей и детей формируются определенные ожидания от деятельности выбранного ими детского лагеря [11]. Наличие фирменного стиля детского лагеря, является для родителей сигналом о высокой организации деятельности ДОЛ, что является показателем качества оказываемых услуг³. Поэтому было проведено исследование с целью выявления важности наличия фирменного стиля одежды вожатого лагеря для потребителя услуг детского отдыха [12; 13]. Результаты исследования мнения респондентов легли в основу разработки дизайна эскизов комплекта «подходящей» формы для вожатого.

Методы

Методом исследования в данной работе являлся опрос. Использование возможностей, предоставляемых Google-формами, позволяет получать необходимую информацию от респондентов в он-лайн формате.

Для проведения опроса была разработана анкета, включающая вопросы закрытого типа с одинарным или множественным выбором. Полученные результаты прошли процесс обработки, анализа и интерпретации.

¹ Газета известия. Туризм. 24 июня 2021 года. № 114 <https://iz.ru/1168717/2021-05-25/bolee-40-rossiiskikh-shkolnikov-provedut-leto-doma>.

² Форма в «Артеке» <https://artek.org/zhizn-arteka/forma-v-arteke/>.

³ «Уважаемый вожатый» или как добиться признания в отряде https://incamp.ru/uvazhaemy_vizhaty_ili_kak_dobitsy_priznaniya.html.

Задачи исследования: выявить требования современных потребителей услуг детского оздоровительного лагеря к форме вожатых; разработать эскизы комплекта «подходящей» формы для вожатого.

Результаты

Опрос респондентов был проведен в мае 2021 года среди жителей Нижегородской области, в выборку вошли девушки и молодые люди в возрасте от 18 до 23 лет. Опрашивались люди, которые работали вожатыми в лагерях (58,3 %), которые никогда не работали в лагерях (33,3 %) и те, кто только собираются работать (8,3 %). Таким образом, большинство опрошенных имеют представление о работе ДОЛ или являются потенциальными потребителями, поэтому их мнение важно при разработке дизайна эскизов комплекта «идеальной» формы вожатых (рис. 1).

Работали ли вы когда-либо вожатым в лагере?
48 ответов

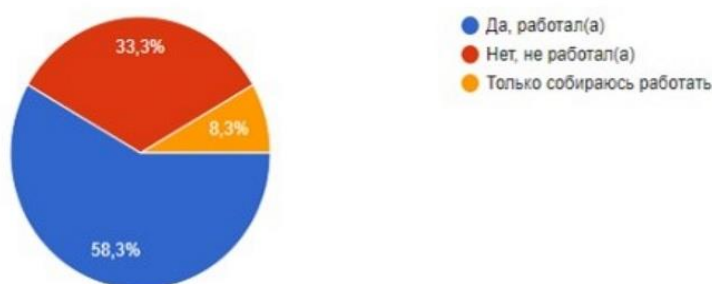


Рисунок 1. Ответы на вопрос 1 (разработано автором)

Приведем результаты ответов на наиболее важные вопросы анкеты. Практически все участники опроса считают (95,8 %), что вожатым нужна отличительная одежда в лагере, и 4,2 % также затруднились ответить на данный вопрос (рис. 2).

Как вы считаете, нужна ли вожатым отличительная одежда в лагере?
48 ответов

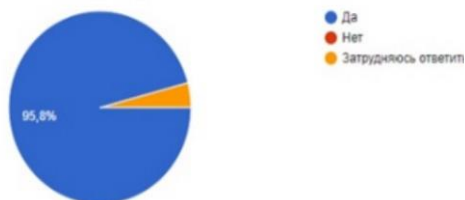


Рисунок 2. Ответы на вопрос 2 (разработано автором)

Как вы считаете, важен ли фирменный стиль вожатого в лагерях?
48 ответов



Рисунок 3. Ответы на вопрос 3 (разработано автором)

Большинство опрошенных (79,2 %) считают, что фирменный стиль вожатого в лагерях очень важен, и только 8,3 % респондентов уверены, что фирменная одежда вожатого не важна, 12,5 % затруднились дать четкий ответ на данный вопрос (рис. 3). Ответы респондентов на вопросы 2,3 убеждают в том, что вопрос о разработке «идеальной» формы для вожатых является актуальным для организации отдыха в ДОЛ.

Лидирующее место на вопрос «Для чего нужен фирменный стиль вожатого?» занимает мнение 75 % опрошенных, которые считают, что фирменный стиль формирует положительное

отношение к лагерю детей и родителей. 66,7 % участников считают, что фирменный стиль вожатого нужен, чтобы отличаться от детей и что он выступает гарантом того, что в лагере обеспечивается порядок, субординация. 62,5 % респондентов уверены, что данный стиль показывает авторитетность лагеря. 41,7 % утверждают, что стиль косвенно служит свидетельством надежности (рис. 4).

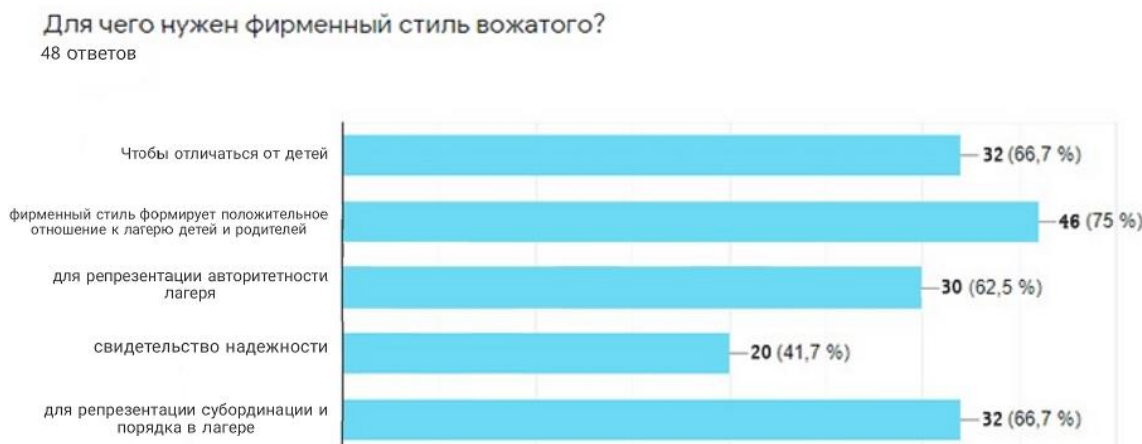


Рисунок 4. Ответы на вопрос 4 (разработано автором)

Полученные данные показывают, что респонденты убеждены в необходимости наличия отличительной одежды у вожатых и считают, она должна носить «фирменные» признаки, характерные для имиджа определенного лагеря.

В следующих вопросах мы постарались выяснить мнение респондентов об особенностях фирменной одежды вожатых.

Одежда вожатых должна соответствовать следующим качествам: опрятность (97,1 %), практичность 83,3 %, удобство (79,2 %). 66,7 % респондентов отметили, что вожатый должен выглядеть достойно. 62,5 % опрошенных считают, что одежда вожатого достаточно быть чистой и отглаженной (рис. 5).

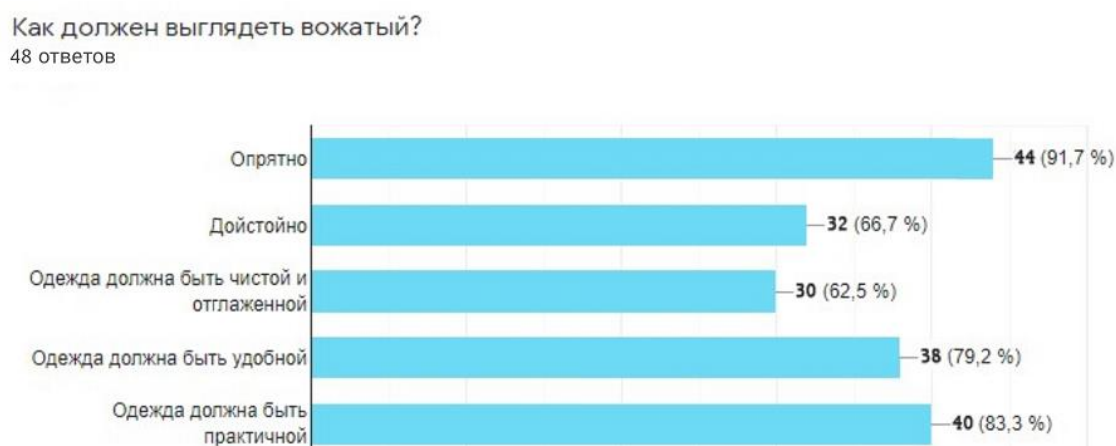


Рисунок 5. Ответы на вопрос 5 (разработано автором)

Большинство респондентов отвечая на вопрос «Чем вам нравится одежда вожатых в лагерях?» отметили: (83,3 %) одежда вожатого нравится тем, что она выделяется из толпы детей. Для 58,3 % опрошенных данная одежда привлекает своей универсальностью. А 50 % участников опроса в одежде вожатого важно удобство. 41,7 % нравится вожатская одежда своей практичностью. Для 25 % фирменная одежда является модной и интересной. 20,8 %

респондентов привлекает необычность модельки, расцветки. И только 4,2 % не нравится одежда вожатого (рис. 6).

Чем вам нравится одежда вожатых в лагерях?
48 ответов

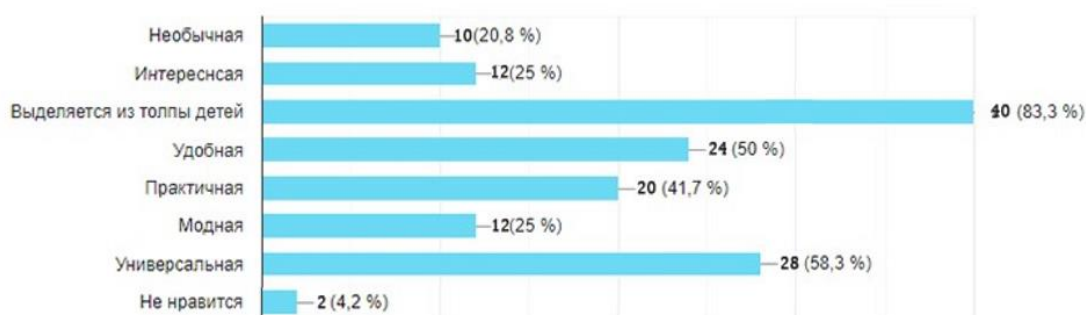


Рисунок 6. Ответы на вопрос 6 (разработано автором)

Таким образом, основным назначением фирменной одежды вожатых является обозначение принадлежности к управленческому звену.

Отвечая на вопрос «Какой должна быть одежда вожатых?» 41,7 % респондент отметил, что одежда вожатого должна быть единой для всех, но с отличиями в нашивках или аксессуарах по группам. Столько же респондентов 41,7 % уверены, что в одежде вожатого должен быть базовый цвет, а другие цвета должны различаться по возрастам групп. 8,3 % думают, что одежда вожатого должна быть единой для всех без отличий по группам. 8,3 % утверждают, что в одежде вожатого должен быть базовый цвет, а другие цвета сочетаться с единой формой детей (рис. 7).

Одежда вожатых:
48 ответов



Рисунок 7. Ответы на вопрос 7 (разработано автором)

Подавляющее большинство опрошенных (79,2 %) считают, что главным элементом фирменной одежды для вожатых должна быть футболка. 70,8 % респондентов уверены, что неотъемлемой частью одежды для вожатой, являющейся фирменной, является бомбер. Для 66,7 % участников опроса фирменной одеждой вожатого в лагере является галстук. 50 % — единая форма. 25 % опрошенных считают, что в фирменной одежде вожатого в лагере должен быть браслет и 12,5 % отметили пилотку, бэйдж с именем, значки, кепки(панамы), куртка, парадная форма (рис. 8).

Какой должна быть фирменная одежда вожатого в лагере?
48 ответов

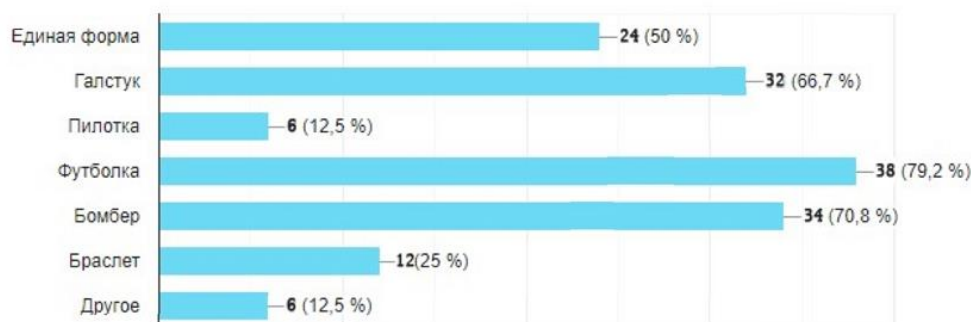


Рисунок 8. Ответы на вопрос 8 (разработано автором)

Изучая мнение респондентов о расцветке фирменной одежды, мы получили следующие результаты.

Подавляющее большинство опрошенных (79,2 %) утверждают, что одежда вожатого не должна быть в одном цвете. За однотонный цвет высказались 20,8 % респондентов (рис. 9).

Одежда вожатого должна быть в одном цвете?
48 ответов

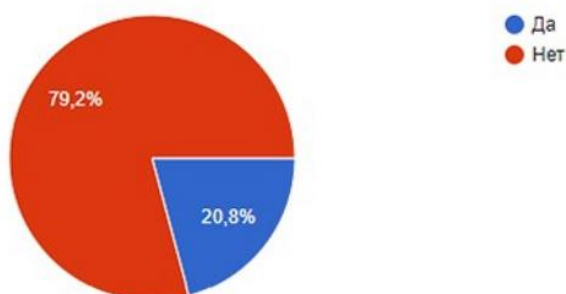


Рисунок 9. Ответы на вопрос 9 (разработано автором)

По результатам опроса наибольшей популярностью среди расцветок для фирменной одежды вожатого пользуются такие цвета, как красный, синий и зеленый. На втором месте по популярности — черный и фиолетовый или яркие цвета. А на последнем третьем месте — светлые и постельные тона: голубой, белый. Таким образом, большинство респондентов выделяли сочные, яркие оттенки для фирменной одежды вожатого в лагере и сочетающие несколько цветов.

Важным вопросом в разработке «подходящего» комплекта фирменной одежды является материал, из которого она изготовлена.

Из результатов опроса (рис. 10) становится понятно, что все участники (100 %) предпочитают, чтобы фирменная одежда вожатого была должна быть изготовлена из такого материала, как хлопок, так как хлопок обладает высоким уровнем прочности, высоким качеством, зимой в такой форме тепло, а летом не жарко. 33,3 % респондента допускают в качестве материала лен, поскольку данный материал гипоаллергенен, хорошо пропускает воздух, что позволяет коже «дышать». 20,8 % выбрали вискозу, 16,7 % — шелк, 12,5 % — лайкру. И лишь 4,2 % выбрали шерсть, спандекс или полиамид.

Какой материал (какую ткань) вы предпочитаете?
48 ответов

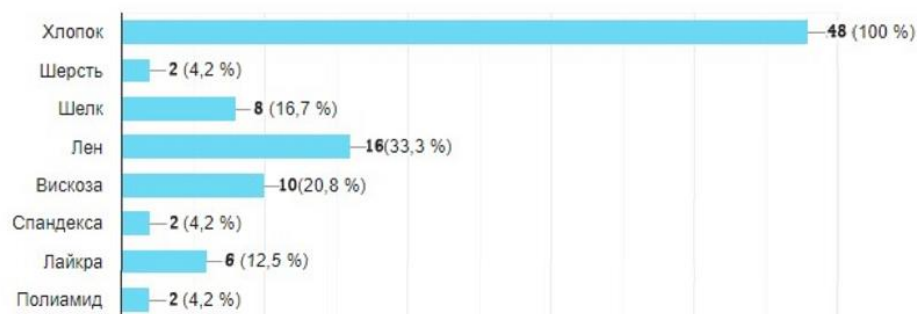


Рисунок 10. Ответы на вопрос 10 (разработано автором)

Согласно данным, полученным на вопрос «Как вы считаете, как часто нужно носить фирменную одежду водителя?» более половины респондентов (54,2 %) уверены в том, что водитель должен носить данную одежду каждый день. 37,5 % согласны с тем, что фирменную одежду нужно носить только на мероприятия. И только 8,3 % опрошенных считают, что такую одежду можно надевать только на открытие и закрытие смены. И никто не согласен с тем, что фирменную одежду нужно носить только во время планерок (рис. 11). Таким образом, востребованность в использовании фирменной одежды по данным опроса высока, поэтому важно при разработке дизайна эскизов комплекта «подходящей» формы для водителя обеспечить удовлетворенность ее потребителями.

Как вы считаете, как часто нужно носить фирменную одежду водителя?
48 ответов

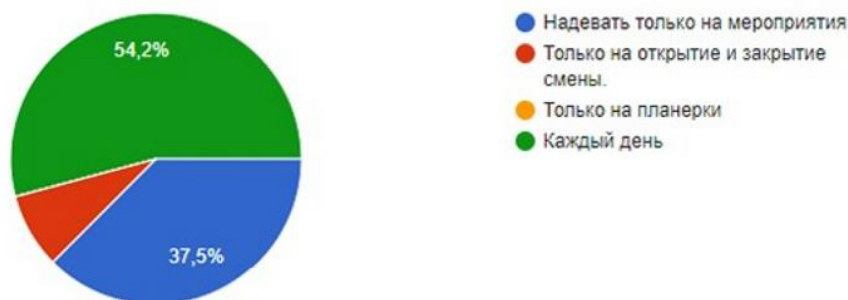


Рисунок 11. Ответы на вопрос 11 (разработано автором)

Какой должна быть фирменная одежда водителя в лагере, чтобы она была удобной?
48 ответов

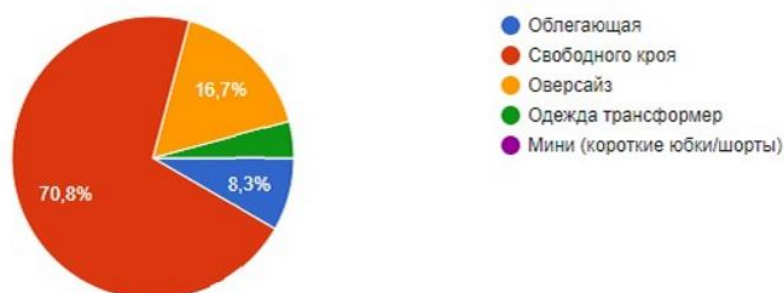


Рисунок 12. Ответы на вопрос 12 (разработано автором)

Отвечая на вопрос «Какой должна быть фирменная одежда вожатого в лагере, чтобы она была удобной?» 70,8 % респондентов указали, что одежда должна быть свободного кроя, 16,7 % — оверсайз, 8,3 % — облегчающая, 4,2 % — одежда трансформер. Стоит отметить, что никто не выделил такой фактор, как мини. Это показывает, что форма вожатого призвана дисциплинировать и человека, который ее носит и тех, кто на него равняется, для кого вожатый является примером (рис. 12).

Обсуждение

Проведя исследование мнения потребителей о фирменной одежде вожатого, мы выяснили основные требования, признаки и пожелания, которые легли в основу разработки эскизов «идеальной» формы вожатых. Респонденты отметили, что это комфортная, стильная, износостойкая одежда, которая будет, соответствовать этическим нормам (длина, вырез); символичная и яркая, чтобы стало сразу же понятно, что это вожатый; в цветовой гамме единого стиля, характерного для имиджа лагеря, с присутствием атрибутики ДОЛ (бейдж и галстук); соответствующего размера; одежда не должна содержать запрещённые элементы в рисунках.

На основании полученных результатов нами были разработаны эскизы «подходящей» фирменной формы для вожатого в ДОЛ. Данные эскизы могут быть адаптированы под фирменный стиль определенного лагеря. При разработке дизайна и составлении эскизов мы учитывали мнения респондентов об удобстве, качестве, цвете, материале, элементах и атрибутах фирменной одежды вожатого. На рисунках 13, 14 представлены разработанные эскизы для летнего и зимнего сезона.



Рисунок 13. Форма для зимы (разработано автором)



Рисунок 14. Форма для лета (разработано автором)

Как мы видим, комплект «подходящей» фирменной одежды вожатого состоит из футболки или бомбера, ярких цветов, в различных сочетаниях, из хлопчатобумажной ткани, с аксессуарами, увеличивающими узнаваемость вожатого и лагеря. Все комплекты разработаны в соответствии с результатами опроса. Данные эскизы могут быть адаптированы под фирменный стиль определенного ДОЛ.

Заключение

Поскольку фирменный стиль вожатской одежды «говорит» потребителю о профессионализме, организованности и высоком качестве оказания услуг ДОЛ, то предприятие, организующее данный вид деятельности должно быть заинтересовано в наличии качественной фирменной одежды для вожатого. Наша современная текстильная промышленность, производя широкий спектр материалов с разными свойствами, предоставляет огромные возможности для изготовления фирменной одежды для любой профессии. Изучая требования к условиям труда, мнение работников и потребителей необходимо проектировать корпоративную одежду, отвечающую их запросам.

Наличие фирменной одежды вожатого будет не только способствовать успешному выполнению его профессиональных обязанностей, но и повысит узнаваемость заведения, его привлекательность, что обеспечит приток потребителей в конкретный детский оздоровительный лагерь.

ЛИТЕРАТУРА

1. Цурри О.Г. Фирменный стиль в создании благоприятного имиджа компании // Альманах теоретических и прикладных исследований рекламы. 2016. № 1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/firmennyu-stil-v-sozdanii-blagopriyatnogo-imidzha-kompanii> (дата обращения: 04.08.2021).
2. Корчагова Л.А., Крушняк В.Е. Роль и значение стиля в формировании имиджа компании и продвижении ее товаров и услуг // Вестник РГГУ. Серия «Экономика. Управление. Право». 2016. № 2(4). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/rol-i-znachenie-firmennogo-stilya-v-formirovanii-imidzha-kompanii-i-prodvizhenii-ee-tovarov-i-uslug/viewer> (дата обращения 04.08.2021).
3. Сатторкулов, О.Т. Развитие текстильной промышленности в условиях модернизации экономики / О.Т. Сатторкулов, Г.Р. Махмудова, Г.О. Турдикулова. — Текст: непосредственный // Вопросы экономики и управления. — 2018. — № 1(12). — С. 11–14. — URL: <https://moluch.ru/th/5/archive/78/3041/> (дата обращения: 04.08.2021).
4. Стебакова, Т.Г. К вопросу о влиянии свойств текстильных материалов на формообразование одежды / Т.Г. Стебакова, А.А. Родкина. — Текст: непосредственный // Молодой ученый. — 2016. — № 28(132). — С. 180–182. — URL: <https://moluch.ru/archive/132/37107/> (дата обращения: 04.08.2021).
5. Садуллаева, Д.А. Свойства материалов, учитывающиеся при проектировании одежды / Д.А. Садуллаева, С.Х. Хамраев. — Текст: непосредственный // Молодой ученый. — 2017. — № 14(148). — С. 123–125. — URL: <https://moluch.ru/archive/148/40692/> (дата обращения: 04.08.2021).
6. Луц, А.Р. Эксплуатационные характеристики хлопчатобумажных, льняных и смешанных полотен, реализуемых на внутреннем рынке РФ / А.Р. Луц, Е.И. Соловьева, М.А. Никитина. — Текст: непосредственный // Проблемы и перспективы экономики и управления: материалы III Междунар. науч. конф. (г. Санкт-Петербург, декабрь 2014 г.). — Санкт-Петербург: Заневская площадь, 2014. — С. 253–255. — URL: <https://moluch.ru/conf/econ/archive/131/6806/> (дата обращения: 04.08.2021).

7. Концепция развития дополнительного образования детей (распоряжение Правительства Российской Федерации от 4 сентября 2014 г. № 1726-р).
8. Гальцина А.С., Яргина М.А., Чайкина Ж.В., Мухина М.В. Разработка программы образовательной деятельности и системы наставничества вожатых. Глобальный научный потенциал. 2020. № 5(110). С. 42–44.
9. Газета известия. Туризм. 24 июня 2021 года. № 114 <https://iz.ru/1168717/2021-05-25/boleee-40-rossiiskikh-shkolnikov-provedut-letodoma>.
10. Веденева О.А., Савва Л.И., Сайгушев Н.Я., Тураев Р.Р. Методика работы вожатого в детском оздоровительно-образовательном комплексе [Электронный ресурс]: учебное пособие. — СПб: Научное издание, 2018. — 175 с. URL: <http://publishing.intelgr.com/archive/childrens-health-and-education-complex.pdf>.
11. Форма в «Артеке» <https://artek.org/zhizn-arteka/forma-v-arteke/>.
12. Аликина О.В. Формирование имиджа лагеря в процессе реверсивного взаимодействия субъектов детского отдыха // Вестник социально-гуманитарного образования и науки, № 4, 2018, С. 40–43.
13. «Уважаемый вожатый» или как добиться признания в отряде https://incamp.ru/uvazhaemy_vizhaty_ili_kak_dobitsy_priznaniya.html.
14. Мухина М.В., Мухина Е.С., Голубева О.В., Бычков Д.А., Авдоница Д.С. Повышение эффективности деятельности руководителя сервисного предприятия. Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. 2019. № 4(38). С. 194–201.
15. Булганина С.В., Мухина М.В., Булганина А.Е., Мухина Е.С. Маркетинговое исследование предпочтений покупателей одежды. Костюмология. 2020. Т. 5. № 1. С. 8.
16. Мухина М.В., Домнина А.И., Сочнева А.С., Голованова С.О. Исследование критериев выбора аксессуаров. Наука Красноярья. 2020. Т. 9. № 3–2. С. 92–96.

Mukhina Mariia Vadimovna

Minin Nizhny Novgorod State Pedagogical University, Nizhny Novgorod, Russia
E-mail: mariyamuhina@yandex.ru
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9219-349X>
RSCI: https://elibrary.ru/author_profile.asp?id=737294
Researcher ID: <https://www.researcherid.com/rid/T-9387-2018>
SCOPUS: <https://www.scopus.com/authid/detail.url?authorId=57191369013>

Alexandrova Victoria Yurievna

Minin Nizhny Novgorod State Pedagogical University, Nizhny Novgorod, Russia
E-mail: aleksandrovavvyu@st.mininuniver.ru

Bagryanskaya Elizaveta Sergeevna

Minin Nizhny Novgorod State Pedagogical University, Nizhny Novgorod, Russia
E-mail: ebagryanskaya@mail.ru
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2225-7179>
RSCI: https://www.elibrary.ru/author_profile.asp?id=1020009

Bulganina Anastasia Evgenievna

Minin Nizhny Novgorod State Pedagogical University, Nizhny Novgorod, Russia
E-mail: bulganina555@mail.ru
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3300-9469>
RSCI: https://elibrary.ru/author_profile.asp?id=1004486

Study of a textile industry product — brand clothing for counselors

Abstract. The article presents the results of a study of a textile industry product — clothing for counselors. The interest in this problem is due to the growing interest of consumers in children's health camps. The corporate style of the counselor's clothing provides convenience in work, forms a positive opinion about the children's health camp, contributes to the recognition of the institution, informs about the high quality of services. Therefore, a study was carried out in order to identify the importance of having a corporate style of clothing for the camp counselor for the consumer of children's recreation services. The main research method was a survey using Google forms, followed by processing and interpretation of the results. The sample type is random. The results of the survey of the respondents' opinions formed the basis for the development of the design of the sketches of the set of the "ideal" form for the counselor. The study showed that 95.8 % of respondents believe that counselors need distinctive clothing in the camp, (79.2 %) consider it important to have a corporate style of counselor clothing, 75 % of respondents believe that corporate identity forms a positive attitude towards the camp of children and parents ... The data obtained show that the respondents are convinced of the need for the counselors to have distinctive clothing and believe that it should wear "corporate" features characteristic of the image of a certain camp.

A study of the respondents' opinions about the features of the counselor's branded clothing revealed that the set of "ideal" counselor's branded clothing should consist of a T-shirt or bomber jacket made of cotton fabric, be of bright colors, in various combinations, with accessories that increase the counselor's and camp's recognition. Based on the results obtained, we have developed sketches of the "ideal" corporate uniform for a counselor in a children's health camp. These sketches can be adapted to the corporate identity of a particular camp. The presence of the counselor's corporate identity will contribute to his recognition in the DOL team, increase his attractiveness, which will ensure an influx of consumers to a specific children's health camp.

Keywords: textile products; brand clothes for the counselor; children's health camp; survey; consumer opinion research; development of sketches for the counselor's uniform; camp image