

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

2021, №1, Том 6 / 2021, No 1, Vol 6 <https://kostumologiya.ru/issue-1-2021.html>

URL статьи: <https://kostumologiya.ru/PDF/09TLKL121.pdf>

Ссылка для цитирования этой статьи:

Булганина С.В., Голубева О.В., Булганина А.Е., Ершова Е.А. Исследование технологии пошива боди с учетом предпочтений потребителей // Научный журнал «Костюмология», 2021 №1, <https://kostumologiya.ru/PDF/09TLKL121.pdf> (доступ свободный). Загл. с экрана. Яз. рус., англ.

For citation:

Bulganina S.V., Golubeva O.V., Bulganina A.E., Ershova E.A. (2021). Research of technology of tailoring of a body taking into account preferences of consumers. *Journal of Clothing Science*, [online] 1(6). Available at: <https://kostumologiya.ru/PDF/09TLKL121.pdf> (in Russian)

УДК 67

ГРНТИ 64.01

Булганина Светлана Викторовна

ФГБОУ ВО «Нижегородский государственный педагогический университет им. К. Минина», Нижний Новгород, Россия

Доцент кафедры «Инновационных технологий менеджмента»

Кандидат технических наук, доцент

E-mail: bulgsv@mail.ru

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6809-1402>

РИНЦ: https://elibrary.ru/author_profile.asp?id=281843

Голубева Ольга Владиславовна

ФГБОУ ВО «Нижегородский государственный педагогический университет им. К. Минина», Нижний Новгород, Россия

Доцент кафедры «Технологий сервиса и технологического образования»

Кандидат педагогических наук, доцент

E-mail: gololga@yandex.ru

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9982-8040>

РИНЦ: https://elibrary.ru/author_profile.asp?id=714224

Булганина Анастасия Евгеньевна

ФГБОУ ВО «Нижегородский государственный педагогический университет им. К. Минина», Нижний Новгород, Россия

Студент

E-mail: bulganina555@mail.ru

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

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

Ершова Екатерина Александровна

ФГБОУ ВО «Нижегородский государственный педагогический университет им. К. Минина», Нижний Новгород, Россия

Студент

E-mail: katrin-ershova@list.ru

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4875-7606>

РИНЦ: https://elibrary.ru/author_profile.asp?id=1082832

Исследование технологии пошива боди с учетом предпочтений потребителей

Аннотация. В статье описан результат исследования технологии пошива боди с учетом предпочтений потребителей. Проведен анализ наиболее популярных моделей с точки зрения назначения, фасона, выбора материала и технологии пошива боди в качестве базовой модели гардероба. С целью изучения требований потенциальных покупателей к технологии пошива боди в качестве предмета одежды авторами был разработан и проведен анкетный опрос.

Проведенное авторами исследование позволило установить, что для 59,3 % опрошенных боди является базовым элементом гардероба. При этом 66 % респондентов отметили фактор безупречного внешнего вида; 57,4 % указали на возможность составлять множество различных образов, так как есть большой выбор моделей; 44,7 % выделили такую функцию, как обеспечение тепла; 29,8 % отметили боди как спортивную одежду; 10,6 % оценили комфорт и удобство. Результаты опроса позволили авторам выявить наиболее востребованные фасоны и материалы для боди и их цветовое решение. Наибольшее предпочтение (48,9 %) было отдано таким моделям как боди-рубашки, -блузки, -водолазки, -майки; кружевное боди (23,4 %); боди-нижнее белье (23,4 %); спортивное боди (4,3 %), при этом каждый из опрашиваемых формирует свой индивидуальный образ: деловой (42,6 %), повседневный (38,3 %), вечерний (10,6 %), спортивный (8,5 %). Следующим шагом выявили наиболее важные факторы при выборе боди: для потребителей важно, из какого материала будет выполнено изделие и насколько качественно оно будет отшито (76,6 %); «бренд» имеет значение для 25,5 % опрошенных; цена имеет первостепенное значение для 21,3 %, а внешний вид для 17 % опрошенных респондентов. Анализ результатов анкетирования показал, что для большинства потребителей (91,5 %) важен выбор материал, из которого изготовлено боди в зависимости от целевого назначения.

Ключевые слова: боди; универсальный предмет гардероба; технология пошива; опрос; анкетирование; исследование; потребители

Введение

Боди – универсальный элемент гардероба, который начинает свою историю во Франции начала XX века. Бодисюит, комбитресс, или, как привычнее нашему слуху, боди. Body в переводе с английского – тело. На сегодняшний день является как нижним бельём, так и повседневным или вечерним атрибутом одежды, имеющим облегчающий силуэт. Боди легко комбинируется с практически любыми брюками, юбками, шортами. Благодаря разнообразию декорирования, принтов, фактуры можно создать интересный образ любого стиля. Соответственно, ткань для изготовления боди также разнообразна, от тонкого кружева до плотного корсета.

Рассмотрим наиболее популярные модели с точки зрения технологии пошива боди.

Боди как элемент нижнего белья. Женское бельевое боди – это сочетание тонкого кружева, повторяющего силуэт и удобство ношения. Бельевое боди сейчас представлено как повседневными, так и корректирующими фигуру моделями.

Боди-рубашки и боди-блузы. Верхняя часть данной модели – это обычная блуза или рубашка, а нижняя часть облегает фигуру и переходит в застежку. Боди-блузы отличаются более широким ассортиментом выбора ткани. Отшиваются боди-блузы из атласа, шелка, разнообразных тканей из хлопка. Данный вариант боди может быть выполнен как свободным, так иметь более деловой фасон для ношения под деловым офисным костюмом. Декоративное решение моделей должно четко продумываться от модели к модели [1].

Данный вариант очень удобен для ношения в сочетании с брюками или юбками. Одним из вариантов боди-блузы является *боди из кружева* благодаря своей универсальности.

Боди водолазки. На сегодняшний день наиболее актуальный вид боди ассортимента. Данный вариант боди незаменим в базовом гардеробе, так как хорошо сочетается как с классическими моделями юбок и брюк, так и со спортивными моделями и изделиями из денима.

Видов боди сегодня выпускается гораздо больше: детское боди, термобелье, боди-корсеты, свадебные боди, спортивные боди и боди для танцев [2; 3].



*Рисунок 1. Варианты выполнения боди
для танцев и спорта (из коллекции, автор Булганина А.Е.)*

Таким образом, ассортимент тканей и цветовой гаммы подбирается с учетом модели и вида боди. При пошиве боди выполняют плоские швы. Особенно это актуально при изготовлении изделий для детей, нижнего белья и термобелья. Бельевой трикотаж, который используется для изготовления данных видов боди, должен быть достаточно износостойким и выдерживать многократные стирки. Для изделий бельевого назначения наиболее значимыми являются гигиенические требования, которые характеризуют удобство пользования и комфорт при эксплуатации одежды [4; 5].

Говоря о выборе материалов для изготовления боди, нельзя не упомянуть о инновационных материалах и инновационных технологиях. В настоящее время активно внедряются инновационные технологии начиная с разработки модели и дизайна и заканчивая процессом ее изготовления. «Дизайн как некий динамичный фактор направлен на перспективное развитие новых методов, приемов, стилей, концептуальных направлений в дизайне костюма» [6]. Например, «уже сейчас умный текстиль обладает многими ценными способностями, к которым можно отнести возможность предотвращения травм, выявления порезов и контроля за здоровьем и уровнем стресса у потребителей [7]. Этот фактор очень важен при проектировании и изготовлении спортивных боди. Изготовленные таким образом изделия комфортны, не оказывают давления ткани изделия на кожу и поэтому очень удобны в носке.

Изучив модные тенденции, ассортимент, модели и виды боди, опираясь на маркетинговые исследования спроса на изделия данной группы [8–10] было решено изучить дополнительно особенности выбора боди в качестве базовой модели гардероба и основных требований к выбору материала и технологии изготовления.

Методы

С целью изучения требований потенциальных покупателей к технологии пошива боди в качестве предмета одежды был разработан и апробирован опрос с помощью анкетирования. Выборка составила 54 человека. Выявлялись такие факторы, как распространенность исследуемого предмета одежды, уровень его комфорта, наиболее популярные сочетания, технологию изготовления и ряд факторов, определяющих выбор модели, а именно материал, цветовые предпочтения, вид самого боди и др.

Результаты

Проведем анализ результатов исследования и выявим основные тенденции. Большой процент опрошиваемых (87 %) знают, что такое боди и имеют его в личном гардеробе, но есть и те, которые по каким-либо причинам не имеют представления об изучаемом предмете одежды (13 %), что отражено на рисунке 2.

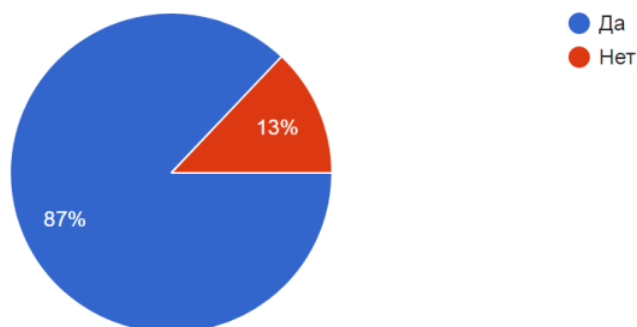


Рисунок 2. Распределение ответов на вопрос «Является ли боди базовым предметом Вашего гардероба?» (составлено автором)

В ходе исследования выявлено, что для 59,3 % опрошенных боди является базовым элементом гардероба, 27,8 % указали, что надевают его в отдельных случаях, а оставшиеся 3 % вообще не носят, что показано на рисунке 3.

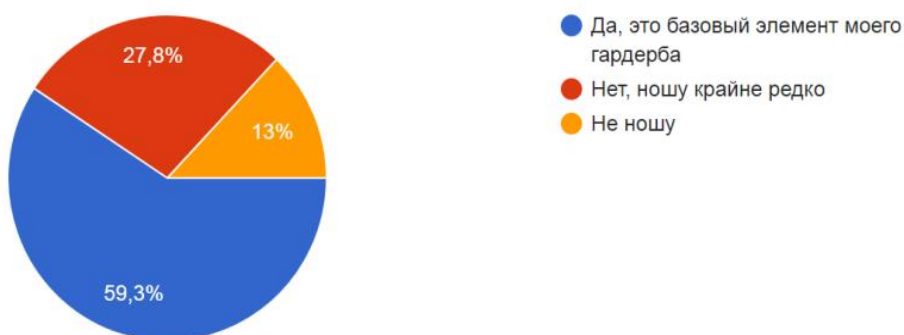


Рисунок 3. Выявление частоты носки боди среди респондентов (составлено автором)

Далее испытуемым было предложено указать причины использования или отказа от исследуемого предмета одежды в зависимости от ответа на предыдущий вопрос. Итак, 66 % респондентов выбрали фактор – «позволяет не переживать за внешний вид, ничего не торчит и не выбивается из под одежды»; 57,4 % указали на возможность составлять множество различных образов, так как есть большой выбор моделей; 44,7 % отметили такую функцию, как обеспечение тепла; 46,6 % опрошенных отметили достоинство при носке, не позволяющее оголять спину при наклонах и приседаниях; 29,8 % указывает пункт занятия спортом; 17 % отметили, что боди актуальная и модная вещь на сегодняшний день; 10,6 % – комфорт и удобство; а также 2,1 % указали вариант другое, выражающий симпатию к вещи («нравится») (рисунок 4).

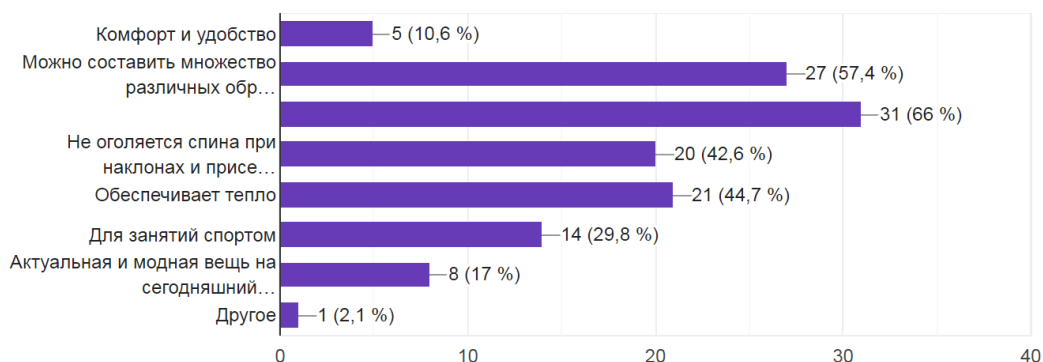


Рисунок 4. Причины использования боди в качестве предмета гардероба (составлено автором)

Среди тех испытуемых, кто отказался от ношения боди самая популярная причина – это предпочтение обычных вещей, таких как водолазки, майки и прочие моно-предметы гардероба, респонденты не видят необходимости носить боди как повседневную одежду. Также отметили дискомфорт при носке (28,6 %) и выбрали еще два дополнительных фактора: слишком вызывающий внешний вид и отсутствие «того самого идеального боди», которое сшито точно по фигуре (14,3 %). Вариант другое не отметил никто, что видно на рисунке 5.

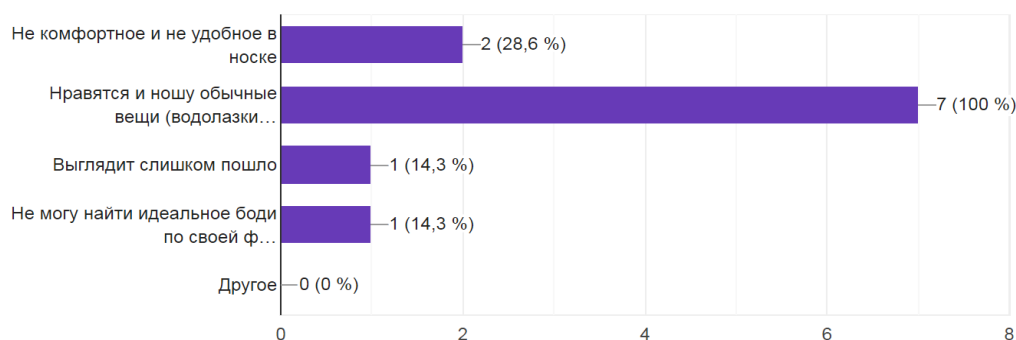


Рисунок 5. Причины отказа от боди как от предмета гардероба (составлено автором)

На вопрос «С какой целью Вы носите боди и какую модель предпочитаете?» испытуемые ответили следующим образом: боди – это самостоятельный элемент одежды и его можно носить с любыми юбками, брюками и деловыми костюмами (76,6 %); предпочитают боди-корсет (44,7 %); боди – это дополнительный функциональный элемент одежды, который следует носить под основным костюмом (термобелье) (46,6 %); для занятий спортом (14,9 %). Данное распределение ответов представлено на рисунке 6.

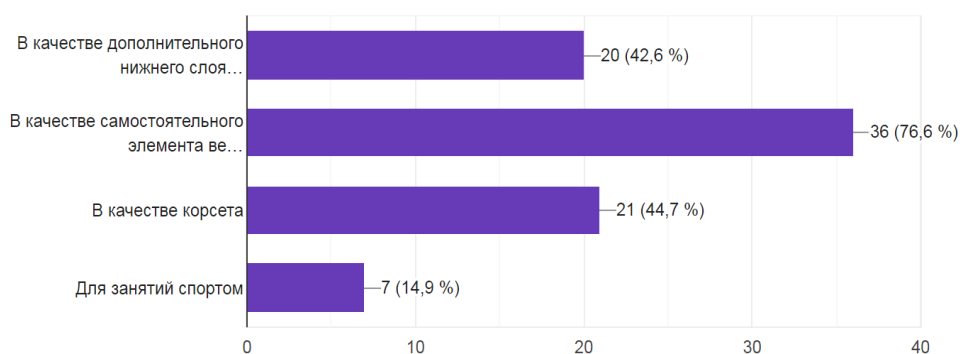


Рисунок 6. Определение наиболее популярных моделей боди (составлено автором)

Анализ литературы и модных практик показал, что сегодня выпускаются различные модели и фасоны боди. С целью определения наиболее популярных среди респондентов был задан вопрос «Какие виды боди вы предпочитаете?». Ответы распределились следующим образом: наибольшее предпочтение (48,9 %) было отдано таким моделям как боди-рубашки, -блузки, -водолазки, -майки; кружевное боди (23,4 %); нравится боди в качестве нижнего белья (23,4 %); предпочитают спортивное боди (4,3 %), что отражено на рисунке 7.

При этом каждый из опрашиваемых формирует свой индивидуальный образ. Ниже представлены наиболее распространенные образы среди респондентов.

- деловой комплект – 42,6 %;
- повседневные универсальные комплекты – 38,3 %;
- вечерний комплект – 10,6 %;
- спортивный комплект – 8,5 %.



Рисунок 7. Наиболее популярные виды боди (составлено автором)

В качестве сочетания боди с другими предметами одежды самыми популярными оказались джинсы (51,1 %) и юбка (31,9 %); брюки (12,8 %) и шорты (4,3 %), что показано на рисунке 8.



Рисунок 8. Предпочтения в выборе индивидуального образа (составлено автором)

На вопрос «Какое повседневное боди вы предпочитаете?» ответы распределились следующим образом, при этом респонденты выбрали несколько вариантов. Большинство респондентов (74,5 %) отмечают свое пристрастие к боди-водолазкам, боди-рубашку/блузку выбирают 53,2 %, боду-майку 51,1 %, боди-корсет отметили 21,3 % и боди-платье отдали свой голос 17 % опрошенных, что видно из рисунка 9.

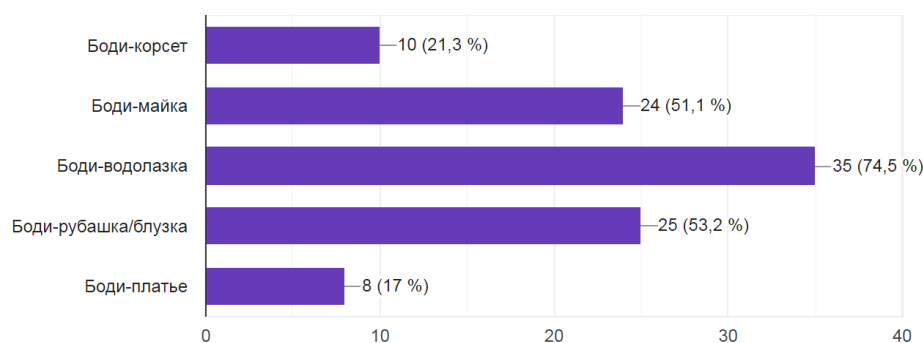


Рисунок 9. Предпочтения в выборе боди в качестве повседневного (составлено автором)

На вопрос о цветовом решении мнения респондентов распределились следующим образом: 44,7 % предпочитают яркие и сочные оттенки, 42,6 % нравятся пастельные цвета, а 12,8 % выбирают расцветки с принтом, что видно из рисунка 10.

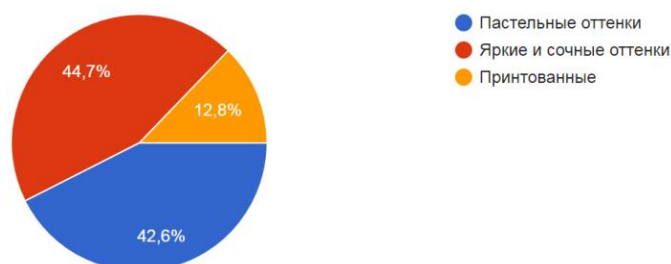


Рисунок 10. Цветовые предпочтения (составлено автором)

Следующим шагом испытуемым предлагалось выбрать наиболее важные факторы при выборе боди. Ответы респондентов позволили заключить, что при выборе изделия, выполненного в той или иной технике, для потребителей важно из какого материала будет выполнено изделие и насколько качественно оно будет отшито (76,6 %). Вариант «бренд» выбрали 25,5 % опрошенных. Цена имеет первостепенное значение для 21,3 % опрошенных, а внешний вид для 17 %, что показано на рисунке 11.

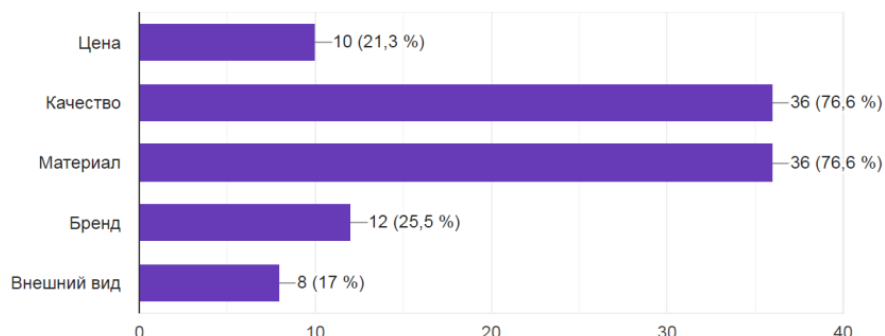


Рисунок 11. Факторы, определяющие выбор изделия потребителями (составлено автором)

Анализ результатов анкетирования показал, что для большинства потребителей (91,5 %) важен материал, из которого изготовлено боди, остальные 8,5 % не обращают особого внимания на этот фактор. В связи с чем первой группе было предложено выбрать, по их мнению, подходящую ткань для боди для трех разных стилей и, соответственно, случаев. Таким образом, для повседневного комплекта половина голосов была отдана хлопку (53,5 %), вискозу выбрало 27,9 %, за трикотаж проголосовало 16,3 %, что отражено на рисунке 12.

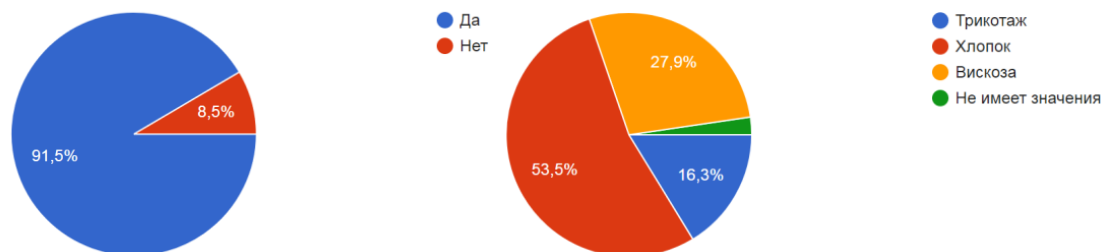


Рисунок 12. Предпочтения потребителей по выбору материала боди (составлено автором)

Для вечернего образа, по мнению респондентов, подойдет: шелк (30,2 %), гипюр (25,6 %), кружево (18,6 %), атлас (11,6 %). Для спортивного боди: хлопок с эластаном (37,3 %), лайкра (23,3 %), полиэстер (14 %), полиамид (7 %), тактель (4,7 %), что отражено на рисунке 13.



Рисунок 13. Предпочтение респондентов по выбору ткани для изготовления вечернего и спортивного образа (составлено автором)

Половина опрошиваемых (51,1 %) отмечают, что покупают боди каждые два сезона, 40,4 % приобретают его один раз в год, а 8,5 % – каждый сезон. Большинство респондентов (70,2 %) предпочитают совершать покупку боди в офлайн магазинах, остальные 28,8 % – делать онлайн покупку.

Далее выявлялись причины, в связи с которыми испытуемые выбирают место покупки соответственно. Итак, среди любителей приобретать боди в офлайн магазинах наиболее важный фактор – доверие к физическим магазинам, который выбрали 78,7 % опрошенных, чем онлайн, так как в последнем существует большой риск получить не соответствующую заявленной вещь. При этом покупка непосредственно в магазине дает возможность осмотреть товар и проверить его качество (60,6 %), примерить (51,5 %) и сразу же забрать покупку (12,1 %), что показано на рисунке 14.

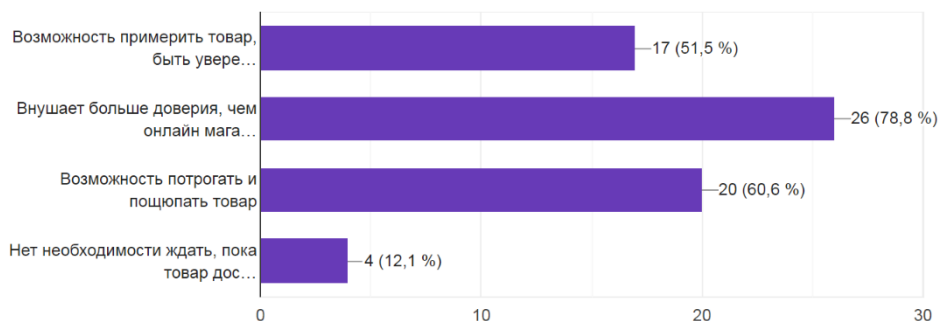


Рисунок 14. Причины выбора офлайн магазинов потребителями (составлено автором)

Приверженцы онлайн покупок наиболее весомой причиной отмечают наличие богатого ассортимента (71,4 % опрошенных), в сравнении с офлайн магазинами. Возможность просмотра полного списка характеристик товара (51,1 %), возможность оформления доставки (50 %), экономия времени (35,7 %), возможность изучить отзывы других покупателей (35,7), что показано на рисунке 15.

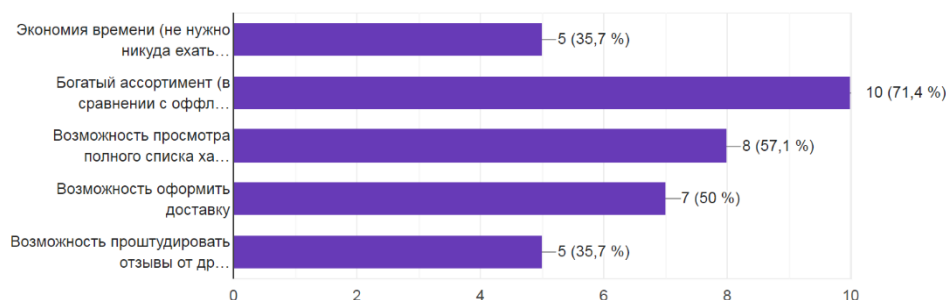


Рисунок 15. Причины выбора онлайн магазинов (составлено автором)

Следует отметить, что удовлетворительной ценой на боди больше половины респондентов (59,6 %) считают от 1 000 до 2 000 рублей; в пределах от 2 000 до 5 000 рублей (23,4 %), ниже 1 000 рублей (14,9 %), выше 5 000 рублей (2,1 %).

Обсуждение

Таким образом, проведенный опрос показал, что в целом боди – это популярный, универсальный предмет гардероба и многие готовы его носить по той причине, что он позволяет чуть менее переживать за внешний вид, выглядеть аккуратно и опрятно в любом положении тела. Чаще всего боди предпочитают носить в качестве верхнего слоя как боди-рубашку/-водолазку/-блузу/-майку при этом сочетать его с джинсами преимущественно в повседневных и деловых комплектах. При выявлении цветовых предпочтений мнения разделилась на две большие и противоположные группы, готовые покупать боди в пастельных и ярких оттенках, лишь малая часть опрошенных хотят приобрести принтованную вещь.

При покупке большинство респондентов руководствуются собственным мнением и обращают внимание преимущественно на качество и материал, из которого изготовлен товар. В

ходе исследования также были выявлены предпочтительные материалы для разного вида назначения боди: для повседневного – хлопок, для вечернего – шелк, для спортивного – хлопок с эластаном или лайкра. При этом цена вещи определилась большинством респондентов в пределах от 1 000 до 2 000 рублей.

Практически все респонденты покупают боди каждые два сезона либо один раз в год. Большинство предпочитают делать это офлайн, в связи с тем, что доверяют физическим магазинам больше, чем интернет-магазинам. Сторонники покупок на различных платформах через интернет отмечают наличие более многообразного ассортимента, в сравнении с офлайн магазинами.

ЛИТЕРАТУРА

1. Диева О.Н. Техническая эстетика и инновации в проектировании одежды. В сборнике: Основные проблемы гуманитарных наук. Сборник научных трудов по итогам международной научно-практической конференции. 2016. С. 19–24.
2. Махоткина Л.Ю., Тихонова Н.В., Морозова И.И. Проектирование костюма для активного отдыха с улучшенными теплозащитными свойствами // Научный журнал «Костюмология», 2019 №1, <https://kostumologiya.ru/PDF/06TLKL119.pdf> (доступ свободный).
3. Трансформирование как направление современного проектирования одежды / Сулова Е.В., Колесникова Е.В. // Молодежь и наука: шаг к успеху. Сборник научных статей всероссийской научной конференции перспективных разработок молодых ученых: в 3-х томах. 2017. С. 354–358.
4. Гончарова Т.Ю., Рукавишников А.С. Оценка качества трикотажных полотен для женского белья // Молодой исследователь Дона. 2017. №6 (9). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/otsenka-kachestva-trikotazhnyh-poloten-dlya-zhenskogo-belya> (дата обращения: 05.12.2020).
5. Саидова Ш.А., Петросова И.А., Андреева Е.Г. Обзор современных методов проектирования эргономичной одежды. //Современные проблемы науки и образования. – 2014, №4 (54); URL: <http://www.science-education.ru/117–13071> (дата обращения: 05.12.2020).
6. Мелая Т.Г. Инновационные технологии в современном дизайне костюма // Фундаментальные исследования. – 2015. – № 2–18. – С. 3935–3939; URL: <http://fundamental-research.ru/ru/article/view?id=37883> (дата обращения: 05.12.2020).
7. Бигельдиева З.А., Стамкулова М.У., Жусипова Э.Е., Байгелова А.Н., Есиркепова А.М. "Умная ткань" как перспективное направление развития мировой текстильной промышленности // Известия высших учебных заведений. Технология текстильной промышленности. 2019. № 1 (379). С. 64–70.
8. Лабазова А.В., Булганина А.Е., Голубева О.В., Булганина С.В. Маркетинговое исследование спроса на спортивную одежду // Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. 2019. № 2 (36). С. 283–288.
9. Лебедева Т.Е., Булганина С.В., Булганина А.Е. Маркетинговое исследование потребителей ателье по пошиву костюмов для выступлений // Научный журнал «Костюмология», 2018 №1, <https://kostumologiya.ru/PDF/05ECKL118.pdf> (доступ свободный).
10. Фаткуллина Р.Р., Мухаметханова А.И. Маркетинговые исследования при проектировании спортивной одежды. В сборнике: Современные исследования основных направлений гуманитарных и естественных наук материалы международной научно-практической конференции. Под редакцией Насретдинова И.Т. 2017. С. 899–901.

Bulganina Svetlana Viktorovna

Minin Nizhny Novgorod state pedagogical university, Nizhniy Novgorod, Russia
E-mail: bulgsv@mail.ru
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6809-1402>
РИИЦ: https://elibrary.ru/author_profile.asp?id=281843

Golubeva Olga Vladislavovna

Minin Nizhny Novgorod state pedagogical university, Nizhniy Novgorod, Russia
E-mail: gololga@yandex.ru
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9982-8040>
РИИЦ: https://elibrary.ru/author_profile.asp?id=714224

Bulganina Anastasiya Evgenievna

Minin Nizhny Novgorod state pedagogical university, Nizhniy Novgorod, Russia
E-mail: bulganina555@mail.ru
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3300-9469>
РИИЦ: https://elibrary.ru/author_profile.asp?id=1004486

Ershova Ekaterina Aleksandrovna

Minin Nizhny Novgorod state pedagogical university, Nizhniy Novgorod, Russia
E-mail: katrin-ershova@list.ru
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4875-7606>
РИИЦ: https://elibrary.ru/author_profile.asp?id=1082832

Research of technology of tailoring of a body taking into account preferences of consumers

Abstract. The article describes the result of a study of the technology of tailoring the body, taking into account the preferences of consumers. The analysis of the most popular models from the point of view of purpose, style, choice of material and technology of tailoring of a body as a basic model of a wardrobe is carried out. In order to study the requirements of potential buyers to the technology of tailoring body as a garment, the authors developed and conducted a questionnaire survey. The study conducted by the authors allowed us to establish that for 59,3 % of respondents, the body is the basic element of the wardrobe. At the same time, 66 % of respondents noted the factor of impeccable appearance; 57,4 % indicated the possibility of making a lot of different images, since there is a large selection of models; 44,7 % highlighted such a function as providing heat; 29,8 % noted the body as sportswear; 10,6 % rated comfort and convenience. The results of the survey allowed the authors to identify the most popular styles and materials for the body and their color scheme. The greatest preference (48,9 %) was given to such models as body shirts, blouses, turtlenecks, T-shirts; lace body (23,4 %); body underwear (23,4 %); sports body (4,3 %), while each of the respondents forms their own individual image: business (42,6 %), casual (38,3 %), evening (10,6 %), sports (8,5 %). the next step was to identify the most important factors when choosing a body: for consumers, it is important what material the product will be made of and how well it will be sewn (76,6 %); "brand" is important for 25,5 % of respondents; price is of primary importance for 21,3 %, and appearance for 17 % of respondents surveyed. Analysis of the survey results showed that for the majority of consumers (91,5 %), the choice of the material from which the body is made is important, depending on the intended purpose.

Keywords: body; universal wardrobe item; tailoring technology; survey; survey; research; consumers

REFERENCES

1. Dieva O.N. Tekhnicheskaya ehstetika i innovatsii v proektirovanii odezhdy. V sbornike: Osnovnye problemy gumanitarnykh nauk. Sbornik nauchnykh trudov po itogam mezhdunarodnoy nauchno-prakticheskoy konferentsii. 2016. S. 19–24.
2. Makhotkina L.Yu., Tikhonova N.V., Morozova I.I. Proektirovanie kostyuma dlya aktivnogo otdykha s uluchshennymi teplozashchitnymi svoystvami // Nauchnyy zhurnal «Kostyumologiya», 2019 №1, <https://kostumologiya.ru/PDF/06TLKL119.pdf> (dostup svobodnyy).
3. Transformirovanie kak napravlenie sovremennogo proektirovaniya odezhdy / Suslova E.V., Kolesnikova E.V. // Molodezh' i nauka: shag k uspekhу. Sbornik nauchnykh statey vserossiyskoy nauchnoy konferentsii perspektivnykh razrabotok molodykh uchenykh: v 3-kh tomakh. 2017. S. 354–358.
4. Goncharova T.Yu., Rukavishnikova A.S. Otsenka kachestva trikotazhnykh poloten dlya zhenskogo bel'ya // Molodoy issledovatel' Dona. 2017. №6 (9). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/otsenka-kachestva-trikotazhnyh-poloten-dlya-zhenskogo-belya> (data obrashcheniya: 05.12.2020).
5. Saidova Sh.A., Petrosova I.A., Andreeva E.G. Obzor sovremennykh metodov proektirovaniya ehrgonomichnoy odezhdy. // Sovremennye problemy nauki i obrazovaniya. – 2014, №4 (54); URL: <http://www.science-education.ru/117-13071> (data obrashcheniya: 05.12.2020).
6. Melaya T.G. Innovatsionnye tekhnologii v sovremennom dizayne kostyuma // Fundamental'nye issledovaniya. – 2015. – № 2–18. – S. 3935–3939; URL: <http://fundamental-research.ru/ru/article/view?id=37883> (data obrashcheniya: 05.12.2020).
7. Bigel'dieva Z.A., Stamkulova M.U., Zhusipova Eh.E., Baygelova A.N., Esirkepova A.M. "Umnaya tkan'" kak perspektivnoe napravlenie razvitiya mirovoy tekstil'noy promyshlennosti // Izvestiya vysshikh uchebnykh zavedeniy. Tekhnologiya tekstil'noy promyshlennosti. 2019. № 1 (379). S. 64–70.
8. Labazova A.V., Bulganina A.E., Golubeva O.V., Bulganina S.V. Marketingovoe issledovanie sprosa na sportivnuyu odezhdu // Innovatsionnaya ehkonomika: perspektivy razvitiya i sovershenstvovaniya. 2019. № 2 (36). S. 283–288.
9. Lebedeva T.E., Bulganina S.V., Bulganina A.E. Marketingovoe issledovanie potrebiteley atel'e po poshivu kostyumov dlya vystupleniy // Nauchnyy zhurnal «Kostyumologiya», 2018 №1, <https://kostumologiya.ru/PDF/05ECKL118.pdf> (dostup svobodnyy).
10. Fatkullina R.R., Mukhametkhanova A.I. Marketingovye issledovaniya pri proektirovanii sportivnoy odezhdy. V sbornike: Sovremennye issledovaniya osnovnykh napravleniy gumanitarnykh i estestvennykh nauk materialy mezhdunarodnoy nauchno-prakticheskoy konferentsii. Pod redaktsiey Nasretdinova I.T. 2017. S. 899–901.