

РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ ИМ. А.Н. КОСЫГИНА
(ТЕХНОЛОГИИ. ДИЗАЙН. ИСКУССТВО)

75-ая Внутривузовская научная студенческая
конференция «Молодые ученые – инновационному
развитию общества (МИР-2023)»

СБОРНИК МАТЕРИАЛОВ

A decorative graphic on the left side of the cover consists of several overlapping, semi-transparent colored bands in shades of teal, dark blue, pink, purple, and yellow. These bands are arranged in a way that they appear to flow from the top left towards the right, where they transition into horizontal bars. The teal band is the topmost and widest, followed by dark blue, pink, purple, and yellow bands below it.

2023

5 ЧАСТЬ

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
им. А.Н. КОСЫГИНА
(ТЕХНОЛОГИИ. ДИЗАЙН. ИСКУССТВО)»**

**ТЕЗИСЫ ДОКЛАДОВ
ЮБИЛЕЙНОЙ 75-ой ВНУТРИВУЗОВСКОЙ
НАУЧНОЙ СТУДЕНЧЕСКОЙ КОНФЕРЕНЦИИ
«МОЛОДЫЕ УЧЕНЫЕ –
ИННОВАЦИОННОМУ РАЗВИТИЮ ОБЩЕСТВА
(МИР-2023)»**

Часть 5

МОСКВА - 2023

УДК 378:001.891

ББК 74.58:72

В60

Тезисы докладов Юбилейной 75-ой Внутривузовской научной студенческой конференции «Молодые ученые – инновационному развитию общества (МИР-2023)». Часть 5, 2023 г. – М.: ФГБОУ ВО «РГУ им. А.Н. Косыгина», 2023. – 442 с.

В сборник включены тезисы докладов, выполненных в рамках Юбилейной 75-ой Внутривузовской научной студенческой конференции «Молодые ученые – инновационному развитию общества (МИР-2023)» на кафедрах Технологического института текстильной и легкой промышленности, института Экономики и менеджмента, с 20 по 24 марта 2023 года.

Ответственность за аутентичность и точность цитат, имен, названий и иных сведений, а также за соблюдение законов об интеллектуальной собственности несут авторы публикуемых материалов. Материалы публикуются в авторской редакции.

Редакционная коллегия

Силаков А.В., проректор по науке и инновациям; Гуторова Н.В., начальник ОСНИР; Андросова И.В., старший преподаватель; Оленева О.С., доцент; Бузькевич А.О., инженер

Научное издание

Печатается в авторской редакции

ISBN 978-5-00181-408-5

© Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)», 2023
© Коллектив авторов, 2023
© Дизайн обложки Крышевич В.В.

О ЦВЕТОВОЙ ГАММЕ КОЛЛЕКЦИИ ЖЕНСКОЙ ОБУВИ В АНИМАЛИСТИЧНОМ СТИЛЕ

Баскакова Ю.А., гр. МАГ-ТЛ-122

Научные руководители доцент Карасева А.И., профессор Костылева В.В.

Кафедра Художественного моделирования, конструирования и технологии изделий из кожи

Приходя в магазин за новой парой обуви, первое, на что люди обращают внимание – цвет обуви. Цвет может, как подчеркнуть образ человека, так и испортить. По цвету можно определить настроение человека, личности и его поведенческие особенности. Ясность восприятия зависит от того, в какой цветовой гамме выполнена модель. Нарушая все представления о модных тональных оттенках, коллекции пестрят вихрями ярких и дерзких цветов. Многоцветные и смелые цветовые решения, говорят о том, что есть возможность использовать бодрящие цветосочетания с холодными и тёмными оттенками. Разнообразие природной цветовой гаммы даёт понимание, что можно совместить несочетаемое, и это будет смотреться гармонично и с характером. В коллекциях встречаются градиентные оттенки, которые ассоциируются с таким природным явлением как закат и рассвет. Имитация животного принта и вставки с элементами зелёной травы на лужайке несут в себе натуральный и естественный характер.

Цветовая гамма коллекции женской обуви в анималистичном стиле определялась нами по стандартной системе «HEX». HEX – шестнадцатеричной системе описания ключевых цветов арабскими десятичными цифрами от 0 до 9 и латинскими буквами от А до F и 16 цветов и, так называемому, шестнадцатеричному коду цвета #RRGGBB веб-дизайна. Результатами выбора цветов коллекции стали: #32cd32 «цвет мокрого осеннего парка после затяжного октябрьского дождя (охра)»; #de316 «цвет фуксии с сильным оттенком арбузного и тоном киновари»; #39352a «цвет авокадо с сильным оттенком болотного и тоном сандала», черный, белый и др.

Проектируя тот или иной объект, дизайнер проходит ряд последовательных этапов, выполняя на каждом определенные графические работы, которые воплощаются в условные или реалистичные изображения, схемы или чертежи. В ходе эскизного проектирования, нами разработаны модели женских полуботинок с настрочными берцами для носки в осенне-весенний период. Это оригинальная и творческая коллекция женской обуви из кожи, отлично сочетающихся между собой ярких и темных цветов, вписывается как в классический стиль, так и в повседневный. В докладе

будут освещены особенности подбора цветовой гаммы и конструктивных решений предлагаемой коллекции.

КОНКУРЕНТНЫЕ ПРЕИМУЩЕСТВА ДЕТСКОЙ ОБУВИ ТОРГОВОЙ МАРКИ «КОТОФЕЙ»

Баранова Д.И., гр. ЛТО-119

Научные руководители доцент Карасева А.И., профессор Костылева В.В.

Кафедра Художественного моделирования, конструирования и технологии изделий из кожи

В постсоветскую эпоху рынок детской обуви России, движимый сочетанием растущего благосостояния и меняющегося отношения к моде и личному стилю, начал расти и развиваться.

Эволюция индустрии моды России привела к разработке новых и инновационных дизайнов детской обуви, включающих яркие цвета, уникальные узоры и различные формы.

По мере роста экономики, потребительских расходов, рынок детской обуви России становился более конкурентным. Неудивительно, что зарубежные бренды, например, Geox, Reima стремились захватить долю растущего потребительского спроса. В то же время такие российские бренды, как «Котофей», продолжали внедрять инновации и развиваться, предлагая новые дизайны и материалы, чтобы соответствовать меняющимся предпочтениям и потребностям рынка.

История школьной обуви в России отражает меняющиеся отношения и предпочтения рынка: от функциональной, практичной обуви до стильных, трендовых модных аксессуаров, и сегодня этот сегмент остается конкурентным и динамичным. Анализ рынка показывает, что спрос на школьную обувь в России обусловлен рядом факторов: ростом численности детей школьного возраста, желанием родителей приобретать безопасную и комфортную обувь для носки во время учебного дня, а также государственными нормативными актами, предписывающими использование конкретных типов обуви в школах.

«Котофей» – это торговая марка АО «Егорьевск-обувь» – бренд, за которым более чем 80-летняя история. «Котофей» имеет заслуженную репутацию как производитель высококачественной школьной обуви, что обуславливает ее популярность среди родителей и учеников. В докладе будут представлены современные технологии производства, обеспечивающие высокие стандарты качества и долговечности.

КОНСТРУКТИВНЫЕ ОСОБЕННОСТИ МОДЕЛЕЙ «ДЖАЗОВОК» ДЛЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ ТАНЦЕВ

Бурцев А.И., гр. МАГ-К-121

Научные руководители доцент Карасева А.И., профессор Костылева В.В.

Кафедра Художественного моделирования, конструирования и технологии изделий из кожи

Такой тип обуви, как «джазовки», проектируется с учетом того, что танцору должно быть в них легко и удобно. Рассмотрим, как же именно детали конструкции обеспечивают свободу движений. Раздельная подошва из полимера, резины или кожи дает возможность свободно сокращать и натягивать «подъем» стопы, что важно для быстрого разогрева перед тренировкой или выступлением. Она же способствует снижению вероятности совершить ошибку или травмировать стопу. Эластичные вставки по бокам и в середине подошвы гарантируют, что обувь будет плотно прилегать к стопе, какие бы сложные движения не выполнял танцор. Джазовки изготавливают из мягкой кожи или современных, не уступающих ей, материалов, которые обладают хорошей формоустойчивостью и эластичностью, чтобы повторять движения стопы танцора. Шнуровка позволяет надежно зафиксировать обувь, вне зависимости от особенностей строения стопы. Устойчивый каблук до 30 мм выполняет несколько функций. В первую очередь, наличие каблука позволяет танцору выполнять некоторые элементы народной хореографии без вреда для здоровья, что обуславливается амортизацией при ударных нагрузках на стопу, выполнении дробей и обеспечивает правильную постановку стопы, с небольшим переносом веса в сторону плюсневых костей, что является анатомически верным распределением нагрузки.

Классические «джазовки» по конструктивным признакам можно условно разделить на группы: низкие (верхний кант ниже лодыжки), высокие (верхний кант выше лодыжки). Подгруппы из вышеописанных групп определяются по материалам верха обуви: кожаные, текстильные, комбинированные. В свою очередь каждую из этих подгрупп можно классифицировать по менее значимым признакам: материалу низа обуви и способу фиксации на ноге.

В докладе будут обозначены направления разработки и проектирования современных конструкций «джазовок» с учетом выявленных особенностей.

ПРОБЛЕМЫ ПЛОСКОСТОПИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ АРТИСТОВ БАЛЕТА

Быкова К.В., гр. МАГ-К-121

Научные руководители доцент Карасева А.И., профессор Костылева В.В.

Кафедра Художественного моделирования, конструирования и технологии изделий из кожи

Многие исследователи проблемы плоскостопия считают наиболее важной причиной нарушения сводов стопы, дисбаланса мышц голени и стопы. Поэтому все чаще врачи признают, что ношение ортопедических стелек не является самостоятельной профилактикой плоскостопия, а может в некоторых случаях даже усугубить слабость мышц, поддерживающих своды, поэтому нельзя ограничиваться в профилактике нарушений сводов стопы только методом механической поддержки сводов. Таким образом, важными неоперативными способами коррекции нарушений сводов стопы остаются физические упражнения и другие способы тренировки мышц, влияющих на формирование подошвенных арок (например, точечная тренировка с помощью электродов и гравитационной терапии).

В условиях повышенной физической и эмоциональной нагрузки, нерационального питания, общей усталости организма – частых спутников обучения хореографии – снижение функций стопы из-за нарушения сводов может привести к серьезным травмам голеностопного, коленного и тазобедренного суставов, вызвать развитие патологий позвоночника (остеохондроз, грыжи дисков, сколиоз и пр.). Для профилактики всех этих последствий необходимо вовремя определить и исправить нарушения сводов стопы. При поступлении в профессиональные хореографические училища у абитуриентов оцениваются, в том числе, и стопы, и не принимаются дети с резко выраженным уплощением сводов стопы, хотя начальная стадия плоскостопия не становится препятствием к поступлению. Это объясняется тем, что, по данным разных авторов, от 10 до 50% населения имеют тот или иной вид плоскостопия, поэтому отобрать в училища абсолютно здоровых детей в настоящее время становится достаточно проблематичным. Также общеизвестно, что занятия танцем могут спровоцировать нарушения сводов стопы вследствие таких факторов, как недостаточность развития мышц-супинаторов бедра, чрезмерная нагрузка на передний отдел стопы, дисбаланс развития мышц голени и стопы, а также особенности профессиональной обуви. Следовательно, системный анализ особенностей обуви для профессиональных танцев может составить основу создания эргономически комфортных конструкций обуви, обеспечивающих максимальное воздействие на опорно-двигательный аппарат факторов, снижающих развитие деформаций.

ОБ ОСОБЕННОСТЯХ ЦЕЛЬНОКРОЕННЫХ МУЖСКИХ ПОЛУБОТИНОК «WHOLECUT»

Карасик А.Р., гр. ЛТО-119

Научный руководитель доцент Карасева А.И.

Кафедра Художественного моделирования, конструирования и технологии изделий из кожи

Классическая обувь является неотъемлемой частью гардероба большей части людей, живущих и работающих в городской среде, ведущих активный образ жизни. Классическая обувь подходит для повседневной носки, работы в офисе или светского мероприятия.

Вопрос актуальности классических моделей, в частности цельнокройных «оксфордов» или как их еще называют «wholecut», сомнений не вызывает. Несмотря на стремительное развитие технологий и набирающую популярность обувь из полимерных материалов, более простую в изготовлении и нетребовательную в использовании, в любое время в любой стране классическая обувь из натуральных материалов будет пользоваться большим спросом.

В обувном деле цельнокроеная обувь – это обувь, изготовленная из целого куска кожи с задним швом или без него, из однотонных и гладких материалов, с мелкой перфорацией или без нее. Цельнокроеными могут быть изготовлены различные виды обуви, но обычно этот термин относится к классическим полуботинкам. Отсутствие декоративных элементов и общий консервативный вид делают цельные модели особо подходящими для торжественных случаев. Цельный полуботинок – это сложная обувь, процессы сборки которой должны выполняться с особой тщательностью. Кожа, используемая для производства таких моделей, наилучшего качества, одинаковой текстуры по всей площади детали, не должна иметь пятен и дефектов. Благодаря отсутствию швов, которые мешают процессу полировки, цельнокроеная обувь впитывает полировку и отлично передает блеск.

В силу сложности изготовления и высокой себестоимости не всякий мастер возьмется за пошив модели такой конструкции. Но они точно не уступают обычным «оксфордам» во внешнем виде и по эргономическим характеристикам. При правильном изготовлении кожа цельнокроеной обуви повторяет форму стопы. Если говорить о внешнем виде, то модели «wholecut» даже наоборот еще более строгие и обладают монолитным силуэтом. Достигается такой эффект за счет отсутствия каких-либо деталей кроме союзки.

РАЗРАБОТКА КОЛЛЕКЦИИ ЖЕНСКОЙ ОБУВИ И АКСЕССУАРОВ ПОД ДЕВИЗОМ «VIOLA»

Глухова Л.С., гр. ЛКО-219

Научный руководитель доцент Белицкая О.А.

Кафедра Технологии кожи и меха

В жизни каждого человека цвет играет значительную роль. У каждого из нас есть определенные цветовые ассоциации или ощущения, возникающие при виде определенных оттенков. Цвет также занимает далеко не последнее место в маркетинге и торговле и является одним из самых основных признаков, по которым покупатели выбирают тот или иной товар.

Ещё в Древнем Китае большое значение в культуре уделялось символизму. Глубинные смыслы искались во всём: от явлений природы до цветов. Так, желтый цвет символизирует Центр мира, Поднебесную империю. Во время правления двух последних китайских династий, желтый цвет стал эксклюзивным цветом императорской семьи, и простолюдинам было запрещено носить одежду и обувь такого цвета.

В 2023 году Институт цвета Pantone выбрал одним из ведущих оттенков 14-0756 Empire Yellow – как цвет радости, счастья и весны, оттенок олицетворяет оптимизм и легкость бытия.

Наряду с жёлтым императорским цветом иногда считался и фиолетовый, он символизирует благородное происхождение и божественность. Различные исследования показывают, что некоторые цвета, такие как, например, фиолетовый, вызывают у женщин большую симпатию относительно других. Поэтому не удивительно, что оттенки фиолетового вошли в моду и прочно закрепились в ней. В большинстве случаев фиолетовый цвет оказывает благотворное влияние на психическое и физическое состояние человека. Также его связывают с фантазией, духовностью, расширенным сознанием и творчеством, ведь каждый оттенок фиолетового реже других встречается в природе. Данное цветовое сочетание в природе встречается у цветущих ирисов, которые послужили творческим источником серии эскизов коллекции женской обуви и аксессуаров. Плавные линии лепестков ирисов стали вдохновением для коллекции, состоящей из трёх пар женских ботинок и трёх сумок.

Таким образом, основными цветами для разработки коллекции женской обуви и аксессуаров «Viola» выбраны именно жёлтый и фиолетовый. Яркие, привлекающие внимание детали будут красиво контрастировать с черным цветом основной конструкции и станут отличным украшением образа.

РАЗРАБОТКА КОЛЛЕКЦИИ ОБУВИ С ЭЛЕМЕНТАМИ ИЗ МЕТАЛЛИЗИРОВАННОЙ КАРАКУЛЬЧИ

Кочетков Н.С., гр. ЛКО-219

Научный руководитель доцент Белицкая О.А.

Кафедра Технологии кожи и меха

Скачок химической индустрии обеспечил на рынке легкой промышленности огромный ассортимент тканых и нетканых материалов из полимерных соединений. В настоящее время более 50% одежды и обуви изготавливаются с применением синтетических материалов. Эти ткани имеют ряд достоинств: высокая прочность, устойчивость к истиранию, эластичность. Их ценовое преимущество, многообразие и простота в производстве повлияли на изменение ассортимента одежды и обуви в магазинах масс маркета. Однако не всегда такие материалы могут обеспечить требуемые гигиенические показатели. Недостаток искусственных и синтетических материалов – низкая гигроскопичность и паропроницаемость. Это приводит к дискомфорту спустя несколько часов носки изделия. Изделия из натуральной кожи и меха не имеют таких недостатков. Поэтому это весомый повод продолжить использование натуральных материалов, особенно в обувной промышленности.

Каракульча – мех недоношенных ягнят или каракульских овец, обладает красивой, гладкой и шелковистой текстурой, без завитков на шерсти и с муаровым рисунком. Каракульча обладает высокой влагоемкостью и воздухопроницаемостью, что обеспечивает комфортные ощущения при носке, приятна на ощупь и соответствует эстетическим требованиям. Использование каракульчи не ново в легкой промышленности. Из этого меха происходят шубы, дубленки, однако в обуви данный материал широкого распространения не получил. Элементы и детали из каракульчи в дизайне обуви – это ново и комфортно.

В конструкторской основе коллекции обуви лежат полуботинки дерби, но в них отсутствуют привычные блочки, а разработана единая деталь из металлизированной каракульчи, закрывающая подъем стопы внахлест. Металлизация – современный метод обработки меха, который в настоящее время является одним из самых популярных. Мех покрывают краской методом напыления, которое придает ему совершенно потрясающие оттенки с металлическим блеском. Краска, которая наносится на натуральный мех, абсолютно не токсична, все качества натурального меха сохраняются. Каракульча остается таким же пластичным и мягким, на нем четко просматривается рисунок.

СОЗДАНИЕ КОЛЛЕКЦИИ ЖЕНСКИХ КРОССОВОК С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ БИОНИЧЕСКОГО АСПЕКТА

Казакова С.В., гр. ЛКО-219

Научный руководитель доцент Синева О.В.

Кафедра Художественного моделирования, конструирования и технологии изделий из кожи

В дизайне обуви термин «бионика» появился относительно недавно, только в современных работах дизайнеров мы можем наблюдать это явление. Конечно, нельзя отрицать стиль «модерн», появившейся в конце 19 века, который характеризуется плавностью линий, изгибах в формах и силуэтов. Но идея взаимосвязи природных форм с формами продуктов легкой промышленности обошла, по большей части, обувную отрасль в то время стороной. В данное время, дизайнеры и конструктора обладают широкой возможностью воплощать свои идеи, благодаря техническому прогрессу. Сегодня необходимо возвращаться к бионическим взаимосвязям, чтобы не забывать красот природы, а, следовательно, понимать о том, что природу нужно сохранять и экологично относиться ко всем этапам производства и использования. Бионические структуры формообразования обуви дают возможность бесконечного балансирования между искусственной и естественной формой, определяют новые условия промышленного производства изделий легкой промышленности. Разрабатывая концепцию коллекции, принято решение создания обуви на основе «одушевленного» дизайна, стремлении идентификации искусственных и естественных оболочек, разработке систем конструкции обуви аналогичных по своим физиологическим свойствам природным системам.

Предметом вдохновения для коллекции послужила гора Дэнксия, находящаяся рядом с рекой Йинь, в 50 километрах к северо-востоку от города Шаогуань, и занимающая площадь более 280 км². Её называют «Красным каменным парком Китая». «Дэнксия» означает «красные лучи солнца» в переводе с китайского. Горные Ландшафты Дэнксия уникальный геологический феномен, расположенный на юго-востоке Китая. Красочные холмы, сформированные из красного песчаника, напоминают совершенную живопись, созданную самой природой. Цвета геологического парка, от алого до небесно-голубого, похожи на разлитую по возвышенностям палитру красок. В качестве моделей коллекции женской обуви для разработки в выпускной квалификационной работе выбраны женские кроссовки. Концепция коллекции кроссовок направлена на то, чтобы создать многофункциональную обувь, способную обеспечивать потребителям необходимые функции, как при спортивных нагрузках, так и

в повседневной носке. А также добиться единства эстетической оболочки и эргономической наполненности.

РАЗРАБОТКА КОЛЛЕКЦИИ ЖЕНСКОЙ ОБУВИ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ В ДЕКОРЕ КРУЖЕВОПЛЕТЕНИЯ

Телятникова М.И., гр. ЛКО-219

Научный руководитель доцент Синева О.В.

Кафедра Художественного моделирования, конструирования и технологии изделий из кожи

Актуальность создания коллекции – это любовь к российской культуре и нашему наследию, сохранения уникальных технологий ручного труда. Развивая любовь к своей Родине, важно знакомить молодежь с народной культурой и ремесленными традициями демонстрировать достижения наших умельцев в области ручного труда и мастерства. Проект коллекции – это представление русских традиций в современном прочтении народных промыслов, который решает задачу сохранения культуры нашей страны. Он демонстрирует, как можно совместить обувь и изделия народных художественных промыслов в современном мире моды и дизайна, и в повседневной жизни. Коллекция напрямую связана с тематикой кружевоплетения, позволит понять специфику производства, философию промысла, изучить процесс создания уникального изделия. Коллаборация изделий позволит передать традиционные навыки и секреты технологии народного промысла, решит задачу в ассоциации народных промыслов с современными повседневными изделиями и применении их в повседневной жизни, не смотря на их кажущую непрактичность.

Цель работы: создать коллекцию женской обуви, отражающую красоту народных традиций и современных тенденций в сфере дизайна, которая покажет, что промыслы и сегодня актуальны и вписываются в повседневную жизнь. Задачи: формирование позитивного и модного имиджа народных промыслов у жителей нашей страны, расширения механизмов популяризации их через новый формат уникальных изделий. Наглядная демонстрация того, что наследием нашей страны нужно гордиться.

Правильное применение элементов декора обеспечивает достижение высоких эксплуатационных и эстетических свойств изделий из кожи, а также позволяет разнообразить действующий ассортимент. Декорирование кружевом один из способов придания коллекциям индивидуальности и романтического стиля. Кружево один из видов прикладного искусства и народного промысла России. При создании нашей коллекции будет использовано коклюшечное кружево, это самое привычное и традиционное

кружево для нашей страны. На Руси его плетут с 13 века, характерной особенностью его является сложность исполнения узоров, название узоров соответствует областям создания кружев.

СОЗДАНИЕ КОЛЛЕКЦИИ СУМОК «БРУТАЛЬНАЯ НЕЖНОСТЬ» С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ МЕТАЛЛИЧЕСКОЙ ФУРНИТУРЫ

Житникова П.П., гр. ЛКО-219

Научный руководитель доцент Синева О.В.

Кафедра Художественного моделирования, конструирования и технологии изделий из кожи

Девушек невозможно представить без аксессуаров. Одним из часто используемых аксессуаров является клатч. С помощью клатча можно прекрасно дополнить любой образ, и он будет актуален во многих жизненных ситуациях. Сегодня сумка-клатч присутствует в коллекции каждого модного дома. Ее выпускают и в повседневных вариантах, и в вечерних. Дизайнеры предлагают множество решений: ее можно носить в руках, на цепочке, под мышкой, на плече. В сумках дизайнеры с удовольствием используют различную фурнитуру. Предпочтение лучше отдавать металлической фурнитуре, а не пластмассовой. Возьмите магнитик, если не магнитит – то это силумин, если магнитит – то сталь. Металл может быть окрашен под серебро (никель, хром), античную латунь или золото. Последний вариант менее предпочтителен, так как если металл использовался некачественный, со временем цвет может потемнеть. Кроме вышеперечисленных цветов, также вы можете найти редкие декоративные оттенки, например, с чернением. Ткань вселенной соткана из парадоксов: нет наполненности без пустоты, не будет смерти при отсутствии жизни. Так же и нежность является тенью отбрасываемой внутренней силой. Предложенная коллекция, как и мир, соткана незримыми нитями парадоксальности, подчёркивая твою нежность в брутальном фасоне. Шипы на представленных клатчах складываются в прямолинейный рисунок или узор, украшают всю поверхность, конкретные участки или ручки, дополняя стиль. Этот модный элемент не собирается сдавать свои позиции, потому частенько появляется на модных нарядах в том или ином варианте. При этом сумочки с шипами аккуратные разной геометрической формы. Если речь заходит о шипах, не стоит переусердствовать: нежелательно носить модных аксессуаров с ними больше двух одновременно, чтобы образ не выглядел вычурным и перегруженным. Во всем должна быть мера. Шипами может быть отделана часть сумочки для дневных прогулок по городу, а также вся поверхность кожаного клатча. Оба варианта будут актуальны в пару к облегающим брюкам из модного латекса, к красному эпатажному платью с

асимметричными вырезами. Блестящие шипы украшают переднюю часть и выглядят по молодежному дерзко. Их можно увидеть на конвертах, сумочках треугольной или прямоугольной формы. Такие аксессуары становятся украшением гардероба и радуют своих обладательниц красивым дизайном с чувством стиля и отсутствием лишних элементов.

РАЗРАБОТКА КОНЦЕПТА КАПСУЛЬНОЙ КОЛЛЕКЦИИ ОБУВИ, СОГЛАСНО ИСХОДНЫМ ДАННЫМ И ТЕХНИЧЕСКОМУ ЗАДАНИЮ ПРОИЗВОДИТЕЛЯ

Шевкова П.А., гр. ЛКО-220

Научный руководитель доцент Синева О.В.

Кафедра Художественного моделирования, конструирования и технологии изделий из кожи

Главная цель проекта – это дать людям возможность носить удобную обувь из качественных материалов, которая будет подходить к любому наряду и послужит им не один сезон. Предложена коллекция в чёрном цвете, так как это нейтральный цвет, который подойдёт к любому виду одежды. Кожу стоит использовать хромового дубления. В зависимости от сезона носки, вид кожи выбирается отдельно, так как пакет материалов в разное время года по толщине разный. К примеру: зима – полукожник, яловка или бычок, демисезон – выросток, лето – выросток или опоек. Для обуви летнего сезона носки также можно взять шевро – очень приятная на ощупь и тягучая кожа, выделанная из козых шкур. Не исключено, что можно сделать коллекцию в других цветах. Так как модели универсальны, можно использовать любые классические цвета (бежевый, коричневый, белый) они вполне подойдут для изготовления коллекции. Главным источником вдохновения послужила древняя обувь. Данный вид обуви носили небогатые люди. Сейчас мы имеем больше возможностей для создания удобной обуви, например, толстая подошва, которая не даёт острым предметам на земле ранить наши ноги. Представленная коллекция обуви дает полный спектр возможности, как и для компании, так и для конечного потребителя. Минимализм, комфорт, приятная цена – для покупателей. Скорость производства, дешевизна производства и актуальный дизайн – для производителя. Все эти аспекты были проработаны в художественных и технических эскизах моделей. Первый этап создания любой коллекции – это эскизы, они являются важным этапом, так как передают основную идею. В процессе обучения будущие инженеры изучают, анализируют перспективные коллекции, выявляют и характеризуют направления в моде. Этот опыт в дальнейшем используется студентами при разработке своих проектов. Модели промышленной коллекции всегда отвечают требованиям

моды текущего или предстоящего сезона, они технологичны, функциональны, реальны для массового производства. Разработка изделий начинается с проектирования базовой формы, в основу которой заложена структура, исходная для всех последующих вариаций. Это дает возможность разрабатывать серии моделей, таких как модифицированный ряд, на одной конструктивной основе, рациональные ассортиментные серии и др.

РАЗРАБОТКА КОЛЛЕКЦИИ БОТИНОК С НАСТРОЧНЫМИ БЕРЦАМИ С ЭЛЕМЕНТАМИ ГОТИЧЕСКОГО СТИЛЯ

Козлова Н.О., гр. ЛТО-119

Научный руководитель доцент Синева О.В.

Кафедра Художественного моделирования, конструирования и технологии изделий из кожи

Готический стиль – направление в моде с преобладанием в гардеробе чёрного цвета и специфической символики, с отсылкой к субкультуре готы. мода на готичность – книги о мрачных замках, призраках, суровых латниках, прекрасных девах и алхимиках – начала формироваться еще в конце позапрошлого века по мере того, как ослабевала роль религии. Увлечение готической модой продолжилось и в последующие десятилетия. Зарождение готической субкультуры относится к концу 1970-ых годов, когда влияние панка в Британии стало ослабевать, и ряд групп обратились к новому жанру, получившему название «постпанк». Постепенно выделился ряд коллективов, объединённых общими стилистическими особенностями, позднее сформировавших «первую волну» готик-рока. Готический стиль отражает стремление к тайне, мистицизму и позволяет молча, посредством одежды и украшений, заявить о себе, как о личности незаурядной и загадочной. Особенности: преобладание черного цвета; четкий силуэт, резкие линии; предметы, детали, которые соотносятся с минувшими веками, ранним или поздним Средневековьем, Ренессансом, Викторианской эпохой; сочетание в костюме различных текстур: винила и тюля, бархата и латекса, атласа и кожи; кельтский крест, распятия, черепа и скелеты, летучие мыши, черные кошки и другие эмблемы, вызывающие ассоциации со смертью и колдовством; эффектный, драматический макияж с акцентом на глаза, белизну лица и «красавые» губы.

Виды готики: андрогинная готика; антикварная (классическая, викторианская, романтическая); вампирские готы; вестерн-готика; джей-готика («готическая Лолита»); джипси-готика; кибер-готика; корпоративная готика; стимпанк-готика; фетиш-готика.

Мною была создана коллекция обуви с акцентом на готический стиль, а точнее на вампирских готы. Вампирские готы эксплуатируют тему упырей и оборотней.

РАЗРАБОТКА КОЛЛЕКЦИИ ЖЕНСКИХ СУМОК ПО МОТИВАМ ПЕРСОНАЖЕЙ КОМПЬЮТЕРНОЙ ИГРЫ «GENSHIN IMPACT»

Балтыкова В.С., гр. ЛКО-119

Научный руководитель доцент Максимова И.А.

Кафедра Художественного моделирования, конструирования и технологии изделий из кожи

Создание коллекции моделей одежды, обуви или сумок, в большинстве случаев, начинается с выбора творческого источника, которым определяется образ будущих изделий. От этого этапа зависит успех коллекции. Каждый источник творчества обладает только ему присущими признаками, которые способствуют появлению оригинальной идеи. В настоящей работе для создания коллекции сумок был использован необычный творческий источник – персонажи популярной компьютерной игры «Genshin Impact». Можно предположить, что создаваемые аксессуары будут узнаваемы, и пользоваться спросом среди поклонников самой игры. Однако дизайн изделий нужно продумать таким образом, чтобы расширить сегмент потенциальных потребителей – сумки должны быть универсальны, сочетаться с повседневными образами и привлекать внимание не только игроков «Genshin Impact», но и людей, незнакомых с этой игрой.

Компьютерная игра «Genshin Impact» была разработана китайской компанией miHoYo Limited и вышла в общее пользование в 2020 году. Практически сразу она обрела популярность во многих государствах мира.

В качестве творческого источника коллекции, была выбрана одна из правительственных организаций фантастического мира – Фатуи. Униформа членов этой организации включает в себя белые плащи с черными лацканами, меховыми воротниками и опушкой, в дизайне костюма присутствует крупная серебряная фурнитура. Эти детали, цветовая гамма, становятся главными атрибутами разрабатываемой коллекции сумок.

Для выбора формы, размера и конструкции аксессуаров, нами был проведен Интернет-опрос, направленный на выявление потребительских предпочтений целевой аудитории. Анализ творческого источника и результаты проведенного опроса позволяют сформулировать концепцию разрабатываемой коллекции. В качестве основной целевой аудитории выступают молодые женщины в возрасте до 35 лет. По форме сумки будут приближаться к трапеции, иметь полужесткую конструкцию. Для

закрывания может использоваться молния, в некоторых моделях будет применяться клапан. Функциональная и декоративная фурнитура достаточно броская, имеет серебристый цвет. Цветовая гамма коллекции – черно-серо-белая. Для изготовления изделий целесообразно использовать материалы разной фактуры, в том числе мех, что подчеркнет выбранное стилевое решение.

О РАЗРАБОТКЕ АКСЕССУАРОВ ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Сапунова М.А., гр. МАГ-К-121

Научный руководитель доцент Максимова И.А.

Кафедра Художественного моделирования, конструирования и технологии изделий из кожи

У лиц с ограниченными возможностями здоровья использование привычных вещей, предметов может вызывать множество затруднений. Это касается и эксплуатации ими аксессуаров. В частности, немало трудностей испытывают люди с нарушениями строения и функций верхних конечностей при переносе, открывании и закрывании стандартных сумок, одевании-снятии ремней, подборе перчаток и рукавиц. Использование мелкой кожгалантереи, такой как портмоне, кошельки, может быть просто невозможно.

К числу патологий, влияющих на характер и качество эксплуатации кожаных аксессуаров, можно отнести некоторые формы ДЦП, атаксию, кинестезию, мышечную дистрофию верхних конечностей, ампутиационные дефекты. Кроме того, затруднения при использовании обычных аксессуаров испытывают люди, не имеющие патологий верхних конечностей, но использующие, по различным причинам, специальные устройства и приспособления для передвижения, такие, как трости, коляски и ходунки.

Проанализировав особенности этих патологий, была разработана база конструкторских решений, реализующих специальные требования к аксессуарам для определенных групп людей с ограниченными возможностями здоровья.

Также, для создания эргономичной коллекции изделий, целесообразно выявить и проанализировать особенности требований целевой аудитории к подобным аксессуарам. Наиболее удобным методом для этого является опрос, который был проведен в сети Интернет. На вопросы анкеты ответило 138 человек, из них 86 опрошенных (62% от общего числа) – женского пола. Наиболее активными оказались респонденты в возрасте от 18 до 28 лет. Полученная в результате проведенного исследования информация, помогла провести эскизную

проработку моделей будущей коллекции, в которую вошло семь сумок, закрепляющихся на теле по принципу портупеи. Все изделия имеют крупную фурнитуру и легко открываются, что соответствует запросам людей с нарушениями строения и моторики верхних конечностей. В качестве материала для изготовления моделей была выбрана ткань «Оксфорд» с пропиткой изнутри, благодаря которой уменьшается водопроницаемость изделия. Образцы моделей коллекции выполнены в материале.

ПРИМЕНЕНИЕ ЭЛЕМЕНТОВ РУЧНОЙ ВЫШИВКИ В ДЕКОРИРОВАНИИ СОВРЕМЕННЫХ МОДЕЛЕЙ ОБУВИ И АКСЕССУАРОВ

Сошкина Д.А., гр. ЛКО-119

Научный руководитель доцент Максимова И.А.

Кафедра Художественного моделирования, конструирования и технологии изделий из кожи

Вышивка – общеизвестное и распространённое рукодельное искусство украшать самыми различными узорами всевозможные ткани и материалы от самых грубых и плотных до тончайших материй. Вышивка очень многообразна. По технологии изготовления вышивка бывает ручной и машинной. Ручная вышивка очень трудоемка, требует профессионализма и терпения от мастера, но позволяет создавать уникальные, нигде не повторяющиеся изделия. Машинная вышивка выполняется при помощи швейных автоматов, поэтому может применяться в массовом производстве. Однако она не может повторить сложных орнаментов ручной вышивки.

Обувь и аксессуары, украшенные вышивкой, нередко появляются на модных подиумах. Данный изобразительный прием используют такие корифеи высокой моды как Gucci, Versace, Dolce & Gabbana, Prada. Особенно часто вышивка появляется в работах модного дома Alexander McQueen, при этом художественные стежки присутствуют и в костюме, и в обуви, и в аксессуарах, что смотрится очень необычно.

В России мастерство ручной вышивки сохраняют не только частные мастерицы. В Торжке с 1894 года работает фабрика «Торжокские золотошвей», которая занимается производством одежды, аксессуаров, предметов интерьера с применением ручной и машинной вышивки и имеет сеть магазинов в разных городах. В Ярославле крупная вышивальная фабрика осуществляет ручную и машинную вышивку на заказ.

Недостатком любого способа вышивки на коже является уменьшение прочностных свойств материала от его проколов иглой. Поэтому, применение этого способа декорирования в обуви и сумках несколько

ограничено. В работе представлены эскизы коллекции женских сапог с применением высокохудожественной ручной вышивки, вдохновленной эскизом Л.С. Бакста «Вакханка». Голенища сапог коллекции подобны художественному полотну, на котором воплощается изображение. При осуществлении стилизации эскизов Л.С. Бакста с последующим их «исполнением иглой» будут использованы такие виды ручной вышивки, как художественная гладь с аппликацией, лицевая гладь, золотое шитье.

Разрабатываемая коллекция является переосмыслением назначения обуви – не просто «средство защиты стопы», а обувь, как «объект изобразительного искусства» без потери функциональности.

МЕЙСЕНСКИЙ ФАРФОР КАК ТВОРЧЕСКИЙ ИСТОЧНИК ПРИ СОЗДАНИИ КОЛЛЕКЦИИ ОБУВИ И АКСЕССУАРОВ

Кириченко А.Ю., гр. ЛКО-119

Научный руководитель доцент Максимова И.А.

Кафедра Художественного моделирования, конструирования и технологии изделий из кожи

Meissen – это первый белый твердый фарфор, открытый И.Ф. Беттгером в Европе. Точно известна дата и место его возникновения: 1710 год, Саксония (нынешняя Германия). Для жителей Запада фарфор был не только предметом роскоши, но объектом почитания как одно из величайших достижений культуры Востока и как одна из величайших его тайн. Мейсенская мануфактура была основана в 1780 году, а в 1713 году в ее ассортименте стали появляться вещи из фарфора. Примерно в 1745 году художники MEISSEN разработали стиль оформления фарфоровых изделий под названием «Bunten Deutschen Blumen» или «Немецкие цветы». Мотивы основывались на ботанических знаниях, однако в упрощённом виде, правда цвета стали ярче, оттенки и их переходы богаче, а тонкие контурные линии сделали растения более живыми. Розы, тюльпаны, астры, душистый горошек, хризантемы и пионы были фаворитами в сюжетах. В изделиях появляется золотистая кайма, которая выгодно подчеркивает белизну фарфора и изящные линии цветов и узоров. Со временем, золотая кайма становится рельефной. Изделия мейсенской мануфактуры послужили творческим источником при создании коллекции женской обуви и аксессуаров.

В коллекцию вошли четыре сумки и три модели обуви. Творческий источник задает ослепительно белый цвет основного материала моделей. Он как бы имитирует фарфор. На белом фоне выделяются изображения, копирующие цветочные мотивы мейсенской посуды, на кожаные детали они наносятся методом печати. При сборке изделий, в качестве декора,

используется ручной седельный шов и окантовка золотистой нитью. Применяемая фурнитура минималистична, так как не должна влиять на стилистику изделий. Сумки имеют полужесткую конструкцию и по форме перекликаются с творческим источником. Модели коллекции выглядят очень нарядно, но подойдут не только к праздничному образу, но и в качестве повседневных. Они, без преувеличения, способны стать акцентом костюма, придав образу изысканность и завершенность.

О КОНСТРУКТИВНЫХ ОСОБЕННОСТЯХ ПЕРЧАТОК ДЛЯ РАБОТНИКОВ СПЕЦИАЛЬНЫХ ПОДРАЗДЕЛЕНИЙ ОРНИТОЛОГИЧЕСКОЙ СЛУЖБЫ

Черная А.В., гр. АТК-2-121

Научный руководитель доцент Максимова И.А.

Кафедра Художественного моделирования, конструирования и технологии изделий из кожи

В структуру орнитологической службы входят специальные подразделения, работающие с ловчими птицами – соколами, орлами, ястребами и другими. К их функциям, прежде всего, относятся регулирование численности определенных групп птиц в крупных городах, распугивание птиц на территории аэропортов и других объектов специального назначения, охрана памятников архитектуры. В основе конструкций элементов экипировки для сотрудников специальных подразделений орнитологической службы лежат аналогичные элементы амуниции для соколиной охоты.

Наиболее важным атрибутом экипировки орнитолога при работе с хищными птицами является специальная перчатка, обеспечивающая безопасность человека и функционал взаимодействия с животным. Орнитологическая (сокольничья) перчатка изготавливается из умеренно толстой, но мягкой кожи. Ее внешний вид и конструкция зависят от вида ловчей птицы, условий работы, традиций, климата и некоторых других факторов. Специальные «сокольничьи» перчатки орнитолога можно разделить на 3 вида по условиям эксплуатации: выносная, кормовая и парадная. По сезону носки перчатки подразделяются на зимние и летние. В зимних моделях подкладка может выполняться из шерсти, натурального или искусственного меха.

Вид хищной птицы, с которой работает орнитолог, во многом влияет на конструкцию специальной перчатки. Ястребиная перчатка должна иметь длинную крагу для защиты предплечья. Традиционно ее украшают кисточкой и контрастными аппликациями. Нередко для привязывания птицы в перчатку вшивают кожаную петлю или медное кольцо. Для орла

используется перчатка с двойным слоем кожи над большим, указательным и средним пальцами. Такая перчатка всегда имеет длинную крагу для защиты предплечья от когтей мощной птицы. При охоте с небольшой птицей многие сокольники предпочитают использовать более тонкие, однослойные перчатки. Для таких птиц у перчаток может быть короткая манжета. Следующий тип перчатки иногда используется для ношения дербников или перепелятников. Эта перчатка закрывает только большой, указательный и средний пальцы.

Все специальные перчатки делятся на правые и левые. Орнитологами используются преимущественно перчатки на левую руку, оставляющие правую руку свободной для удержания рации и других, необходимых в работе предметов.

О ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ПРЕДПОЧТЕНИЯХ В СЕГМЕНТЕ МОЛОДЕЖНОЙ ОБУВИ ОСЕННЕ-ВЕСЕННЕГО СЕЗОНА НОСКИ

Горелова Т.В., гр. ЛТО- 118з

Научный руководитель доцент Максимов И.А.

Кафедра Художественного моделирования, конструирования и технологии изделий из кожи

На этапе разработки коллекции обуви целесообразно сформировать портрет потенциального потребителя и исследовать его предпочтения в отношении создаваемых изделий. Так, для выявления потребительских предпочтений в сегменте обуви для молодежи, была сформирована анкета, включающая 13 основных вопросов и 3 вопроса «паспортички». В опросе приняли участие 50 человек в возрасте от 14 до 30 лет, из них 72% – женщины. Как и предполагалось, большинство из них – студенты (72% респондентов). В соответствии с ответами респондентов, покупки обуви совершаются ими, в среднем, раз в 2-3 месяца. Наиболее часто для повседневной носки молодые люди выбирают обувь спортивного стиля (54% ответов), но многие отдают предпочтение классическому стилю (30%). Исключительно важным для молодежи является соответствие обуви модным трендам и привлекательный внешний вид. При совершении покупки многие из ответивших обращают внимание на бренд и страну происхождения товара. Очень малая доля потребителей исследуемой возрастной категории (только 6%), указывает в качестве критерия выбора материалы, из которых сделана обувь. Интересно, что такой ответ не связан с поиском более дешевого товара. Отвечая на вопрос о влиянии цены на совершение покупки, большинство респондентов указали, что готовы заплатить больше за качественную обувь. Таким образом, в понятие

качества у молодежи, в большей степени, входят внешние характеристики модели, бренд, надежность, но не эргономичность.

Что касается применения декора в обуви, были получены следующие ответы. Для повседневной демисезонной обуви классического стиля большая часть респондентов считает допустимым умеренный неброский декор. Популярными видами декорирования верха обуви стали перфорация и тиснение. Молодежи нравится декор, подчеркивающий конструкцию изделия, а также модели с деталями верха, имеющими необычную форму. Среди разных видов декоративных строчек, наиболее предпочтительны однорядные и двухрядные строчки по периметру деталей, а также выпуклые рельефные строчки. Потребители положительно относятся к применению в обуви декоративной фурнитуры.

Соответствие этим требованиям, гармонично сочетающееся с малой себестоимостью, позволит продукции быть конкурентоспособной, а, следовательно, и востребованной среди потребителей.

ОСОБЕННОСТИ РАЗРАБОТКИ УПАКОВКИ ДЛЯ ДЕТСКОЙ ОБУВИ

Шевякова Е.И., Сафарян Р.А., гр. ХПУ-120

Научный руководитель доцент Максимов И.А.

Кафедра Художественного моделирования, конструирования и технологии изделий из кожи

Упаковка – средство или комплекс средств, обеспечивающих защиту продукции от повреждений и потерь, а также обеспечивающая процесс обращения продукции на рынке. Упаковка выполняет ряд функций: дозирующую, защитную, транспортную, хранения, маркетинга, нормативно-законодательную, информационную, эксплуатационную и экологическую. К упаковке предъявляется ряд требований как со стороны потребителей, так и со стороны производства.

Упаковка для детской обуви, присутствующая на рынке, очень разнообразна. Особенностью ее разработки является то, что данный продукт имеет «двойного» потребителя. С одной стороны, упаковка должна привлекать, быть удобной, интересной и безопасной для ребенка, с другой – вызывать положительные эмоции у родителей, быть запоминающейся.

Самым распространенным материалом для изготовления упаковки для обуви является картон. К его достоинствам следует отнести экологическую безопасность, технологичность и невысокую стоимость. Плоский картон при помощи фантазии дизайнера способен превращаться в любые объемные формы. На него удобно наносить графические изображения, что важно при создании яркой упаковки для детей. Кроме

того, картон подвергается вторичной переработке, что позволяет в меньшей степени загрязнять окружающую среду.

При проектировании упаковки для детской обуви, следует предусмотреть ее удобство для маленького исследователя – продумать систему открывания, обеспечить ручку для переноса, минимизировать вес, сделать прочной и безопасной.

В работе представлены эскизы четырех вариантов коробок для детской обуви. В качестве элемента дизайна мы хотим предложить изображения любимых всеми персонажей мультфильмов или сказок, которые интересуют не только детей, но и родителей. Так, упаковка украшена образами трех богатырей, Чебурашки и Снегурочки. Возможно декорирование мотивами не только отечественных мультфильмов, но и зарубежных. Последний вариант упаковки имеет более сложную геометрическую форму и посвящен героям мультфильма «Холодное сердце». Дизайн упаковки предполагает дополнительное место для размещения внутри коробки небольшого сюрприза – игрушки.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ПРИРОДНЫХ ФОРМ В ПРОЕКТИРОВАНИИ АКСЕССУАРОВ

Яковлева А.Д., ЛКО-119

Научный руководитель доцент Конарева Ю.С.

Кафедра Художественного моделирования, конструирования и технологии изделий из кожи

К аксессуарам наряду с утилитарными предъявляются повышенные требования изысканности и оригинальности, что влечет за собой желание создавать оригинальные изделия. Для дизайнера ориентирами формообразования предметов дизайна являются логичность и рациональность формы, которые следуют структуре объекта и его функциям. Изменения промышленного производства в сочетании с опытом проектного авангарда требуют поиска новых путей формообразования, которые направлены на достижение художественной выразительности формы изделий. Все большее значение придается использованию художественного конструирования в разработке и оптимизации широкого ассортимента моделей.

Очень часто различные объекты живой природы, будь то растения или животные, являются источником возникновения образных ассоциаций у художника-модельера и вдохновляют его на создание новых коллекций. Однако путь преобразования природных форм в формы довольно труден и своеобразен. Каждый конкретный творческий источник несет в себе присущие только ему характерные особенности. Умение увидеть и

выделить эти характерные черты источника является одной из задач дизайнера. Эмоциональные образные ассоциации, возникающие у художника при наблюдении мира живой природы, становятся основой создания новых моделей и коллекций. Для систематизации параметров природного формообразования в работе будет выполнен анализ трансформации природных форм в аксессуаров, принципы использования таких форм, рассмотрены модные тренды аксессуаров, созданные по мотивам природных образов от известных брендов.

Цель проектной работы заключается в создании формотворческой и эстетической коллекции аксессуаров на основе природных образов. Будет проведен опрос с целью исследования предпочтений при выборе сумки на основе природных образов, форм и конструкций. Результаты исследований позволят выявить позицию респондентов и разработать конкурентоспособную коллекцию аксессуаров.

ВЗГЛЯД НА АКСЕССУАРЫ С ПОЗИЦИЙ УНИВЕРСАЛЬНОГО ДИЗАЙНА

Трифонова Д.А., гр. МАГ-К-121

Научные руководители доцент Конарева Ю.С., профессор Костылева В.В.

Кафедра Художественного моделирования, конструирования и технологии изделий из кожи

Универсальный дизайн направлен регулировать вопросы создания среды и товаров, которые одинаково подходят для использования разным людям без всякой адаптации, в том числе маломобильным гражданам. Универсальный дизайн концептуально имеет близкое отношение к инклюзивному дизайну и принадлежит к идеям широкого спектра, которые доступны абсолютно всем. Его главная цель – безопасность и удобство использования.

Универсальный дизайн получил признание во всем мире в качестве улучшенного дизайна общественных пространств и призван расширить рамки проектной деятельности. В основе подхода лежит идея создания такой среды, продуктов и услуг, которые были бы полезны всем членам общества на равных основаниях. Существует немало отраслей, в которых «дизайн для всех» имеет упорное проникновение на рынок, но есть и многие другие, в которых он еще не принят в какой-либо степени. Исследования направлены определить подход при разработке конструкций сумок с позиций универсального дизайна. В повседневной жизни каждый из нас ежедневно использует аксессуары. Все представленное на рынке многообразие аксессуаров изготавливается по принципам унификации и модульного проектирования, что выгодно и удобно для предприятий-

изготовителей. Актуален сегодня вопрос и осознанного потребления. Сумка со сменными модулями способна заменить множество моделей, за счет своей универсальности. Не обязательно покупать новое изделие, если можно видоизменить уже имеющееся за счет сменных модулей. Также экономически выгодным для производства будут сумки в стиле «унисекс». Использование одной конструкции для мужчин и женщин позволит улучшить технико-экономические показатели изделий, снизить затраты на производство и увеличить спрос. Поэтому, руководствуясь принципами универсального дизайна, при разработке проектов изделий, важно разрабатываемый продукт сделать безопасным, удобным и востребованным для разных людей.

АКСЕССУАРЫ ИЗ ДЕРЕВА ОТ ИЗВЕСТНЫХ МОДНЫХ ДОМОВ

Айрапетян М.А., гр. ЛКО-119

Научные руководители доцент Конарева Ю.С., профессор Костылева В.В.

Кафедра Художественного моделирования, конструирования и технологии изделий из кожи

На протяжении всей древней истории и до нашей эры каждая цивилизация в мире использовала древесину для создания как полезных, так и красивых и декоративных предметов.

В последние годы в мире моды изделия с деталями из дерева набирают популярность. Эти изделия из дерева модные и эстетичные, они обладают явными экологическими преимуществами, что делает их очень устойчивыми и менее вредными для окружающей среды.

Дизайнеры разных модных домов ратуют за экологичность и натуральность самого древнего в мире материала для украшений и аксессуаров – дерева, которое привлекает дизайнеров своим цветом, фактурой и функциональностью. Тем более многие не стесняются сочетать дерево с драгоценными металлами, такими как золото и серебро, а также с драгоценными камнями. Очень много аксессуаров с деревянными деталями, например, броши, подвески, ожерелья, бусы, серьги и кольца, некоторые элементы обуви и сумок. А способов придания дереву неповторимого вида – бесчисленное множество: полировка, покрытие лаком, роспись красками и так далее. Не стоит забывать и о том, что разная древесина будет смотреться совершенно по-разному.

Рассмотрим сумки и обувь с элементами дерева от известных модных домов. Бренд Charlotte Olympia предложил деревянные клатчи, которые украшены аппликацией из шпона и декоративными деталями в этническом стиле: застежка одного из подобных клатчей выполнена в виде матрешки. Идею деревянных клатчей с аппликацией поддержал бренд Rachana Reddy.

Все чаще и чаще встречается обувь с деревянной подошвой. Дизайнеры бренда Breno Cintra предложили вниманию ценителей необычной обуви футуристическую модель, выполненную из дерева, бамбука и кожи. Босоножки и туфли на деревянной подошве имеются у дизайнеров Proenza Schouler, Chloe, Burberry Prorsum и др.

Отсюда следует, что дерево популярно как никогда, а самое главное – его можно будет сочетать с любой одеждой.

НАЦИОНАЛЬНАЯ КУЛЬТУРА КАК ТРЕНД В СОВРЕМЕННОМ ДИЗАЙНЕ

Молдавская Г.С., гр. МАГ-ТЛ-121

Научный руководитель доцент Конарева Ю.С.

Кафедра Художественного моделирования, конструирования и технологии изделий из кожи

Процесс разработки модных коллекций начинается с выбора источника вдохновения с последующей трансформацией идеи в конструкцию. Источник вдохновения – это предмет или явление окружающей его действительности, выбранный дизайнером для дальнейшей работы. В числе наиболее часто применяемых – искусство, предметы дизайна, архитектура, природа и исторический костюм. Творческий подход к трансформации первоисточника предполагает его ассоциативное переосмысление, в результате которого можно получить множество новых идей.

Россия обладает по-настоящему богатым культурным и историческим наследием, поэтому вдохновение может быть найдено и в самой истории и культуре России. Так первоисточником может выступать не только народный костюм и орнаменты, но и народное творчество, быт, климатические условия, даже творчество русских писателей и художников, архитектура и т.д. Но этот источник должен интерпретироваться в сложную современную модель, которую сможет оценить потенциальный потребитель, молодое поколение. Обращение к традициям – тренд в современном дизайне. На подиумы и в обычную жизнь постепенно возвращается русский стиль. Но мало кто может объяснить, что же это такое, что он собой представляет. Русская тема в моде была уже не раз актуальна. Современные российские дизайнеры часто обращаются к русскому наследию в своих коллекциях, переосмысляя народные и национальные традиции. Молодое же поколение под влиянием периода самоидентификации куда больше, чем раньше заинтересовано поиском собственной идентичности, улучшением окружающего мира, оно

заинтересовано не только культурой своей страны, но и тем, как сохранить ее в современном быстроменяющемся мире.

Таким образом, народное искусство играет одну из самых важных ролей в жизни человека и человеческого общества в целом, оно помогает сохранить национальную идентичность, духовные ценности своих предков, что особенно важно в эпоху глобализации и активной межкультурной коммуникации.

О СПОСОБАХ ОБНОВЛЕНИЯ ДИЗАЙНА СУМОК ПОПУЛЯРНЫХ МОДЕЛЕЙ ИЗВЕСТНЫХ БРЕНДОВ

Крылова Е.М., гр. ЛКО-219

Научный руководитель доцент Конарева Ю.С.

Кафедра Художественного моделирования, конструирования и технологии изделий из кожи

Предметы гардероба, особенно обувь и аксессуары способны наиболее точно показать вкус и статус их обладателя. Женская сумочка считается не просто функциональным аксессуаром, на самом деле, это незаменимая часть образа, его дополнение и акцент. Современные дизайнеры неустанно наполняют классические идеи новым смыслом. В мире моды постоянно появляются интересные новинки, способные сделать стильной любую женщину.

Обзор модных тенденций в группе женских сумок показал, что мировые бренды (Gucci, Dior, Michael Kors, Furla, Louis Vuitton и другие) предлагают обновление уже имеющихся, популярных у потребителя моделей. В большинстве случаев при обновлении моделей сумок используют натуральные и искусственные кожи, текстильные и синтетические материалы, велюр или замшу актуальной цветовой гаммы предстоящего сезона, а иногда нетрадиционные материалы, например, ротанг. Выдержанные в одной цветовой гамме материалы, могут обладать разными фактурами и при этом гармонично сочетаться в одном изделии, создавая неповторимый внешний вид. Это довольно интересное и популярное на сегодняшний день дизайнерское решение. Комбинирование материалов сочетают с различными техниками (лоскутное шитье, плетение и др.), методами соединения деталей, технологией отделки. Обновление популярных моделей также происходит за счет изменения вида и конструкции ручки, смены фурнитуры, добавления трендового декора, придающего оригинальность аксессуарам.

Таким образом, мода не стоит на месте, и многие всемирно известные бренды стараются экспериментировать и комбинировать различные

материалы в своих изделиях, создавая поистине необычные и всеми любимые аксессуары.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ВНУТРЕННЕЙ ФОРМЫ ЖЕНСКИХ САПОГ НА ОСНОВЕ ДАННЫХ АНТРОПОМЕТРИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЙ

Турчина Ю.И., гр. ЛКО-219

Научный руководитель профессор Киселев С.Ю.

Кафедра Художественного моделирования, конструирования и технологии изделий из кожи

Сапоги являются одним из наиболее популярных видов женской обуви в осенне-весенний и зимний сезоны, они не только дополняют образ, но и защищают организм от неблагоприятных погодных условий. При обилии моделей, фасонов, конструктивно-декоративных, цветовых решений повседневных и нарядных сапог, большинство образцов обуви не отвечают требованиям комфортности и удобства в процессе эксплуатации.

Комфортность обуви определяется, в первую очередь, рациональностью внутренней формы обуви. Проблема создания рациональной сапожковой колодки особенно актуальна для молодых женщин в возрасте от 16 до 24 лет.

С целью получения объективных данных о стопах названной возрастной группы женщин на кафедре художественного моделирования, конструирования и технологии изделий из кожи РГУ им. А.Н. Косыгина в разные годы проводились антропометрические исследования стоп учащихся старших классов школ и студентов. В 2022 году данные исследования были нами продолжены. При проведении исследования применялись метрический метод измерений и метод плантографии, визуально оценивалось наличие патологий и ортопедических деформаций стоп. С помощью гибкой миллиметровой ленты и штангенциркуля в положении равномерной опоры на обе стопы определялись следующие размерные признаки: длина стопы (Д), обхват в середине пучков (Ос.п.), обхват прямого взъема (Оп.вз), обхват через пятку-сгиб (Оп.сг). По габаритам и отпечаткам правой стопы, полученным с помощью плантографа, определяли ширину стопы в сечениях $0,18Д$ и $0,68Д$.

Статистическая обработка полученных антропометрических данных была выполнена с использованием программы MS Excel. В результате проведенной обработки экспериментальных данных построены кривые распределения стоп по основным параметрам, найдены уравнения регрессий, по которым, вычислены основные параметры средне-типичной

стопы молодой женщины. В ходе дальнейших исследований планируется получить слепок стопы, построить чертеж колодки и изготовить эталон поверхности колодки для женских сапог осенне-весеннего сезона носки.

РАЦИОНАЛЬНАЯ ВНУТРЕННЯЯ ФОРМА ЖЕНСКОЙ ВЫСОКОКАБЛУЧНОЙ ОБУВИ

Осипова Э.А., гр. ЛКО-120

Научный руководитель профессор Киселев С.Ю.

Кафедра Художественного моделирования, конструирования и технологии изделий из кожи

Женщины уже давно смирились с тем, что «красота требует жертв» и часто ходят в неудобной, неустойчивой высококаблучной обуви, деформирующей стопы. Однако при рациональном проектировании можно избежать дискомфорта даже при носке обуви на высоком каблуке. Рациональная внутренняя форма обуви должна обеспечивать нормальное функционирование опорно-двигательного аппарата, что возможно при обеспечении правильного соотношения внутренних размеров обуви и средне-типичной стопы с учетом изменения размеров стопы в движении и при подъеме пятки на каблук.

Важное значение при проектировании колодки имеют используемые исходные данные стопы. Информация о стопе должна быть сопоставима с параметрами, используемыми при проектировании колодки, что во многом определяется выбором основной системы координат. Все сечения стопы и соответствующие сечения колодки должны быть ориентированы одинаково для правильного перехода от стопы к внутренней форме обуви.

При проектировании колодки для высококаблучной обуви представляется целесообразным выбрать базовую ось, не изменяющую свои размеры при подъеме пятки, в качестве таковой В.А. Фукин предложил принять нейтральный базис стопы. При повышении каблука пальцевый отдел остается на горизонтальной поверхности, а пучково-пяточный отдел стопы совершает вращательное движение в плюсне-фаланговом сочленении, расположенном на расстоянии $0.73D_{ст}$ от наиболее выступающей точки пятки.

Ю.П. Зыбин и Т.С. Кочеткова обосновали принципы перехода от формы стопы к форме колодки в области следа: форма плантарной поверхности стопы в области пятки и наружного опорного свода должна быть полностью отображена в следе колодки, а в области переймы необходимо предусмотреть зазор между внутренним продольным сводом стопы и следом обуви для выполнения сводом рессорной функции.

Длина следа высококаблуточной колодки в области пучков увеличивается, поскольку при подъеме пятки возрастает длина плантарной поверхности стопы; в то же время, в геленочной части след укорачивается, что объясняется увеличением прогиба продольного свода и сокращением подошвенного апоневроза стопы. Научно-обоснованные принципы проектирования следа обеспечат комфортную носку обуви на каблуке.

ОСОБЕННОСТИ РАЗРАБОТКИ КОЛОДОК ДЛЯ СПЕЦИАЛЬНЫХ ТИПОВ ОБУВИ

Антощенко И.Р., Галыгин Г.А., гр. ЛТО-121

Научный руководитель профессор Киселев С.Ю.

Кафедра Художественного моделирования, конструирования и технологии изделий из кожи

Основной задачей ортопедической обуви для пациентов с сахарным диабетом является профилактика синдрома диабетической стопы – это, связанное с неврологическими (диабетическая нейропатия, стопа Шарко) и сосудистыми (диабетическая ангиопатия) нарушениями, поражение поверхностных и глубоких тканей стопы. При диабетической нейропатии (30-60% пациентов) нарушается болевая, тактильная и температурная чувствительность стоп. Пациенты часто не замечают появление трещин, мозолей, потертостей и небольших травм, не чувствуют, что обувь давит или травмирует стопу. В конструкцию колодки для пациентов, страдающих сахарным диабетом, должны быть заложены необходимые ортопедические элементы. В области подъема и пятки колодка должна быть выполнена максимально точно, дабы избежать подачу ноги вперед при ходьбе, т.е. чтобы предотвратить лишнее трение внутри обуви, в то время, как в носочной части колодка не должна быть сужена, а, наоборот, максимально расширена, чтобы пальцы ног не сдавливались и не испытывали трения. Также при построении колодки необходимо по следу предусматривать пространство для специальной разгружающей стельки.

Известны также колодки для ортопедической обуви при косолапости, плоскостопии, вальгусной и варусной деформации стоп и др. Антивальгусная – первая разновидность малосложной обуви. Используется при Х-образной постановке стоп. Имеет жесткий, высокий задник и упругий, плотный супинатор – деталь в обуви, которая поднимает внутренний край стопы; Х-образные ноги (вальгусное искривление ног) – часто встречающаяся деформация нижних конечностей. Колодка для антивальгусной обуви изготавливается с учетом наличия специального супинатора с высокой поддержкой внутренней части стопы и высоким голенищем для фиксации стопы в правильном положении. Антиварусная –

вторая разновидность малосложной обуви. Используется для лечения О-образной постановки стоп. Для достижения правильного расположения конечности, конструкция имеет 3 точки опоры – на пятке, на наружном и внутреннем крае стопы. О-образные ноги – патологическое состояние, при котором ноги искривляются под углом, открытым вовнутрь. Колодка по следу изготавливается с учетом пронации внешней стороны стопы и может иметь в верхней части трубку, необходимую для блокировки жесткого берца, обеспечивающего фиксацию голеностопа в правильном положении.

РАЗРАБОТКА БАЗЫ ДАННЫХ ДЛЯ КОНСТРУКТОРСКОЙ ПОДГОТОВКИ ПРОИЗВОДСТВА МОДЕЛЕЙ ОБУВИ В СТИЛЕ «A LA RUSSE»

Семенова У.В., гр. МАГ-ТЛ-122

Научные руководители доцент Карасева А.И., профессор Костылева В.В.

Кафедра Художественного моделирования, конструирования и технологии изделий из кожи

Внедрение и развитие русской культуры наблюдается в различных сферах современного общества. Свое место среди дизайнеров и художников стиль «a la Russe» завоевал популярность, благодаря использованию цветовой гаммы, замысловатых узоров, натуральных материалов, оригинальных фактур и др. Так постепенно в современных авторских проектах одежды, обуви и аксессуаров самобытность трансформируется в многообразие изобразительных мотивов. Не так много стран, где существует явление, подобное народным промыслам России. Объекты народного декоративно-прикладного искусства должны не только создаваться в соответствии с традицией и технологией, но и жить в современном мире, в современных культурно-эстетических реалиях.

В Стратегии развития легкой промышленности отмечается, что «доля международных брендов составляет около 10%, отечественные бренды занимают около 8% рынка. Ожидаемая доля брендов к 2025 г. может достичь 50%, половина может приходиться на российские. Основной фокус государственной политики должен быть направлен на повышение конкурентоспособности отечественной продукции на российском рынке – поддержка развития отечественных брендов, внедрение системы контроля качества. Создание и развитие отечественных брендов, использование действующих механизмов поддержки реализации инвестиционных проектов предусмотрены подпрограммой № 4 «Легкая промышленность и народные художественные промыслы» государственной программы «Развитие промышленности и повышение ее конкурентоспособности». Одним из принципов, значащихся в Стратегии развития информационного

общества в Российской Федерации на 2017-2030 годы – «приоритет традиционных российских духовно-нравственных ценностей и соблюдение основанных на этих ценностях норм поведения при использовании информационных и коммуникационных технологий». Повсеместное применение таких технологий способствует развитию нового этапа экономики – цифровой экономики и образованию ее экосистемы (п. 13). Главным способом обеспечения эффективности цифровой экономики становится внедрение технологии обработки данных, что позволит снизить затраты при производстве товаров и оказании услуг (п. 14)». На этом фоне заявленная тема представляется актуальной.

ЭСКИЗНОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ ОБУВИ В ПРИКЛАДНЫХ КОМПЬЮТЕРНЫХ ПРОГРАММАХ

Федорова А.А., гр. МАГ-К-122

Научные руководители доцент Карасева А.И., профессор Костылева В.В.

Кафедра Художественного моделирования, конструирования и технологии изделий из кожи

Художественное проектирование, частью которого является процесс эскизного проектирования, является важным для производства и изготовления изделий легкой промышленности. Развитие дизайна и производственных процессов направлено не только на экономические выгоды, но и на удовлетворение интересов потребителя.

В современных условиях цифровизации эскизное проектирование зачастую ведется в программных обеспечениях систем автоматизированного проектирования, таких как ShoeMaster, Ассоль обувь, Аско-2D, 3D САПР Julivi, CAD Assyst, Компас-3D. Они активно используются как на обувном производстве, так и на швейном производстве. Часть программ является отечественными и пользуется большой популярностью. Применение САПР в легкой промышленности позволяет ускорить процесс эскизного проектирования, осуществить комплексную автоматизацию всех процессов создания и разработки изделия, обеспечивает автоматическое выполнение технологических операций. Несмотря на большие достижения в области компьютерных технологий, проблема совершенствования и выполнения функций за минимальное время в прикладных программах остается актуальной для проектирования изделий обувной промышленности.

Одной из основных задач стратегии развития легкой промышленности является ускорение технологического развития России, внедрение цифровых технологий в производство и др. Это же просматривается и в концептуальных вопросах цифровизации легкой

промышленности государственной программы «Сводная стратегия развития обрабатывающей промышленности Российской Федерации до 2024 года и на период до 2035 года», утвержденной Распоряжением Правительства Российской Федерации от 06.06.2020 г. №1512-р

Аккумуляция теоретических и экспериментальных исследований для разработки новых методов работы в прикладных программах обеспечит совершенствование процессов проектирования изделий обувной промышленности. В докладе будут представлены основные этапы перевода растрового изображения в векторное на примере эскизного проектирования женской обуви.

ТЕХНОЛОГИИ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА В ХУДОЖЕСТВЕННОМ ПРОЕКТИРОВАНИИ КОЛЛЕКЦИИ ДЕТСКОЙ ОБУВИ

Кисилев Е.В., гр. МАГ-ТЛ-121

Научные руководители доцент Карасева А.И., профессор Костылева В.В.

Кафедра Художественного моделирования, конструирования и технологии изделий из кожи

Качественный рост машинного обучения и искусственного интеллекта поднимает вопросы развития и совершенствования творческих процессов, предлагая серьезные изменения. Такие нейросети, как DALL-E, DALL-E 2, Midjourney, StableDiffusion и др. представляют собой программы искусственного интеллекта, обученные генерировать оригинальные изображения, отталкиваясь от простых текстовых запросов «текст-изображение», открывая широкие перспективы для бесконечного числа творческих экспериментов. Нейросети обладают разнообразным набором возможностей. Одной из наиболее интересных функций является способность объединять несвязанные концепции. Она может иметь огромное значение для архитектуры и дизайна, поскольку позволяет черпать вдохновение из, казалось бы, несвязанных между собой идей. Генеративные модели нейросетей побуждают дизайнеров исследовать средства и методы проектирования с новых позиций. Возможность делать внезапные счастливые открытия, непрогнозируемые научно-технические изобретения с использованием нейросетей, расширяет диапазон творческих реальностей за пределы классических методов.

Интересной представляется разработка эскизов с помощью современных цифровых технологий. Так в нейросети Midjourney нами были получены изображения детской обуви и костюмов на основе сказочного образа Царевны лягушки. Текстовый запрос содержал следующие предложения: детская обувь в стиле сказки «Царевна лягушка», туфли для

девочек в образе сказочной царевны лягушки, детский сценический костюм для Царевны лягушки и др. Примечательно, предложенные нейросетью модели туфель для девочек, очень схожи с разработанными нами, что косвенно подтверждает актуальность конструкции туфель «лодочка» для девочек с ремешком вокруг лодыжки. Бархатный сарафан, элементы декора в виде цветка розы, использованные в коллекции, визуально схожи с изображениями нейросети. В докладе найдут отражение особенности действий в среде нейросети и перспективы разработки методики создания эскизов моделей обуви различных родовых групп и назначения.

ЦИФРОВОЙ МАРКЕТИНГ И ЕГО РОЛЬ НА РЫНКЕ ОБУВИ

Матыцин С.О., гр. ЛТО-119
Научный руководитель доцент Белицкая О.А.
Кафедра Технологии кожи и меха

Термин «цифровой маркетинг» или «digital-маркетинг» начал использоваться в 1990-ых годах. К 2010 году значительно вырос уровень сложности инструментов цифрового маркетинга как комплекса для эффективного создания глубоких и актуальных отношений с потребителем. Цифровой маркетинг – это направление маркетинга, подразумевающее продвижение товаров и услуг с помощью цифровизации, и использующее цифровые технологии для привлечения потенциальных клиентов и удержание их в качестве потребителя. От интернет-маркетинга он отличается тем, что использует не только всемирную паутину, но и офлайн-инструменты (smart-гаджеты, POS-терминалы и др.).

Цифровой маркетинг обладает обширным инструментарием, к нему принадлежат все способы, средства и мероприятия позволяющие оповестить многих людей, привлечь максимум внимания потенциальных потребителей к компании, бренду, продукту или услуге. Основная задача маркетинга найти каналы, которые позволяют установить надежную двухстороннюю коммуникацию и наилучшую окупаемость инвестиций для фирмы. Цифровой маркетинг основан на постоянно растущих и быстро изменяющихся технологиях. Таких же особенностей следуют ожидать и от разработок и стратегий цифрового маркетинга.

Реклама, является важной частью маркетинга и ей также нашлось место в цифровом мире – всплывающая реклама в браузере, SMS и e-mail уведомления, а также реклама, интегрированная в видеоигры.

Цифровой маркетинг для моды – это управление цифровыми каналами, такими как социальные сети, поисковые системы, прямой электронный маркетинг и цифровая реклама, которые имеют отношение к бренду. Для развития рынка обуви, цифровой маркетинг имеет огромную

роль, самое тривиальное – интернет-магазины и площадки для заказов и покупки обуви, где можно посмотреть характеристики, материалы из которых обувь изготовлена и другие параметры.

Развитие VR, AR-технологий уже позволили разработать приложения, с помощью которых пользователь может примерить обувь, наведя телефон или планшет на свои ноги. Такими приложениями пользуются Adidas, Gucci и другие мировые бренды.

Основные каналы цифрового маркетинга для модных брендов включают в себя: органический трафик поисковых систем; платный трафик поисковых систем; прямой электронный маркетинг; органический и платный трафик из социальных сетей; партнерские сети, партнерские сайты и пр.

РАЗРАБОТКА КОЛЛЕКЦИИ ЖЕНСКОЙ ОБУВИ «URBAN» С ПРИМЕНЕНИЕМ 3D-ТЕХНОЛОГИЙ

Шестакова А.В., гр. ЛТО-119

Научный руководитель доцент Белицкая О.А.

Кафедра Технологии кожи и меха

На сегодняшний день 3D-технологии позволяют быстро и эффективно менять дизайн в процессе реализации модели, уменьшают материальные расходы и время производства, дают возможность комбинировать различные материалы, заранее предугадывая результат, а также проверять продукцию методом моделирования, реализовать самые сложные задумки и т.д.

В процессе разработки коллекции женской обуви «URBAN» принято решение, что 3D-технологии будут использованы для создания подошв. Для разработки модели платформы на начальном этапе разрабатывается эскиз. С помощью программы «Blender» проектируется трехмерный объект, который далее отправляется на печать. Для печати на 3D-принтере могут использовать разные виды материалов, такие как PLA, ABS, ASA, PET, Nylon и др. В данной работе использовался PLA-пластик. Напечатанная модель подошвы, в дальнейшем будет расписываться акриловыми красками, для выделения надписи на платформе. Роспись будет проводиться в стилистике «граффити».

Свое начало «граффити» берет из глубокой древности. Наскальные рисунки начали появляться еще во времена палеолита в разных частях земного шара. Настенные надписи известны с глубокой древности, они открыты в странах Древнего Востока, в Греции, в Риме (Помпеи, римские катакомбы). С появлением алфавита люди начали оставлять свои послания в общественном пространстве на стенах зданий, камнях и т.д. Современное

«граффити» впервые появилось в метро Нью-Йорка, а после и на стенах города. Со временем, стили рисунков начали усложняться. Изначально «граффити» представляло собой теги (быстрое нанесение подписи автора на какие-либо поверхности), сейчас «граффити» – это яркий и красочный рисунок. Граффити сегодня – вид уличного искусства, форма художественного самовыражения. Существует множество разных стилей и видов граффити. Произведения, создаваемые граффити-художниками, – самостоятельный жанр современного искусства, неотъемлемая часть культуры и городского образа жизни. Во многих странах и городах есть свои известные художники, создающие на улицах города настоящие шедевры.

ЦИФРОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ – ИМПУЛЬС РАЗВИТИЯ ОБУВНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

Компасова М.А., гр. МАГ-ТЛ-121

Научный руководитель профессор Леденева И.Н.

Кафедра Художественного моделирования, конструирования и технологии изделий из кожи

Влияние цифровых технологий на эстетические характеристики с одновременным улучшением показателей формоустойчивости обуви является актуальной задачей, особенно если речь идет об обуви бытового назначения из тонких войлоков. Аддитивные технологии прочно вошли в нашу жизнь, открывая новые возможности для производства обуви. 3D-моделирование позволяет создать трехмерную модель любого объекта на компьютере и с помощью 3D-принтера получить полноценный физический объект, который соответствует заданным параметрам.

Детали обуви, напечатанные на 3D-принтере, могут стать одним из импульсов развития обувной промышленности. Преимущества использования современных цифровых технологий неоспоримы. К ним относятся: снижение себестоимости изготовления продукции и сокращения сроков ее появления на рынке, моделирование объектов любой формы и сложности, скорость и высокая точность изготовления, возможность использования различных материалов, в том числе для производства обуви.

Обувная промышленность имеет все возможности активного внедрения цифровых технологий для повышения качества и конкурентоспособности отечественной продукции. Внедрение цифровых технологий, как формы аддитивного производства станет перспективным и инновационным решением в сфере современного проектирования обуви. На сегодняшний день производство обуви с использованием цифровых технологий находится в стадии развития. Появляются все новые материалы и возможности новых 3D-принтеров.

Для внедрения цифровых технологий в производство обуви с верхом из войлоков нами выбраны в качестве объекта исследования войлок обувной, толщиной 5 мм, декорированный ТПУ FLEX и PLA-термопластом с заполнением площади образца на 25 и 50%. Для изготовления 3D-форм применили специализированную программу PTC Creo, которая является масштабируемым, функционально совместимым пакетом программного обеспечения для конструирования изделий. Конечным результатом научных исследований стала разработка конструктивно-технологических решений повышения свойств войлочной обуви с использованием цифровых технологий.

3-D МОДЕЛИРОВАНИЕ ДЕТАЛЕЙ ОБУВИ

Домашевская М.С., гр. ЛКО-121

Научный руководитель доцент Синева О.В.

Кафедра Художественного моделирования, конструирования и технологии изделий из кожи

Сегодня одним из стремительно развивающихся направлений обувного производства являются 3d-моделирование и последующая за ним 3D-печать. Раньше компании требовалось от четырех до шести недель, чтобы получить образец, сделанный на фабрике, теперь же у дизайнеров уходит всего 4-5 дней на разработку модели с нуля. Так компания перевела в цифровое изображение все свои линейки обуви – от casual до lifestyle. Теперь, желая сократить расходы и повысить устойчивость бренда New Balance хочет полностью исключить отшив физических образцов для новых коллекций, и предоставлять их в цифровом формате. Таким способом компания сможет представить значительную часть своей коллекции байерам заранее, не беспокоясь, что какая-либо из моделей не будет отшита в срок. Какие детали печатают с помощью 3D-моделирования: в основе это стельки и подошва. Иногда это целые детали, но в основе своей они все состоят из спечённых или застывающих химических составов. Применение технологии лазерного спекания, они вместе намерены работать над составом новых порошков и развитием данной технологии. С помощью Liquid Factory они хотят изменить способ, которым создается обувь, вводя новый метод производства без литья. С этим процессом они могут создать весь ботинок, запрограммировав робота, который нарисует его, слой за слоем, из высокопрочного жидкого материала. Так получается подошва с совершенно новыми свойствами, намного более упругая, чем традиционные резиновые подошвы кроссовок, и точнее передающая импульс. Liquid Factory создает кроссовок, который растягивается и обтекает ногу, обеспечивая ей объемную поддержку со всех сторон. Некоторые программы

для 3д-моделирования: MindCAD – это модульная программа. Она включает в себя: софт для импорта колодок и подготовки колодки к созданию дизайна в 3D, саму программу для отрисовки в 3D, программу для проектирования в 2D, модули для оформления технической части, расчёта укладываемости, материалов и себестоимости. Через эту программу можно импортировать сканы колодок в STL и IGES, после чего колодку выставляют в нужных осях, делая развертку, переводя в 2D.

МЕТОДЫ И СПОСОБЫ ПРОГНОЗИРОВАНИЯ МОДНЫХ ТЕНДЕНЦИЙ В ЛЕГКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

Панюшкина Е.П., ЛКО-121

Научный руководитель доцент Синева О.В.

Кафедра Художественного моделирования, конструирования и технологии изделий из кожи

Мода – многогранный феномен. Мода связана с различными сторонами развития общества, в ней находят отражение все аспекты культуры и общественной жизни, которые вызывают внимание всего общества. С развитием общества связана и динамика самой моды. Скачки в развитии моды вызываются социальными и политическими потрясениями, революционными преобразованиями в области искусства, науки и техники.

Переход к массовому производству ИЛП и формирование массовой культуры создали основу для доступности новых модных стандартов и образцов практически для всех социальных групп, так как возможности современного производства позволяют практически немедленно предложить потребителям модные образцы разной стоимости. Создание массового рынка и развитие современных средств массовой информации являются причинами ускорения распространения моды, что, в свою очередь, приводит к сокращению продолжительности модных циклов.

Цикличность – это важнейшая закономерность развития моды. Наличие колебаний и ритмов свидетельствует о том, что мода имеет механизмы самоорганизации. Модный цикл отражает процесс функционирования, развития и смены модных стандартов и образцов. В основе любых циклов лежат три основные стадии: возникновение, распространение и спад.

Движущие силы социальных изменений имеют двойственный характер: с одной стороны, они независимы от деятельности людей и объективны, с другой, не исключается влияние на процесс субъективного фактора. Источники динамики моды также имеют двойственный характер, что должно быть учтено в прогнозировании моды. Прогнозирование должно быть направлено на поиск объективных движущих сил,

обуславливающих динамику общества в целом, но с учетом действий агентов социальных изменений. Потребность в прогнозировании модных тенденций получила широкий резонанс, включая все этапы творческой и производственной деятельности, и удовлетворяется благодаря совершенствованию методов прогнозирования с учетом динамики информационно-креативного пространства.

Мода сейчас не однозначна, и знание методов прогнозирования моды поможет пользоваться информацией, которая сейчас широко представлена в журналах, интернете, СМИ и т.д.

ИСКУССТВЕННЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ КАК ВСПОМОГАТЕЛЬНЫЙ ИНСТРУМЕНТ НА СТАДИИ ЭСКИЗНОГО ПРОЕКТИРОВАНИЯ ОБУВИ И АКСЕССУАРОВ

Богатиков Я.И., гр. ЛКО-119

Научный руководитель доцент Максимова И.А.

Кафедра Художественного моделирования, конструирования и технологии изделий из кожи

Нейронная сеть – это тип искусственного интеллекта, созданный по образцу структуры и функций человеческого мозга. Она состоит из взаимосвязанных узлов или нейронов, которые обрабатывают информацию и используют ее для принятия прогнозов или решений. Нейронные сети можно обучить распознавать закономерности в данных, что делает их полезными для таких задач, как распознавание изображений и обработка естественного языка. Нейронные сети уже широко используются в разных областях жизни. Не обошли стороной они и процесс создания коллекций одежды, обуви, аксессуаров.

Сегодня существует огромное количество нейросетей, способных работать с графикой: «DALL-E 2», «GauGAN 2», «Midjourney», «GLIDE», «ruDALL-E», «Google Parti» и многие другие. Их работа основана на переводе текстового сообщения в графическое изображение.

Нейронную сеть «Midjourney» создал ученый Дэвид Хольц, который работал в исследовательском центре NASA и институте Макса Планка. Сервер создает фотореалистичные изображения из текстовых описаний. Эта функция особенно полезна при работе над коллекциями обуви, поскольку позволяет детально ознакомиться с дизайном и внести любые необходимые коррективы, прежде чем переходить к конечному продукту. Это не только экономит время, но и помогает достичь лучшего конечного результата. К тому же, сервис имеет множество настроек, от разрешения до качества конечного изображения, что делает эту сеть ценным инструментом для

людей, работающих в таких областях, как дизайн, анимация и кино. При работе с «Midjourney» важно иметь четкое представление о вводимых параметрах и о том, как они повлияют на конечный результат. Для примера, нами была проведена работа по созданию эскиза женской обуви с применением нейронной сети. Было получено множество эскизов, доработав один из которых, мы получили интересующий нас вариант изделия.

Важным аспектом при создании коллекции с помощью «Midjourney» является возможность редактирования нашего изображения в других программах, таких как Adobe Photoshop, Illustrator, CorelDraw и т.п. Эта интеграция не только помогает реализовать комплексный дизайн, но и гарантирует, что конечный результат будет высококачественным и пригодным для производства.

ПРИМЕНЕНИЕ АВТОМАТИЗИРОВАННОГО ОБОРУДОВАНИЯ ДЛЯ СБОРКИ ЗАГОТОВОК ВЕРХА ДЕТСКОЙ ОБУВИ

Карцова Н.В., гр. ЛТО-118з

Научный руководитель доцент Максимова И.А.

Кафедра Художественного моделирования, конструирования и технологии изделий из кожи

Одним из перспективных направлений совершенствования технологии сборки обуви является автоматизация процесса путем применения швейных автоматов и полуавтоматов с микропроцессорным управлением (МПУ). Швейные автоматы и полуавтоматы – это высокоскоростные машины узких специализаций, выполняющие конкретные операции. Основным различием этих видов швейных установок является объём человеческого труда, необходимый для их работы. Так, в полуавтоматах машинная стадия изготовления изделий выполняется в автоматизированном режиме с участием оператора, а в машинах-автоматах человеческий фактор на этой стадии полностью исключен. Швейные автоматы широко применяются в обувном производстве. Парк швейных автоматов и полуавтоматов для обувного производства можно разделить на четыре основные группы: закрепочные, для выполнения декоративных строчек и вышивки, для пристрачивания отдельных деталей, для сборки заготовок верха обуви целиком.

Мы проанализировали эффективность применения автоматизированного швейного оборудования при сборке заготовки обуви на примере одного из обувных предприятий. Так, при сборке плоской заготовки верха обуви на полуавтоматах с МПУ все соединительные швы выполняются за одну установку. В итоге сокращается число операций в

технологическом процессе. Имеется возможность одновременного обслуживания нескольких полуавтоматов одним оператором, что повышает производительность труда. Разряд оператора автомата всегда третий, а разряды швей варьируются от второго до пятого, в зависимости от выполняемой операции, таким образом уменьшаются затраты на заработную плату. Обучение работе на швейном автомате занимает меньше времени, чем обучение швей. На автоматизированном оборудовании может работать человек, никогда не работавший на швейной машине. На автоматах и полуавтоматах с МПУ улучшается внешний вид заготовки за счет более высокой точности соединительных строчек, сокращается процент брака.

К недостаткам данного метода сборки следует отнести высокую стоимость оборудования, дополнительные издержки на техоснастку (паллеты), сложности с закреплением деталей внутри паллет. Несмотря на это, применение швейного автоматизированного оборудования при сборке обуви очень перспективно.

ИССЛЕДОВАНИЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ НАПРЯЖЕННОСТИ ЭЛЕКТРОСТАТИЧЕСКОГО ПОЛЯ СИСТЕМЫ «ЧЕЛОВЕК – ОБУВЬ – НАПОЛЬНОЕ ПОКРЫТИЕ»

Игнатова К.Л., гр. МАГ-К-121

Научный руководитель доцент Белицкая О.А.

Кафедра Технологии кожи и меха

Непрерывное заземление человека при передвижении по напольному покрытию и земле обеспечивает система «человек-обувь-напольное покрытие». В данной системе главную роль на накопление электростатического заряда играют материалы, из которых изготовлена одежда и обувь, а на стекание электростатического заряда – материалы низа обуви и напольного покрытия.

Проведена серия экспериментов, по результатам которых можно установить величины напряженности электростатического поля (ЭСП) при ношении моделей обуви на различных напольных покрытиях.

Исследования проводились в помещении с напольными покрытиями ковролин, ламинат, линолеум и плитка при влажности более и менее 40%. Напряженность ЭСП измерялась при помощи индивидуального регистратора-индикатора ИРИ-04М. Исполнитель передвигался по напольному покрытию, накапливая на теле электростатический заряд в течение пяти минут, а затем останавливался в точке заземления на полторы минуты. Для проведения эксперимента использовалась одежда преимущественно хлопкового состава и четыре модели обуви: модель № 1

– кроссовки литьевого метода крепления, материал подошвы изготовлен из ЭВА; модель № 2 – полуботинки клеевого метода крепления, материал подошвы изготовлен из резины; модель № 3 – туфли лодочки без каблука клеевого метода крепления, материал подошвы изготовлен из ТПУ; модель № 4 – туфли лодочки на каблуке клеевого метода крепления, материал подошвы выполнен из резины, набойка из пластмассы.

Установлено, что при низкой влажности в большинстве случаев значения напряженности ЭСП больше, чем при высокой влажности. Это связано с тем, что на механизм накопления и релаксации трибоэлектрического заряда существенным образом влияет пленка влаги, которая всегда находится на поверхности гидрофобных материалов. Максимальные значения напряженности ЭСП зафиксированы при использовании модели № 1 – кроссовки литьевого метода крепления, материал подошвы ЭВА, при влажности более 40% при передвижении по линолеуму, а при влажности менее 40% – по ковровину, ламинату и плитке (у линолеума самые низкие значения).

ПРИМЕНЕНИЕ ЭКО-КЛЕЕВ ДЛЯ СБОРКИ ЗАГОТОВКИ ВЕРХА ОБУВИ ИЗ ВОЙЛОКА

Хасянов И.Р., гр. ЛТО-119

Научный руководитель профессор Леденева И.Н.

Кафедра Художественного моделирования, конструирования и технологии изделий из кожи

Качество клеевого соединения зависит, прежде всего, от клея и соединяемых материалов. Высокая надежность клеевого соединения связана непосредственно с физическими и химическими свойствами, как клеев, так и склеиваемых материалов, а так же с правильным их подбором. Клеевые соединения обладают высокой прочностью, герметичностью и другими ценными показателями, что обуславливает всё возрастающие масштабы применения клея в различных областях производства. Клеевые соединения имеют ряд преимуществ по сравнению с ниточными. Современные клеи представляют собой композиции на основе полимерных материалов. Обувной клей должен обладать такими качествами: надежное сцепление поверхностей; долговечность ношения после ремонта; водостойкость; морозостойкость; теплостойкость; даже тонкое нанесение слоя гарантирует крепость сцепления; шов приобретает эластичность; устойчивость, гибкость после полного высыхания, что позволяет свободно сгибать при движении ногу, не боясь, что произойдет растрескивание; не портит материал обуви.

В работе исследовали клеевые соединения деталей верха обуви из войлока, полученные разными клеями. В работе применили клеи на водной основе полиуретановый VLOTNO ECO-PU KLEBER и полихлоропреновый VLOTNO BUNDLE производства Германии. Такие клеи обычно производят на основе натурального и синтетического латекса. Они отличаются хорошим сцеплением, быстротой высыхания, простотой в использовании, расходом в три раза меньшим по сравнению с клеями на основе растворителя. Исследованные в работе клеевые соединения деталей верха обуви из войлока позволили сделать вывод о повышенной липкости и максимально продолжительным открытым временем, позволяющим соединять детали обуви даже спустя день после нанесения клея.

По результатам расслаивания склеенных образцов построены адгезиограммы, которые показали, что данные клеи могут быть применены для сборки заготовки верха обуви из войлока. Результаты эксперимента показали, что для клеевой сборки заготовки верха обуви из войлока можно использовать как клеи-растворы, так и клеи-дисперсии на водной основе, которые часто называют эко-клеями.

ЭКО-МАТЕРИАЛЫ ПРИ ПРОИЗВОДСТВЕ ИЗДЕЛИЙ ЛЕГКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

Барабанова Д.Э., гр. ЛКО-221

Научный руководитель доцент Синева О.В.

Кафедра Художественного моделирования, конструирования и технологии изделий из кожи

Сейчас большое значение имеет забота об окружающем мире, поэтому многие бренды стараются уменьшить выброс отходов производства и ищут методы переработки плохо разлагаемых материалов. Одним из опасных и разрушительных для экосистемы является пластик. Проблема загрязнения океана пластиком на сегодняшний день стала колоссальной. По данным исследований 90% морских птиц, а также 50% черепах и других морских животных страдают от пластика в своём желудке, что приводит к их гибели. Каждый день в мировой океан попадает около одной фуры этого материала, что через несколько лет по расчётам учёных может привести к тому, что в океанах животных будет меньше, чем пластика. Но, к счастью, с каждым днём становится всё больше брендов, перерабатывающих не разлагаемые материалы. Немецкий бренд Langbrett представляет большой ассортимент обуви с подошвой из переработанной пробки, каучука и семян мака, а также из переработанных гидрокостюмов. Следующий немецкий бренд nat-2 перерабатывает океанический мусор. В коллекции Sleek Low в качестве материала верха обуви они впервые

использовали переработанную пузырчатую плёнку, подошва из резины (также переработанной), пяточный воротник из гладких отражающих частиц стекла, а шнурки из переработанного ПЭТ. Благодаря данному процессу, обувь получилась прочной, лёгкой и водонепроницаемой. Также в линейке представлены модели из переработанной липучки, фольги от еды и настоящего камня. Кроссовки из камня были разработаны в коллаборации с берлинской компанией Roxhlyn. Благодаря сложной технологии обувь получилась мягкой, лёгкой и гибкой. Лиссабонский бренд Undo for Tomorrow выпустил кроссовки с подошвой из переработанных крышек и шаров для вечеринок. Верх обуви Nuven представлен замшей на основе переработанного пластика, а подкладка на 100% состоит из бамбука. Финская компания Rens Original создаёт верх кроссовок Rens из кофейного полиэстера с добавлением переработанного пластика. В этой обуви нет шнурков, и она обладает такими свойствами как лёгкость, водонепроницаемость и устойчивость к ультрафиолету. Английская компания Rangaia выпустила безотходные кроссовки из виноградной «кожи». Для производства верха обуви были использованы виноградные шкурки, косточки, стебли, а подошва выполнена из переработанной резины. Основными материалами в производстве кроссовок бренда Thousand Fell являются алое вера, кокосовая шелуха, сахарный тростник, волокна пальмовых листьев. Мягкая стелька из переработанных ковриков для йоги.

МЕДИКО-ТЕХНИЧЕСКИЕ ТРЕБОВАНИЯ К ОБУВИ ДЛЯ НЕЙРО-ОРТОПЕДИЧЕСКОГО РЕАБИЛИТАЦИОННОГО ПНЕВМОКОСТЮМА

Козлова А.Д., гр. ЛТО-119

Научный руководитель профессор Киселев С.Ю.

Кафедра Художественного моделирования, конструирования и технологии изделий из кожи

Детский церебральный паралич (ДЦП) – тяжелое заболевание центральной нервной системы, проявляющееся в виде двигательных, психических и речевых нарушений. Анализ литературных источников свидетельствует об ограниченном использовании методов физической реабилитации детей с нарушением опорно-двигательного аппарата. Таким образом, методика формирования двигательных умений и навыков, формирования установочных поз и ходьбы, разработанная с учетом индивидуальных двигательных возможностей и особенностей рефлекторных поз при принятии вертикального положения у детей дошкольного и младшего школьного возраста с ДЦП, способствует значительному сокращению сроков реабилитации.

Нейро-ортопедический реабилитационный пневмокостюм относится к устройствам для нехирургического лечения опорно-двигательного аппарата и для лечебной гимнастики, и может быть использован в стационарных реабилитационных учреждениях, а также амбулаторно и на дому для коррекции и восстановления утраченных двигательных функций или формирования новых при детском церебральном параличе и других заболеваниях нервной системы, осложненных двигательными нарушениями. Под воздействием накаченного воздуха встроенные в костюм камеры расширяются, что обеспечивает своеобразное корсетирование туловища и конечностей. Шнуровка позволяет регулировать продольную осевую нагрузку на туловище пациента, коррекцию осанки и общую подгонку по фигуре. Среди факторов, способствующих успешному лечению ДЦП с помощью нейро-ортопедического реабилитационного пневмокостюма, одним из важнейших является правильный выбор обуви. Обувь должна обеспечивать надежное сцепление с опорой, фиксировать стопу и голень в правильном положении. Удобная пара обуви помогает ребенку держать осанку, нарабатывать навыки ходьбы, формировать стопу. Вместе с тем, используемая обувь должна отвечать целому ряду медико-технических требований, связанных с особенностями применения совместно с пневмокостюмом. Ее внутренние параметры должны обеспечивать комфортное размещение стопы и голени с учетом толщины надетого костюма, не препятствовать, а, в идеале, и способствовать работе пневмокамер, расширяя тем самым область воздействия костюма.

ПРОГНОЗИРОВАНИЕ ПОТРЕБНОСТИ В ДЕТСКОЙ ОБУВИ

Караваева В.И., гр. ЛКО-220

Научный руководитель профессор Киселев С.Ю.

Кафедра Художественного моделирования, конструирования и технологии изделий из кожи

Детская обувь является одной из сложнейших по подготовке и проектированию. Сложность заключается не только в том, что детская стопа имеет свои анатомические особенности и находится в постоянном развитии, но и в том, что достаточно трудно определить потребности в обуви той или иной половозрастной группы.

Прогнозирование торгового ассортимента на основе антропометрических исследований довольно трудоёмкий и дорогостоящий процесс. Планирование торгового ассортимента должно быть связано с особенностями потребления каждого региона, т.к. в этих расчетах значение приобретает демографическая ситуация. Однако, в настоящее время нет объективной информации, на основе которой производители могли бы

проектировать обувь в нужных размерно-полнотных шкалах для различных половозрастных групп с учетом региональных особенностей.

Российский рынок детской обуви демонстрирует стабильный ежегодный рост на уровне 7% в стоимостном выражении, а в натуральном – не превышает 2%, что обусловлено качественными изменениями в предпочтениях покупателей и завышенными требованиями к продукции. Выбирая обувь в магазине, большинство покупателей наиболее важным фактором считают качество товара (63,7%), другими значимыми факторами являются цена товара (38,2%), широта предлагаемого ассортимента (14,4%), степень удобства обуви (13,3%) и другие.

На кафедре художественного моделирования, конструирования и технологии изделий из кожи на протяжении нескольких лет ведутся исследования по обеспечению детей обувью рациональной формы и размеров. С этой целью в 2008-2010 годах были проведены антропометрические исследования, в ходе которых было обмерено 1500 дошкольников и 2500 школьников г. Москвы. По результатам обмеров была проведена статистическая обработка антропометрических данных, в ходе которой установлен характер распределения стоп по основным размерным признакам, являющийся необходимой основой при разработке размерного ассортимента.

В последнее время резко выросли продажи обуви, реализуемой на различных маркетплейсах, что делает еще актуальнее проблему оптимизации размерного ассортимента. С этой целью помимо результатов антропометрических исследований и демографических данных, необходимо учитывать и отчетные данные о реализации обуви.

КОНЦЕПЦИЯ ИЗГОТОВЛЕНИЯ ПЕРСОНИФИЦИРОВАННОЙ ДЕТСКОЙ ОБУВИ

Атанесова Д.В., гр. ЛКО-119

Научный руководитель профессор Киселев С.Ю.

Кафедра Художественного моделирования, конструирования и технологии изделий из кожи

На сегодняшний день прослеживается тенденция следить за своим здоровьем. Родители уделяют большое внимание подбору профилактической обуви и обращаются к специалистам для покупки и эксплуатации правильной ортопедической обуви. Концепция изготовления персонализированной обуви для детей включает ряд основных этапов.

Первым, самым важным этапом является сканирование стопы. Плантографию стопы можно провести 2 основными способами: простым – классическим и компьютерным. Простой способ подразумевает прямой и не

прямой способ получения отпечатка на бумаге, посредством красящих веществ. Компьютерный способ предполагает сканирование стопы со всех сторон и загрузку всей информации в электронном виде. Вторым, немаловажным для производства, этапом является процесс моделирования и конструирования. Для нашего века компьютерных технологий оптимальными являются 2D-проектирование и 3D-визуализация с помощью специализированных программ, направленных на оптимизацию данного этапа производства. Третьим этапом является процесс производства, который включают в себя подборку и обработку необходимых материалов, их раскрой, сборку заготовки и ее формование на колодке, крепление низа обуви и отделку.

Отличительной особенностью малосложной ортопедической обуви является дополнительное внутриобувное пространство, которое должно быть заложено по следу на толщину ортопедической стельки. Согласно разрабатываемой концепции, малосложная ортопедическая обувь для детей должна позволять использовать унифицированные вкладные стельки и несколько вариантов стелек «на подбор», а также индивидуальные, которые можно изготовить на основе сканирования стопы, что позволит не приобрести не только обувь, но и наиболее подходящую стельку, отвечающую всем индивидуальным ортопедическим требованиям, и, тем самым, обеспечить профилактику деформаций стоп на ранней стадии.

Моделирование стелек планируется осуществлять при помощи специализированных программ. Многие предприятия применяют технологии программно-управляемого изготовления стелек из вспененных материалов на специализированных фрезерных станках. Они получаются лёгкие и могут изготавливаться непосредственно в присутствии пациента.

В зависимости от характера деформации стопы и назначения обуви предполагается использование различных технологий производства.

ОПЫТ ПРИМЕНЕНИЯ АДДИТИВНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ПРОЕКТИРОВАНИИ ИЗДЕЛИЙ ЛЕГКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

Демешко А.В., гр. ЛКО-120

Научный руководитель доцент Конарева Ю.С.

Кафедра Художественного моделирования, конструирования и технологии изделий из кожи

Аддитивные технологии (Additive Manufacturing) – метод создания трехмерных объектов, деталей или вещей путем послойного добавления материала: пластика, металла, бетона и, возможно, в будущем – человеческой ткани. Такие трехмерные или 3D-объекты создаются с помощью 3D-принтеров. Название технологий произошло от английского

слова add – добавлять. 3D-принтеры уже присутствуют во многих ключевых сферах жизнедеятельности человека. 3D-печать востребована в автомобилестроении, энергетике, медицине, пищевой промышленности, строительстве, дизайне, фешен-индустрии. На разработку прототипа изделия уходят большие суммы, но при использовании традиционных технологий литья или механической обработки для этого требуются недели, месяцы.

Преимущество внедрения аддитивных технологий в сферу легкой промышленности – возможность создавать изделия под конкретное телосложение/форму стопы. Это особенно актуально для спортсменов, людей с отклонениями анатомического строения. Благодаря приложению для смартфона пользователи могут напрямую сканировать свои стопы, отправлять эти данные в компанию по производству и получать индивидуальное решение через несколько недель. Целью является предложить больше комфорта для потребителя.

3D-печать позволяет сделать прорыв в инновационной деятельности. Прежде чем наладить массовое производство изделия, прототип необходимо испытать, многократно протестировать. Это делают на трехмерных моделях.

Среди аксессуаров, которые создают на 3D-принтере – это сумки от мировых брендов и 3D-печатная маска для тренировки спортсменов от Reebok.

Как видим, аддитивные технологии активно штурмуют мир высокой моды: 3D-печатная одежда, обувь и аксессуары всё чаще появляются на подиумах. Если раньше это были редкие коллекции, то сегодня практически каждый именитый дизайнер старается внедрить в свои продукты хотя бы небольшую 3D-печатную деталь.

РАЗРАБОТКА БАЗЫ ДАННЫХ ЭЛЕКТРОСТАТИЧЕСКИХ СВОЙСТВ ОБУВИ И ОБУВНЫХ МАТЕРИАЛОВ

Ивахников А.М., гр. ЛТО-119
Научный руководитель доцент Белицкая О.А.
Кафедра Технологии кожи и меха

Во всем мире проводятся разработки различных средств, обеспечивающих защиту человека от воздействия статического электричества. Одним из методов защиты от накопления электростатических зарядов, является обеспечение стекания зарядов с тела человека через специальную обувь, называемую антистатической. По стандарту ГОСТ Р ЕН ИСО 20345-2011 обувь является антистатической,

если электрическое сопротивление низа находится в диапазоне от 100 кОм до 1000 МОм. В дополнение к поддержанию безопасности работников, антистатическая обувь влияет на рентабельность инвестиций для компаний, поскольку она помогает сократить риски, связанные с выходом из строя электронных частей аппаратуры. Согласно статистике в 27% случаев причиной взрывов паровоздушных смесей является статическое электричество.

Несмотря на повышенное внимание к проблеме электростатики в последние годы, электростатический разряд по-прежнему оказывает большое влияние на стоимость и качество продукции. Европейские промышленные эксперты оценивают ежегодную потерю денежных средств из-за электростатических разрядов до 8 млрд. долларов. Доля ежегодных потерь изделий оценивается до 30% от объема выпуска.

Величина электростатического поля, зависит от химической природы и состава материалов одежды и обуви, условий их эксплуатации, конструкции и ряда других причин. Разработка базы данных электростатических свойств обуви и обувных материалов включает в себя структурирование значений антистатических показателей материалов и позволит на основе полученной экспериментальной информации прогнозировать накопление электростатического потенциала для типовых конструкций обуви, изготовленных из различных материалов.

Разработанная база данных позволит более обосновано подходить к выбору пакета материалов при производстве обуви. Это повысит комфортность носки и позволит рационально подбирать материалы при проектировании специальной антистатической обуви, применяемой персоналом при производстве чувствительных к электростатическим разрядам компонентов микроэлектроники, на пожароопасных и взрывоопасных предприятиях.

ИСТОРИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ РАЗВИТИЯ КОНСТРУКЦИЙ ВОЙЛОЧНОЙ ОБУВИ

Аврина Е.А., гр. ЛКО-219

Научный руководитель профессор Леденева И.Н.

Кафедра Художественного моделирования, конструирования и технологии изделий из кожи

Исторический анализ развития конструкций войлочной обуви – это исследование процесса изменения и совершенствования технологии и дизайна войлочной обуви на протяжении истории. Войлочная обувь считается одним из самых древних типов обуви, используемых человеком, и с тех пор она претерпела значительные изменения. Анализ этого процесса

позволяет понять, каким образом культура и технологии влияли на развитие конструкций войлочной обуви, и как она стала частью многих культурных традиций. В результате исследования можно выделить основные этапы развития войлочной обуви и определить ключевые изменения в ее конструкции, которые привели к современному виду обуви. Проведенный исторический анализ развития конструкций войлочной обуви показал, что обувь с верхом из войлока эволюционировала, начиная с первых упоминаний о валяных изделиях, которые впервые были обнаружены еще при археологических раскопках города Помпеи. Тогда были обнаружены кусочки сваленного войлока. А найденные при раскопках курганов на Алтае изделия из шерсти исследователи относят к 4 веку до нашей эры. Еще одно упоминание о неких войлочных сапогах можно обнаружить в переводе с древнерусского языка «Слова о полку Игореве». Ученые предполагают, что такие сапоги были «прародителями» современных валенок.

Понимание исторического контекста и развития конструкций войлочной обуви может быть полезно для разработки новых дизайнов и технологий в производстве обуви, а также поможет сохранить и передать культурное наследие, связанное с этим видом обуви.

Современные технологии и материалы позволяют создавать более совершенные конструкции войлочной обуви, которые сочетают в себе традиционные элементы и инновации. В XIX веке было освоено промышленное производство обуви из войлока, позже в США она приобрела популярность в туризме и зимнем спорте.

Сегодня войлочная обувь не утрачивает своей популярности и продолжает эволюционировать, благодаря внедрению новых технологий. Такая обувь приобрела статус модной, благодаря вышивке, отделкам из натурального и искусственного меха, аппликациям и другим способам декорирования.

ОЦЕНКА СОСТОЯНИЯ КОЖЕВЕННО-ОБУВНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ В РОССИИ

Сорокина Н.П., гр. ЛКО-119

Научный руководитель профессор Леденева И.Н.

Кафедра Художественного моделирования, конструирования и технологии изделий из кожи

Кожевенно-обувная отрасль является стратегически важным направлением для развития экономики и социального уровня страны. Сейчас существуют различные меры поддержки малого, среднего и крупного бизнеса в лёгкой промышленности. Однако, для того чтобы полностью вобрать свой стратегический потенциал для страны данной

отрасли необходимо преодолеть ряд проблем, которые в данный момент препятствуют развитию кожевенно-обувной промышленности.

Одной из наиболее значимых проблем является недостаток квалифицированной рабочей силы. Отдельным пунктом стоит выделить сравнительную цифровую отсталость отрасли. Основная ценность цифровизации заключается в сокращении издержек и, как следствие, повышении эффективности предприятия, что влечёт за собой увеличение прибыли, которые бы стимулировали приток капитала и развитие индустрии. Еще одна проблема – недостаточно высокое качество производимой продукции и низкая дизайнерская проработка производимых продуктов, в большинстве своём отстающей от мировых трендов и требований российского потребителя. Еще одним моментом, тормозящим развитие отрасли является высокая зависимость от государственных заказов. Это говорит о высоком развитии рынка в рамках модели B2G, но значительно снижает развитие клиентоориентированности в рамках модели B2C.

Несмотря на наличие проблем, всегда найдутся варианты их решения. Необходимо также повышать престижность инженерно-технологических специальностей, перенаправлять государственные инвестиции на проекты внедрения современного высокотехнологичного оборудования на предприятиях, максимально стимулировать приток частного капитала в отрасль. В сложившейся рыночной обстановке, когда множество западных брендов ушло с российского рынка, у компаний, которые прежде существовали за счёт заказов от государства, открылись большие нишевые перспективы на рынке B2C. За счёт изменения продуктовой линейки, имиджа брендов и налаживания маркетинговых коммуникаций, уже на имеющихся мощностях можно повысить свою прибыль за счёт использования вновь открывшихся возможностей.

ХАРАКТЕРИСТИКА РОССИЙСКИХ И ЗАРУБЕЖНЫХ БРЕНДОВ-ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ КОЖГАЛАНТЕРЕИ

Барбашев Г.О., гр. ЛКО-219

Научный руководитель профессор Леденева И.Н.

Кафедра Художественного моделирования, конструирования и технологии изделий из кожи

Разработка любой коллекции мужских сумок всегда начинается с изучения мировых и отечественных трендов. Одной из целей научно-исследовательской работы является анализ кожгалантерейных изделий, который, в первую очередь, подразумевает сравнение различных модных

брендов и выпускаемой ими продукции, ее качества, сложности конструкций, материалов. Характеристика отечественных брендов, выпускающих кожгалантерейную продукцию, показала, что в России немало таких предприятий. По данным статистики в России насчитывается более 200 кожгалантерейных предприятий. Одни из них специализируются на выпуске кожгалантереи, такие как фабрика Медведково, Экосумки или IGOR YORK, производя также и сопутствующие товары. А компании Терволина, Эконика, Маскотте и им подобные, выпускают обувь и кожгалантерею. Интересно отметить, что некоторые российские бренды, имея зарегистрированную торговую марку в России, при этом не имеют собственного производства, а размещают заказы на изготовление сумок и другой кожгалантереи в странах юго-восточной Азии.

В работе выполнен анализ и зарубежных производителей кожгалантерейных изделий. На российском рынке присутствуют бренды более чем из 30 стран. Российские потребители имеют возможность приобретать кожгалантерейные изделия из таких стран, как: Италия, США, Германия, Великобритания и др. Выяснили, что на российском рынке представлена кожгалантерейная продукция Италии более чем 220 компаний. Италия по числу брендов занимает первое место среди зарубежных производителей кожгалантереи. За ней следуют США (113 брендов), затем Германия и Великобритания (по 74 бренда), после них идет Франция (64 бренда). Китай представлен 24 брендами, производящими кожгалантерейную продукцию. А вот Турция, которая на первый взгляд кажется лидером по производству сумок и другой кожгалантереи, занимает всего лишь 8 место в рейтинге стран и представлена на российском рынке только 14 компаниями. Далее в работе предстоит оценить объемы продаваемой в России продукции с тем, чтобы определить место нового российского бренда.

АКТУАЛЬНЫЕ МОДЕЛИ ПОЯСНЫХ СУМОК И ИСТОРИЯ ИХ ВОЗНИКНОВЕНИЯ

Федорова В.Н., гр. ЛКО-219

Научный руководитель доцент Синева О.В.

Кафедра Художественного моделирования, конструирования и технологии изделий из кожи

Современные образцы поясной сумки встречались ещё в шестидесятых 20 века. Однако тогда она была скорее частью мужской моды. мода на поясные сумки вернулась в 90-ые годы прошлого века. Обычно ее можно было наблюдать у продавцов рынка, охотников, рыбаков и т.д., другими словами, у людей, которых больше интересовал ее функционал, а

не модные тенденции. В тот период эта вещь в России получила название «сумка-почка», потому что обычно она носилась сдвинутой на поясе в область почки. Ценность данной сумки заключалась в том, что в нее можно было положить самые необходимые вещи: телефон, ключи от дома, деньги. При этом сумка не стесняла движений, и руки оставались всегда свободными. На сегодняшний день бельтбеги пользуются большой популярностью. Их берут в путешествия, перевозя документы и билеты, а также на прогулку или пробежку. Сумка часто имеет регулируемый ремень и надежный карабин. Существуют модели из натуральных материалов, которые с легкостью подойдут для классического образа, а также образцы из износостойкого полиэстера, подходящие для активного отдыха. Сегодня, сумки на пояс наконец-то вошли на Олимп самых популярных трендов сезона. История появления поясных сумок насчитывает тысячелетия, так как первые образцы появляются в древнем обществе. В эпоху Ренессанса такие монетницы носили при дворах, шили их только из дорогих материалов, украшали мехом и драгоценными камнями. С тех пор, о поясных сумках вспомнили только в 90-х годах прошлого века. Тогда они имели, преимущественно функциональный характер и были выполнены в однообразном спортивном стиле. И только в прошлом году поясные сумки вернулись в качестве стильного, модного аксессуара. Рассмотрим самые актуальные, на сегодняшний день, модели. Актуальными моделями поясных сумок будут сумки обтекаемой формы, миниатюрные по размеру, на ремне, спортивные, плоские, овальные, на цепочке, и сумки-конверты. Среди модных тенденций отметим игру контрастов в цветовой палитре, жёлтый оттенок в качестве основного цвета, сумочки разных размеров, сумка-банан и миниатюрные кисеты. Обоснование выбора базовой модели для коллекции женских поясных сумок представлено анализом целевой аудитории и новаторскими методами разработки. Поясная сумка, как и любое изделие легкой промышленности, требует основательной проработки.

АНАЛИЗ КОНСТРУКЦИЙ ТАНЦЕВАЛЬНОЙ ОБУВИ ПО ВИДАМ ТАНЦЕВ

Мухортова М.Д., гр. ЛКО-121

Научный руководитель доцент Синева О.В.

Кафедра Художественного моделирования, конструирования и технологии изделий из кожи

В современном мире интерес к танцу необычайно высок. Неизменным успехом пользуются классический танец, много последователей у народного и спортивного танца, которые привлекают людей всех возрастов.

В нашей стране – более сорока театров оперы и балета, много танцевальных учебных учреждений разного уровня, тысячи танцевальных ансамблей и студий танца. По отчётам ЮНЕСКО, танцем занимаются примерно 4% населения в странах со стабильной экономикой.

Техника и стиль танца постепенно изменяются, усложняются. Во многом успех выступления зависит от специальной обуви, которая также претерпевает изменения со временем. Прирост видов конструкции и моделей обуви наблюдается для всех направлений хореографии: народный танец, бальный танец, балет, современный танец. Для разных стилей танца есть разные виды танцевальной обуви. Выбор обуви также может зависеть от поверхности, на которой будет исполняться танец. В Российской Федерации за последние 20 лет организовалось несколько успешных фирм, которые осуществляют производство специализированной танцевальной обуви. Как правило, основатели таких производств либо сами имеют опыт исполнения танцев, либо сотрудничают с именитыми мастерами международного класса. Некоторые российские производители являются также официальными представителями известных зарубежных брендов. Специфические требования, которые предъявляются к обуви для танцевальных тренировок: повышенная гибкость конструкции в носочной части; исключение смещения стопы в обуви; высокое сцепление подошвы обуви с опорной поверхностью.

Для танцевальной обуви особое значение имеют высота и устойчивость каблука, гибкость подошвы и её сцепление с танцполом, наличие и длина геленка. Особенности обуви для танцев различных видов подробнее рассмотрены и обобщены в работе. В большинстве своём обувь изготавливается с верхом и подкладкой из натуральной кожи и текстильных материалов. Это необходимо для комфорта исполнителя.

Танцевальная обувь изготавливается из легких, мягких, прочных материалов, имеющих небольшую толщину. В ней практически отсутствуют промежуточные детали. За счет этого данный вид танцевальной обуви удобен, комфортен и является высоко востребованным как у профессиональных танцоров, так и у любителей. Основное отличие профессиональных джазовок – наличие полужёсткого задника, который фиксирует стопу во время танца.

ВИДЫ ОБУВИ ДЛЯ ЗАНЯТИЙ АКРОБАТИКОЙ

Абдульманова Э.Э., гр. ЛКО-121

Научный руководитель доцент Синева О.В.

Кафедра Художественного моделирования, конструирования и технологии изделий из кожи

Чешки – это мягкие спортивные тапочки на тонкой подошве, предназначенные для активных занятий спортом, танцами. При их изготовлении используется мягкая натуральная или искусственная кожа. К верхней части обуви пришта резинка, которая обеспечивает фиксацию ноги. Чешками пользуются люди разных возрастов, начиная с детского сада, где выполняются простые физические упражнения для развития тела. По некоторым догадкам, чешки обязаны своим возникновением чеху Мирославу Тыршу – основоположнику движения «Чешский сокол». «Это было спортивно-патриотическое движение, которое преследовало необходимость воспитания физического и духовного», – рассказал собиратель обуви Назим Мустафаев. В 1870 чешские гимнасты впервые применили эти тренировочные тапки, которые спустя 100 лет дошли до спортсменов СССР. Тапки получили название – чешки, несмотря на факт, что в самой Чехии эту обувь зовут вермилками. От выбора подходящей по размеру и удобной обуви напрямую зависит плодотворность тренировок в батутном центре. Ведь именно этот элемент спортивной экипировки помогает обеспечить безопасность спортсмена: Материал, из которого производят чешки, а также их подошва обладают оптимальным сцеплением с батутом, благодаря чему вы быстрее научитесь держать равновесие и управлять своим телом на пружинящей поверхности. Все швы на чешках обычно сглажены. Они расположены так, чтобы свести к минимуму риск натирания ног и появления нежелательных мозолей. Чешки изготавливают с учетом больших силовых нагрузок и интенсивного использования во время занятий спортом. Поэтому такая обувь долго не изнашивается и будет способствовать комфорту во время тренировок на протяжении многих месяцев. По правилам соревнований 2022-2024 гг.: у мужчин – батутные чешки и/или носки одного цвета с брюками или белые; у женщины – батутные тапочки и/или белое покрытие стоп. Мужчины дорожка: Белые чешки или белые носки могут использоваться Женщины дорожка: Белые чешки или белые носки могут использоваться Носки без чешек спортсмены используют достаточно редко, так как в них повышается риск получения травмы, они не фиксируют стопу, скользят на батутной сетке или акробатической дорожке Высококачественный велюр, из которого сделан верх, позволяет долго использовать чешки. Использование широкой и эластичной резинки обеспечивает идеальное

прилегание к ноге и предотвращает скольжение обуви во время упражнений. Твёрдая резиновая подошва со специально разработанным протектором предотвращает скольжение, а дополнительная подкладка IWA-PowerGel защищает пользователя от негативного воздействия ударов во время тренировки.

ИСТОРИЯ РАЗВИТИЯ КОНСТРУКЦИИ САПОГ-КАЗАКОВ

Красникова М.О., ЛКО-121

Научный руководитель доцент Синева О.В.

Кафедра Художественного моделирования, конструирования и технологии изделий из кожи

Ковбойские сапоги относятся к определённому стилю сапог для верховой езды, которые исторически носят североамериканские пастухи-ковбои. У таких сапог высокий скошенный каблук, округлый или более острый мыс, высокое голенище и традиционная оторочка. Ковбойские сапоги классически делаются из воловьей кожи, но сейчас часто встречаются сапоги и из «экзотических» видов кожи, таких как аллигатор, змея, страус, ящерица, угорь, слон, лось, буйвол, лама и тому подобное. Подошва таких сапог также делается из кожи. Резиновой бывает лишь набойка на каблуке (так называемый накат), или вся подошва, если сапог рабочей модели, это делается для лучшей защиты от воды, грязи и электричества. Существует несколько версий возникновения ковбойских сапог. Одна из них гласит, что эту обувь создали мексиканские пастухи, а ковбои Дикого Запада только переняли «изобретение». Согласно другому мнению, ковбойские сапоги пришли в Новый Свет из Европы и назывались «веллингтонами». Так их прозвали в честь английского полковника Артура Уэлсли, герцога Веллингтона, носившего необыкновенно удобные и долговечные кожаные ботинки. Прототип «веллингтонов» стали выдавать американским солдатам. После окончания боевых действий фермеры и ковбои начали носить сапоги в быту. Правда, такая обувь не очень подходила для ранчо, поэтому один из рабочих попросил портного сделать что-то похожее, но более удобное для поездок на лошади. У ковбойских сапог скошенный каблук, высота которого не превышает четырех сантиметров. Благодаря скосу пятка всадника становится более острой, что даже при отсутствии шпор позволяет в случае необходимости энергично «послать» лошадь. Другая характерная черта ковбойских сапог – высокое голенище. Оно может доходить до середины икры или до колена. Это, в свою очередь, защищает ноги всадника от появления кровавых ссадин, которые могут возникать оттого, что путлища (ремни, на которые привешиваются к седлу стремяна) частенько соприкасаются с передней

поверхностью голени ездока. Есть два основных стиля ковбойских сапог: вестерн (или классический) и ровер. Стиль вестерн отличается высоким голенищем (не ниже середины икры), скошенный «ковбойский» каблук, обычно более полутора дюймов высотой (такие каблуки чаще всего на сапогах для верховой езды). Хотя классические ковбойские сапоги могут быть с разной формой мыса, классический вид – зауженный, обычно заостренный. Такая форма каблука и мыса лучше всего подходит для езды верхом. Так же часто встречаются каблуки не такие высокие – они называются «walking», специально адаптированные для пеших прогулок.

СОВРЕМЕННЫЕ БРЕНДЫ РУЧНОГО ИЗГОТОВЛЕНИЯ ОБУВИ И КОЖГАЛАНТЕРЕИ

Осинцева С.А., гр. ЛКО-121

Научный руководитель доцент Синева О.В.

Кафедра Художественного моделирования, конструирования и технологии изделий из кожи

Россию обычно не называют в числе стран, производящих туфли высокого класса, однако и в нашей стране есть изготовление обуви вручную – дело кропотливое и долгое. Оно требует от мастера особых навыков, сноровки, знания технологий и свойств различных материалов. Нередко опыт передается из поколения в поколение. В Европе работают целые династии сапожников, чье имя само по себе считается знаком качества. Порой именно из таких семейных предприятий вырастают элитные обувные бренды. Цена на обувь ручной работы на порядок отличается от цен на фабричную обувь. Но зато такая штучная работа имеет ряд существенных преимуществ. На Российском рынке представлены такие бренды как Sintezia, Homies, COSHO, RAZUMNO, MISLISTUDIO, N.early N.aked, Rosbalet, Razgulyaev x Blagonravova, Lalou, Siberia actually. Основное достоинство обуви, сделанной с применением ручного труда – это непревзойденное качество. Хороший мастер способен увидеть то, что не может заметить машина – например, небольшие дефекты кожи. Он тщательно работает над каждым швом и может оценить результат в целом. Сапоги или туфли, сделанные вручную – по определению товар класса «люкс». На изготовление такой обуви идет только самая лучшая кожа и фурнитура. Другое преимущество обуви ручной работы – удобство. Дорогую обувь не нужно долго и мучительно разносить, у нее очень удобная колодка, она садится точно по ноге, не натирая и не сдавливая стопу. Как правило, у обуви, сделанной вручную расширенный размерный ряд (включая полу размеры), поэтому подобрать подходящие туфли будет несложно.

И, наконец, дорогая обувь ручной работы служит долго. Поскольку такой метод изготовления используют только очень известные компании, выпускающие обувь класса «люкс», нет нужды беспокоиться, что через год ваши туфли выйдут из моды. Во-первых, модные тенденции живут не один сезон. Кроме того, дорогие бренды не гонятся за модой – они сами создают ее, продумывая все на несколько сезонов вперед. И наконец, не забывайте о существовании нестареющей классики: строгая элегантная классическая обувь никогда не выйдут из моды. Сумки ручного производства так же отличаются оригинальностью и добротностью. Российские бренды студии изготавливающие кожгалантерею: ARNY PRAHT, Afalina Dol, Jane's Story, Afina, Alessandro Birutti, Максаков.

РАЗРАБОТКА КОЛЛЕКЦИИ ОБУВИ В НАПРАВЛЕНИИ АПСАЙКЛИНГА

Левандовская П.О., гр. ЛТО-119

Научный руководитель доцент Синева О.В.

Кафедра Художественного моделирования, конструирования и технологии изделий из кожи

Зачастую магазины, бренды устраивают распродажи, чтобы избавиться от остатков коллекций, ведь в следующем сезоне они будут совсем неактуальны и спроса на них не будет. Крупные корпорации создают помимо основных точек продаж, еще и аутлеты. Аутлет является магазином, в котором продаются изделия модных брендов по сниженным ценам, как правило, из-за незначительных дефектов или устаревших коллекций. Могут также включать товары, произведенные специально для аутлетов. Цель такой системы – удалить остатки товаров и освободить место для новых коллекций. Магазин, который предоставил модели, также имеет концепцию аутлета. Основной идеологией бизнеса является удержание цен прошлых лет. Закупаются остатки коллекций – неполные размерные ряды, образцы моделей или же классическая обувь, которая не теряет свою актуальность с течением времени. Многие модели также выходят из моды, становятся невостребованными среди покупателей и даже распродажи не помогают распродать остатки. Еще одной дилеммой является производственный брак обуви. Это могут быть незначительные дефекты, которые незаметны покупателям, но могут быть и серьезные, которые будут приносить дискомфорт – неровность подкладочной ткани, неправильная сборка, неровная подошва или стелька, некачественная внешняя отделка и фурнитура. Именно такие проблемы стали основополагающим фактором для создания коллекции «Пантоллето».

Новым экологическим подходом, который может стать устойчивым в направлении легкой промышленности, это повторное использование ресурсов. Среди молодого поколения и профессионалов, связанных с Модой, увеличивается количество эко-просвещённых специалистов, которые пытаются найти новые пути решения проблемы перепроизводства в легкой промышленности. Достоинствами апсайклинга являются сохранение природных ресурсов и переосмысление гардероба. Апсайклинг – это способ дать новую жизнь вещам, сохранившим качество, но утратившим свой внешний вид. Главный недостаток такого творческого подхода – большие затраты времени для создания единственных в своём роде изделий, так как вторично используемые материалы требуют дополнительной обработки и индивидуального раскроя, и сборки. Несмотря на такую отрицательную черту, апсайклинг перестаёт быть только модным трендом и в ближайшем будущем имеет все шансы стать неотъемлемой частью производственного цикла

АНАЛИЗ ПСЕВДОСТИЛЯ «ЭКЛЕКТИКА» И ЕГО РЕАЛИЗАЦИЯ В МОДЕЛЯХ ОБУВИ И АКСЕССУАРОВ

Ткач Э.И., гр. ЛКО- 119

Научный руководитель доцент Максимова И.А.

Кафедра Художественного моделирования, конструирования и технологии изделий из кожи

Согласно словарю терминов Российской академии художеств, эклектика – это соединение разнородных художественных элементов, составляющее сложный по составу псевдостиль. У эклектики, в отличие от других стилей, нет строгих правил. В наше время эклектичный стиль в моде чаще всего именуют «максималистским». Многие черты современного эклектичного стиля берут свое начало из стиля Харадзюку (назван в честь района Токио, популярного среди японской молодежи). Данный стиль фокусируется на смешении и сочетании различных эстетик, материалов и силуэтов для создания нарядов, которые могут показаться случайному зрителю довольно необычными. Появившись в 1980-х годах, мода Харадзюку стала популярной среди молодежи региона, восставшей против основной моды и коллективистских социальных норм, которые они считали угнетающими и однообразными. Они начали принимать альтернативные стили как средство самовыражения и индивидуальности, идентифицируя себя как членов сообщества единомышленников.

Сегодня интерес к эклектике в костюме, обуви, аксессуарах возрастает по ряду причин – это и желание продлить жизнь предметов,

вышедших из моды, и воплощение тоски общества по новым ощущениям после пандемии коронавируса, и глобализация, смешение культур.

Для эклектики характерны: игра с формой – создание нового силуэта с помощью изменения конструкции предметов одежды и комбинации этих предметов с другими; игра с цветом – комбинация элементов разных цветов в одном образе; игра с текстурой – комбинация элементов, имеющих разные узорные особенности для создания цельного образа; игра с фактурой – комбинация материалов с различными рельефными особенностями для создания цельного образа; игра с контекстом – комбинация «несовместимых» элементов в одном образе; излишняя декоративность – комбинация нескольких элементов, претендующих на главенство.

Результаты анализа псевдостилия «Эклектика», изучение его воплощения на модных подиумах, позволили создать собственную коллекцию аксессуаров, ориентированных на молодежный сегмент потребителей.

ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ РЕОРГАНИЗАЦИИ ИСПЫТАТЕЛЬНОЙ ЛАБОРАТОРИИ АО «ЕГОРЬЕВСК-ОБУВЬ»

Новикова А.Е., гр. ЛТО-118з

Научный руководитель профессор Киселев С.Ю.

Кафедра Художественного моделирования, конструирования и технологии изделий из кожи

Проблема качества очень актуальна в отрасли обувного производства, соотношение цены и качества так же немаловажно в современном обществе. В условиях рыночной экономики и повышенной конкуренции основное внимание компаний-производителей уделяется качеству выпускаемой продукции. Предприятие АО «Егорьевск-обувь» посвятило себя заботе о подрастающем поколении – обеспечению детей безопасной, комфортной, современной обувью.

Реорганизация испытательной лаборатории предприятия призвана обеспечить условия для решения широкого круга задач в направлении повышения качества продукции. Целью выполняемого исследования является разработка рекомендаций по созданию эффективной современной лаборатории для испытаний обувной продукции. Задачи исследования: изучить требования, предъявляемые к детской обуви; изучить виды испытаний при производстве детской обуви; провести обзор испытательного оборудования; разработать рекомендации по созданию и проектированию испытательной лаборатории с учетом современных

требований; ознакомиться с требованиями к форме и содержанию протокола испытаний.

Основные задачи по реорганизации испытательной лаборатории АО «Егорьевск-обувь»: разработка планировки и общей организации испытательной лаборатории; определение перечня необходимых испытаний; разработка оснащённости испытательным оборудованием и средствами измерения испытательной лаборатории; разработка последовательности испытаний в испытательной лаборатории.

В результате выполнения работы должны быть разработаны рекомендации по созданию испытательной лаборатории для проведения испытаний входного контроля материалов и готовой детской обуви АО «Егорьевск-обувь».

ПОДХОДЫ К ОБЕСПЕЧЕНИЮ ДЕТЕЙ МАЛОСЛОЖНОЙ ОРТОПЕДИЧЕСКОЙ ОБУВЬЮ

Беркутова А.А., Еремихина А.А., гр. ЛТО-121

Научный руководитель профессор Киселев С.Ю.

Кафедра Художественного моделирования, конструирования и технологии изделий из кожи

На сегодняшний день распространённость ортопедических заболеваний у детей с каждым годом растёт из-за появления большого количества хобби, которыми можно заниматься, не проявляя двигательную активность. Так, например, статистика за 2018 год показывает, что за видеоиграми регулярно проводят время 71% детей от двух до двенадцати лет, что говорит о малоподвижном образе жизни. Задача ортопеда – в период взросления организма ребенка проводить частую диагностику для оценки динамики состояния стоп в период его роста, чтобы предупредить развитие деформаций патологий.

Сейчас существуют 4 метода диагностики состояния стопы и голени: визуальная оценка позиции голеностопа; диагностика опорно-двигательного аппарата методом плантографии и подометрии – изучения подошвенной поверхности стопы с помощью анализа её изображения или отпечатка; диагностика плантоскопом – метод основан на изучении зеркального отражения подошвенной поверхности стопы; компьютерная диагностика опорно-двигательного аппарата – компьютерный плантограф представляет собой устройство, состоящее из модуля сканирования и компьютера с установленной на нем специальной программой для анализа плантограмм.

Следующий этап после диагностики – лечение. При статических деформациях стоп средней степени тяжести и относительном укорочении

конечности до 30 мм назначается малосложная ортопедическая обувь, причем большую роль в ней играет вкладная профилированная стелька, которая может быть как готовой, универсальной, так и индивидуальной, учитывающей все особенности конкретной стопы. Для детей, имеющих генетическую склонность к плоскостопию, последние наиболее эффективны, так как будут оказывать поддержку сводов стопы с детства.

Представляют интерес две технологии изготовления индивидуальных стелек: Российская, компании «Сурсил-Орто» – стелька изготавливается из термопластика. В застывшем виде материал представляет собой жесткую основу. Такие стельки подходят для случаев серьезной деформации стоп или для восстановления после операции на стопах.

Немецкая, фирмы Igli – стелька изготавливается из гибкой карбоновой основы и упругих постингов-вставок. Они не нарушают биомеханику стопы – мышцы активно работают во время движения.

ПРИОРИТЕТНОСТЬ ДУБЛЕНОК В ОДЕЖДЕ УЛИЧНОГО СТИЛЯ ДЛЯ МОЛОДЕЖИ

Гринькова А.А., гр. ЛТХ-119

Научный руководитель доцент Гончарова Т.Л.

Кафедра Художественного моделирования, конструирования и технологии швейных изделий

Красивый внешний вид, богатая отделка и презентабельность шуб из пушнины конкурирует с практичностью, удобством, ветро- и влагостойкостью дубленок. Основной целью исследований является выявление потребностей активной группы потребителей продукции в конструкторско-технологических решениях данного вида одежды.

Проведенный среди респондентов опрос показал заинтересованность молодежи в возрасте 18-24 лет в приобретении дубленок из натурального меха как демократичного аналога изделиям из пушнины, с ценовым диапазоном 30-60 тыс. руб. Среди существующего разнообразия шкур овец популярными среди молодежи видами являются меринос и тоскана. Мутон востребован у мужчин и женщин средних лет. Метод обработки и выделки шкур, интересные цвета и технологии покрытия позволяет разнообразить выбор мехового полуфабриката.

В результате анкетирования наиболее востребованными параметрами при выборе дубленки стали: прямой силуэт (36,07%); длина до середины бедра (39,17%). Модели в виде «косухи» и «авиаторы» с длинным рукавом (83,49%); с карманами (93,28%) и застежкой на молнию (69,42%) стали наиболее предпочтительными.

Анализ современного рынка меховой одежды на примере ассортимента сайтов интернет-магазинов Edem-room, Снежная Королева и Raffos показал наличие в ассортименте изделий 34% дубленок, среди которых большее количество длинных, а не востребованных коротких. Широко представлен ассортимент дубленок классических силуэтов и натуральной цветовой гаммы.

Оригинальность в изделиях следует достигать нешаблонным членением конструкции основных деталей одежды, применением разнообразных по конструкции швов, специфических декоративно-функциональных элементов. При моделировании конструкций изделий вертикальные, горизонтальные, угловые и комбинированные сечения проанализированы на возможность создания различных иллюзий восприятия формы. Такой подход способствует расширению модельного ряда дубленок. Исходя из вышесказанного, можно заключить, что укороченные дублёнки из овчины являются демократичным вариантом верхней меховой одежды для молодежи.

АНАЛИЗ ВИДОВ КРУЖЕВА ДЛЯ ДЕКОРИРОВАНИЯ ОДЕЖДЫ

Ковалёва Е.А., гр. ЛТШ-119

Научный руководитель доцент Холоднова Е.В.

Кафедра Художественного моделирования, конструирования и технологии швейных изделий

Мало кого не привлекало бы кружево. Большое разнообразие его видов и расцветок сочетается практически со всеми стилями, каждый найдёт в нём что-то для себя. Кружево широко используют для создания одежды, аксессуаров и отдельных элементов, нижнего белья, в качестве декора для украшения одежды, для изготовления и отделки предметов интерьера. Их можно применять в различных сочетаниях с текстильными изделиями, но классифицируют его не по сферам применения, а по географическому происхождению и технике исполнения. По способу изготовления кружево можно разделить на рукодельное и машинное. В свою очередь, рукодельное кружево делится по типу исполнения. Оно бывает шитым, вязаным, узелковым или плетеным. Плетеное подразделяется на численное, парное и сцепное. Численное основано на счете нитей, выполняют с помощью нескольких пар коклюшек, без рисунка. Парное плетется одновременно с помощью нескольких пар коклюшек, иногда их количество может достигать до 100. Сцепное плетение отличается от парного тем, что детали кружевного изделия вышиваются отдельно, а потом сцепляются с помощью крючка. Яркие примеры плетёного кружева – вологодское и елецкое.

Вязаное кружево подразделяется на выполняемое на спицах и крючком. К этому типу кружев относят обычное и объемное плетение крючком, филейную вязку, викторианское (аналог наших оренбургских платков), ирландское, брюггское и т.д.

К шитому кружеву относят игольное: ретичелла, «Ришелье» и хардангер. Техника хардангер предполагает использование различных декоративных швов, с помощью которых создается контур рисунка. После того, как строчка будет проложена и зафиксирована, ткань внутри рисунка аккуратно прорезается, часть ниток можно оставить, чтобы связать их пучками. Российский вид игольного кружева – «крестецкая строчка».

Узелковое кружево подразделяют на макраме (плетение руками из системы ниток) и фриволите (выполняемое специальными челноками).

Количество вещей из кружева в новых коллекциях лучших дизайнеров мира удивляет своим многообразием. Несмотря на то, что у большинства кружево ассоциируется с нежностью, с его помощью можно создать лаконичный образ, а также, передать страсть или загадочность.

Таким образом, благодаря большому разнообразию кружева, можно спроектировать предмет гардероба с любым характером. Одежда способна быть элегантною, романтичною, «воздушною» и даже строгою.

ИССЛЕДОВАНИЕ ДИНАМИЧЕСКИХ ИЗМЕНЕНИЙ РАЗМЕРНЫХ ПРИЗНАКОВ ФИГУРЫ ГИМНАСТКИ ПРИ ИЗМЕНЕНИИ ПОЗЫ

Галоян Н.В., Демина М.В., Усова А.С., гр. ЛКШ-221

Научный руководитель доцент Мурашова Н.В.

Кафедра Художественного моделирования, конструирования и технологии швейных изделий

Антропометрические данные гимнастки зависят от позы, которую она принимает, поэтому для более точного построения чертежа конструкции гимнастического купальника нужны дополнительные измерения. Для исследования изменений размеров и формы отдельных частей тела при совершении движений человеком был выделен отдельный раздел прикладной антропометрии – динамическая антропометрия. Размерные признаки меняются в положениях, отличающихся от основной статической позиции.

В связи с тем, что гимнастический купальник одевает только туловище и верхние конечности, для исследования выбраны измерения фигуры, расположенные на этих частях тела спортсменки: ширина спины и длина спины до талии и от копчика до седьмого шейного позвонка, длина туловища сбоку от подмышечной впадины до талии, длина руки, обхват

тали. На основе анализа биомеханики гимнастики выбраны позы для проведения эксперимента, сопровождающиеся максимальным динамическим приростом размерных признаков фигуры: полный наклон туловища вперед, ноги выпрямлены в коленном суставе, пальцы рук касаются пола, голова максимально опущена; руки горизонтально вытянуты вперед, соприкасаются ладонями, руки подняты вверх, соприкасаются ладонями; руки подняты вверх, соприкасаются ладонями, туловище наклонено вбок на 90°. Для сравнения эти же измерения сделаны для стандартной статичной позы. Результаты многократных измерений обработаны и рассчитан динамический эффект размерных признаков как разность измерения в динамике и статике.

Экспериментальные числовые данные динамических приростов сильно отличаются от теоретических: длина спины – 14 вместо 6,4 см; ширина спины при наклоне вперед – 4,2 вместо 10,5 см; ширина спины при горизонтальном положении рук – минус 3,5 см; длина туловища сбоку – от минус 6 см до 14,8 см; длина руки – 3,7 см.

Из этого следует вывод, что для каждой гимнастики следует брать индивидуальные мерки, чтобы купальник не повисал, плотно прилегал к телу, при этом не сковывал движения.

СОЗДАНИЕ МЯГКОЙ ИГРУШКИ ОТ КУТЮР

Амиян Д.Г., гр. МАГ-ТЛ-222

Научный руководитель профессор Зарецкая Г.П.

Кафедра Художественного моделирования, конструирования и технологии швейных изделий

Игрушка создана в стилистике модного дома Ulyana Sergeenko. В частности, вдохновением для ее создания послужил показ кутюрной коллекции в Париже в 2020 году.

Высокая мода (фр. Haute couture, итал. alta moda, от кутюр, дословно «высокое шитьё») – швейное искусство создания эксклюзивных экземпляров одежды, как правило – вручную, из материалов высочайшего качества и с максимальным вниманием ко всем деталям. К высокой моде относится творчество ведущих салонов мод, которые задают тон международной моде; уникальные модели, которые производятся в знаменитых салонах мод по заказу клиента.

Понятие «от кутюр» появилось в середине XIX века, когда наряду с модистками стали появляться первые салоны мод и первые кутюрье. Высокая мода обязана своим появлением английскому модельеру Чарльзу Фредерику Уорту, который в 1858 году открыл в Париже свой дом моделей и первым стал разделять коллекции одежды по сезонам. В 1868 году Уорт

создал Синдикат высокой моды, который и поныне объединяет ведущие парижские дома моды.

Ulyana Sergeenko – признанный модный дом не только в России, но и далеко за её пределами. В 2015 году Наблюдательный совет Парижского Синдиката Высокой моды выбрал Ulyana Sergeenko в качестве официального участника Недели Высокой моды, которая ежесезонно проходит в Париже. Ulyana Sergeenko стал первым в истории российским модным домом, удостоенным участия в главном мероприятии мира моды.

За годы существования модный дом Ulyana Sergeenko наладил производственную связь со многими мастерскими и ателье народных ремёсел по всей России. Елецкое и вологодское кружево, Ростовская финифть и скань, различные техники ручной вышивки присутствуют в каждой коллекции Ulyana Sergeenko Couture.

Образ для создания игрушки выбран в честь главного символа 2023 года. На первом этапе происходил поиск силуэта и пропорций. Был создан эскиз. Следующим этапом было создание конструкции и лекал, на основе эскиза будущей игрушки. Далее был создан макет из бязи для апробации конструкции и устранения дефектов. На финальном этапе было изготовлено изделие из основного материала – бархат и декорировано – фатином, кружевом и бусинами.

ВНЕДРЕНИЕ ТЕХНОЛОГИЙ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА ДЛЯ РАЦИОНАЛЬНОГО ПРОИЗВОДСТВА И РЕАЛИЗАЦИИ ПРОДУКЦИИ ПРЕДПРИЯТИЙ ЛЕГКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

Харламова В.Г., гр. ЛТШ-121

Научный руководитель доцент Холоднова Е.В.

Кафедра Художественного моделирования, конструирования и технологии швейных изделий

Пандемия 2020 года нанесла сильный ущерб легкой промышленности, и одновременно заставила задуматься о том, что же сегодня означает цифровизация и применение искусственного интеллекта (ИИ) в условиях современного мира. Распространение использования нейросетей для легпрома имеет широкий спектр применения. Специализированные нейросети способны решать основные задачи работы с бизнес-процессами, позволяя достичь максимальной эффективности. Их внедряют для анализа данных об обороте предприятия, прогнозирования потребности в сырье, складах и персонале, планирования денежного оборота, анализ поставщиков по критериям. Крупные международные бренды применяют нейросети на этапе дизайна продукции: подбор актуальной цветовой гаммы, стиля и принтов. Нейросети делают точный

анализ покупательских предпочтений по возрастной и ассортиментной группе, сезонный спрос. Такие технологии дают возможность экономии ресурсов предприятия, сокращение товарных остатков и отходов. Далее на этапе построения конструкции, используются САПР с функциями 3д моделирования и виртуальной примерки.

ИИ используется для составления технологических карт на основании данных об изделии, при расчете износостойкости материалов и узлов, распределения нагрузки на производстве. Осуществляется контроль качества с применением машинного зрения, автоматизация процесса упаковки и маркировки заказов, на основании требований законодательства. ИИ широко применяется в сфере продаж. На данный момент широко используются системы сбора персональных данных покупателей, дабы удовлетворить потребности населения и увеличить продажи. Отдельный инструмент продаж – возможность бесконтактной примерки в офлайн-магазинах и виртуальной примерки в онлайн-магазинах, предпродажных демонстраций новых коллекций предприятиями легкой промышленности.

Международные исследования в области влияния внедрения ИИ на предприятиях прогнозируют прирост экономической эффективности макроэкономических показателей. Устойчивость внедрения ИИ обеспечивают за счет ускорения и рационализации процессов, повышения качества выпускаемой продукции и удобство ее реализации.

ДИНАМИЧЕСКИЕ ИЗМЕНЕНИЯ РАЗМЕРНЫХ ПРИЗНАКОВ ПРИ РАБОТЕ РАСКЛАДЧИЦЫ ЛЕКАЛ

Чуркина А.А., Елаева М.В., Кочеткова С.Р., гр. ЛКШ-121

Научный руководитель доцент Мурашова Н.В.

Кафедра Художественного моделирования, конструирования и технологии швейных изделий

Спецодежда оказывает существенное влияние на работоспособность людей, потому что специалисты выполняют систематические движения, которые повторяются циклично. Если не учитывать при создании конструкции одежды данный аспект: динамический прирост размерных признаков, то создаваемая одежда будет препятствовать выполнению профессиональных задач.

Работа раскладчицы лекал подразумевает динамические изменения пояса верхних конечностей. На основе анализа биомеханики движений раскладчицы лекал выявлены три основные позы «статичная поза», «поза со средней амплитудой динамики» при наклоне вперед, руки вперед, и «поза с сильной амплитудой динамики» при таком же наклоне. Основываясь на эти данные, проведен эксперимент, позволяющий выяснить динамический

прирост размерных признаков. Измерения размерных признаков выполнены на основании ГОСТ 17522-72 в статике и выбранных характерных позах. Для исследования взято 20 размерных признаков, необходимых для создания базового чертежа. Изменения выявлены в 7: длина спины до талии 4,2...5,1 см, ширина груди -6,1...-8,1 см, расстояние между сосковыми точками (0,5...1,2 см), длина талии спереди первая -2,6...-3,6 см, высота проймы сзади 1,1 1,6 см, ширина спины 10,2...12,2 см, высота плеча косая 6,2 6,9 см.

На основании анализа величин динамического прироста размерных признаков, выявленного в ходе эксперимента, разработаны рекомендации по внесению изменений в базовую конструкцию: увеличить прибавку по линии груди на 3-4 см, использовать только прямой или расширенный силуэт, увеличить длину проймы на 2-3 см за счет углубления и частичного размоделирования выточек на выпуклость лопаток и груди, удлинить горловину на 2,5-3,5 см за счет расширения и углубления спереди; увеличить ширину спинки и длину изделия до талии. Причиной, послужившей внести именно такие изменения, стала активная подвижность в поясе верхних конечностей, а также в скелете свободных верхних конечностей, средняя подвижность в шейном и грудном отделе позвоночника.

Внесение таких изменений в конструкцию специальной одежды значительно улучшит эргономическое соответствие конструкции спецодежды и работоспособность раскладчицы лекал.

АМОРТИЗАЦИОННЫЕ ЭЛЕМЕНТЫ ИЗ ВОЙЛОКА ДЛЯ ЖЕНСКОЙ ГОРНОЛЫЖНОЙ КУРТКИ

Сабитова В.А., гр. МАГ-ТЛ-222

Научный руководитель профессор Зарецкая Г.П.

Кафедра Художественного моделирования, конструирования и технологии швейных изделий

Спорт стал неотъемлемой частью нашей жизни. Спортивная одежда дополняет гардероб современного человека и даже стала занимать отдельную большую нишу в направлениях моды. Популярность здорового образа жизни стимулируется ростом спортивной индустрии, что повышает потребность в современной удобной спортивной одежде. В свою очередь, растущий рынок требует от производителя инновационных решений, повышающих удобство пользования и комфортность изделий. Все большее внимание уделяется повышению защитных свойств одежды для экстремальных видов спорта. Потенциальными потребителями такой одежды являются не только профессиональные спортсмены, но и любители,

рассматривающие спорт как отдых. Особенно популярны сейчас горнолыжные виды спорта. Чтобы понизить травмоопасность горных склонов, в одежде необходимо применять амортизаторы.

Шерстяной войлок, являясь нетканым материалом, обладает высокой упругостью, легко восстанавливает свою форму после химической чистки. Валяный амортизатор при необходимости может быть дополнительно укреплен слоями сетки, шелковой ткани или термопластичного нетканого материала.

Проектирование амортизационных элементов начинается с выбора объемной формы вкладышей, обеспечивающих не только защиту, но и свободу движения спортсмена или отдыхающего. На следующем этапе определяется способ крепления амортизационных элементов из войлока к деталям куртки, проектируются крепежные элементы, выбирается фурнитура, методы технологической обработки. Заключительный этап проектирования призван обеспечить законченность формы изделия, исключить деформацию поверхности, так как при проектировании амортизационных элементов немаловажным является сохранение, заданного дизайнером, внешнего вида дорогостоящей экипировки. Поэтому поиск конструктивно-технологических решений женской горнолыжной куртки с улучшенными защитными свойствами для предохранения наиболее уязвимых участков тела от ударов должен быть направлен на скрытное расположение защиты.

ХАРАКТЕРИСТИКИ СОВРЕМЕННОГО ПОДГОТОВИТЕЛЬНО-РАСКРОЙНОГО ОБОРУДОВАНИЯ

Киюр А.П., гр. ЛТШ-120

Научный руководитель доцент Чаленко Е.А.

Кафедра Художественного моделирования, конструирования и технологии швейных изделий

Оборудование подготовительно-раскройного производства включает в себя весь спектр традиционного оборудования: оборудование для разбраковки и промера материалов, поступивших на швейное предприятие, и оборудование для настиления и раскроя материалов, которое может быть как механизированным, так и автоматизированным.

К промерочно-разбраковочному оборудованию относится раскройное оборудование, как с автоматической, так и с ручной отрезной концевой линейкой для нарезания материала с целью формирования настила. Длина направляющей ножа может достигать до 3,5 м, при этом ширина разрезаемого настила может быть равна как 1,55 м, так и 2,95 м, а высота

доходить до 30 см. Скорость вращения ножа в таком оборудовании, в основном, равна 12000 об./мин., а диаметр около 10 см.

Перемотка ткани может осуществляться специальным электроприводом с помощью вала, на котором установлен рулон ткани, на перемоточный вал. Размер экрана – 2х0,5 м, скорость перематывания ткани – 50 м/мин. Также к этому разделу относится и разматывающее устройство на 1, 3 или 5 рулонов, ширина которых может достигать 1,9 м, диаметр рулона – 55 см, а вес – 55 кг.

Раскройное оборудование для легкой промышленности является основным в закройном цехе швейной фабрики. Оборудование имеет модульную конструкцию, которая позволяет очень легко удлинить стол для раскроя материала. Каждая последующая секция увеличивает его длину на 1,1 м (представлены модели от 1,1 до 22,6 м). При помощи специальных болтов можно регулировать высоту стола (стандартная высота стола – 90 см, а ширина – 1,83-2,07 м) и выравнивать по горизонтали.

Для получения деталей кроя применяются передвижные и стационарные ленточные раскройные машины, а также автоматизированные раскройные комплексы. Передвижные раскройные машины бывают дисковыми и сабельными в зависимости от формы и принципа действия основного режущего инструмента – раскройного ножа. Подошва механизма может быть оснащена роликами для перемещения по поверхности стола и применяется для раскроя всех видов материалов. Максимальная высота раскраиваемых настолов составляет 25 см

ИССЛЕДОВАНИЕ ДИНАМИЧЕСКИХ ИЗМЕНЕНИЙ РАЗМЕРНЫХ ПРИЗНАКОВ ФИГУРЫ ПРИ РАБОТЕ НА УТЮЖИЛЬНОМ ОБОРУДОВАНИИ

Гостищева Н.В., Красногорская Е.Д., Попова М.В., гр. ЛКШ-121

Научный руководитель доцент Мурашова Н.В.

Кафедра Художественного моделирования, конструирования и технологии швейных изделий

Утюжильщица занимается проведением влажно-тепловой обработки изделий легкой промышленности, применяя при этом оборудование различной сложности. Чаще всего необходимость в утюжке возникает на массовых производствах, например: на фабриках, в прачечных, швейных мастерских, ателье. Влажно-тепловая обработка (ВТО) для стабилизации формы деталей одежды и готовых изделий выполняется тремя способами – глажением, прессованием и пропариванием. Для этого в швейном производстве применяют гладильные прессы, паровоздушные манекены, утюги, отпариватели, каландры, роторные и проходные автоматы и

фальцовочные прессы. При этом существует риск для здоровья и жизни (движущиеся машины и высокие температуры поверхностей, которые несут угрозу травмы и ожогов вплоть до высшей степени).

Утюжилщица выполняет однотипную механическую работу на протяжении всего дня, что может приводить к мышечным перенапряжениям, растяжениям связок и другим физическим повреждениям. В ходе эксперимента проведены измерения фигуры в статике, а также в различных динамических положениях, характеризующих основные движения человека при работе с гладильным оборудованием. В программу измерений включены размерные признаки длина руки, длина корпуса тела, обхват плеча и обхват предплечья, обхват бедра и наиболее частые движения при работе на гладильном оборудовании: подъем рук и наклон корпуса, а также мышечное напряжение верхних и нижних конечностей при физической нагрузке.

Динамические изменения произошли во всех объектах измерения, таким образом: длина руки увеличилась на 5 см при подъёме руки на 90° и на 7 см при подъёме на 125° ; длина корпуса тела на 2.8 см; обхват плеча на 3 см; обхват предплечья на 1.1 см и обхват бедра на 1.1 см. Отсюда получаем, что, чем выше подъем руки, тем больше динамический эффект, т.к. при растяжении связок конечности происходит ее удлинение. Эти сведения необходимо учитывать при выборе вида специальной одежды, а также её габаритных параметров, позволяющих обеспечить комфортные условия труда и повысить его производительность.

ПРОБЛЕМЫ УРАБОТКИ УЗЛОВ ОДЕЖДЫ

Козачухненко С.О., гр. МАГ-ТЛ-222

Научный руководитель профессор Зарецкая Г.П.

Кафедра Художественного моделирования, конструирования и технологии швейных изделий

Динамичное развитие изделий легкой промышленности связывают с расширением ассортимента изделий, отличающихся по набору функциональных свойств, которые достигаются за счет инновационных материалов. Конкуренция продукции швейных предприятий стимулирует производителей к быстрому увеличению числа выпускаемых моделей в том числе с новыми потребительскими свойствами. Расширение ассортимента и его визуальное разнообразие обеспечивают предприятию повышение уровня реализации продукции, а потребителю – более полное удовлетворение потребностей.

В данное время стали широко применяться комплексные текстильные материалы, однако остается недостаточно исследованным вопрос проектирования изделий из них с использованием цифровых технологий, учитывая данные о материалах и пакетах. Особенности производства швейного изделия требуют знаний о взаимодействии пакета материалов с внешней средой в разных узлах конструкции, особенно в изделиях с экстремальными условиями эксплуатации. Именно по этой причине требуется информатизация процесса проектирования, разработки и исследования комплексных текстильных материалов для обеспечения высокого качества изделий.

При пошиве изделий, в процессе ниточного соединения происходят изменения линейных размеров деталей, вызванные уработкой материала. Возможность прогнозирования таких изменений, может в значительной мере ускорить процесс разработки новых моделей. Изменяемость уработки может происходить при смене вида используемых материалов, при дублировании деталей, или вследствие совершенствований, которые вводят в производство.

Традиционно, разработка нового узла в одежде требует изготовления опытного образца для уточнения изменения параметров детали после ниточного соединения. Что приводит к увеличению затрат на производстве и дополнительное внесение корректировок в конструкцию изделия. Предлагается при разработке унифицированных узлов одежды получить статистические данные об изменяемости уработки в зависимости от перечисленных факторов. Составленное управляющее уравнение возможно будет использовать конструкторам при определении величин отрезков.

ИССЛЕДОВАНИЕ ВЛИЯНИЯ ЧАСТОТЫ ДВУХНИТОЧНОЙ ЧЕЛНОЧНОЙ СТРОЧКИ НА ФИЗИКО-МЕХАНИЧЕСКИЕ ПОКАЗАТЕЛИ ШВОВ

Дасаева Д.А., гр. ЛКШ-121

Научный руководитель доцент Мурашова Н.В.

Кафедра Художественного моделирования, конструирования и технологии швейных изделий

Поскольку лёгкая промышленность сейчас находится на стадии развития, данное исследование является практически значимым для людей, работающих в данной сфере, так как оно облегчит процесс пошива. Целью проведённых исследований было определить оптимальные параметры частоты строчки для пошива. Проводя данное исследование, мы изучали влияние только частоты строчки при использовании конкретных ниток и материала. Разумеется, это очень узкое исследование, и для общей

статистики его недостаточно. Можно использовать другие материалы, на которые частота строчки будет влиять совершенно по-другому. И чтобы более-менее понять эту закономерность, нужно провести более сотни исследований с разными тканями, нитками и параметрами. Но, тем не менее, нам удалось сделать некоторые выводы по результатам исследования. Для исследования была выбрана челночная строчка разной частоты от 2 до 16 ст./см, выполненная на ткани одного артикула в два слоя. Визуальный анализ строчек показал, что образцы с частотой 7 ст./см имеют дефекты внешнего вида – стягивание и волнистость материала по линии шва. При меньшей частоте дефектов внешнего вида не обнаружено.

Далее было проведено испытание с разрывной испытательной машиной. Для этого каждый из образцов закреплялся в устройство так, чтобы продольная линия центра проходила через центральную точку переднего ребра зажимов и перпендикулярно к ребрам зажимов, и так, чтобы условная линия, нанесенная на пробу, совпадала с одним ребром зажимов, и направление растяжения было перпендикулярно к шву по середине зажимной длины.

Как видно, правильный выбор даже одной лишь частоты строчки уже может повлиять на износостойкость вещи. При частоте строчки 7 стежков в 1 см и более прочность шва является избыточной, так как при разрыве пробы происходит разрушение материала. А вот при частоте 4 стежка в 1 см разрывное усилие составляет 15 кгс. При частоте 3 стежка в 1 см – 10,11 кгс. Несомненно, каждый из показателей челночной строчки влияет на качество изделия. При пошиве одежды нужно выбирать параметры под конкретный материал, назначение вещи. При таком грамотном подходе срок эксплуатации изделия увеличится, а, соответственно, повысится и спрос.

РАЗРАБОТКА КОЛЛЕКЦИИ ЖЕНСКОЙ СПОРТИВНОЙ ОДЕЖДЫ ДЛЯ ФИТНЕСА

Овсянникова А.А., гр. ЛКШ-219

Научный руководитель ассистент Копылова М.Д.

Кафедра Художественного моделирования, конструирования и технологии швейных изделий

С каждым годом становится заметнее рост популяризации здорового образа жизни, ведения правильного рациона и занятий спортом. Всё больше людей приносят в свою жизнь регулярные тренировки. Такая тенденция повышения интереса общества к активному отдыху и спорту приводит к увеличению спроса и предложения на рынке, а также к росту количества исследований в области производства одежды спортивного сегмента.

Правильный выбор одежды для фитнеса является одним из основных условий качественной тренировки.

Перед началом непосредственного создания коллекции спортивной одежды для массового производства важно не только проанализировать модные тенденции в выбранной сфере, но и изучить спрос и критерии выбора среди потребителей, а также провести анализ состояния современного рынка. Проведено анкетирование, результаты которого показали, что наиболее популярными видами спортивных изделий являются футболка, топ, легинсы, велосипедки и шорты преимущественно обтягивающего кроя. В среднем потребители имеют несколько комплектов одежды для фитнеса в гардеробе и предпочитают покупку спортивных костюмов частями, выбирая каждое изделие отдельно. Также, большинство опрошенных (80%) обозначило, что комфортнее себя чувствуют в спортивной одежде базовых оттенков (чёрный, белый, серый).

На основе проведенного исследования следует вывод о логичности создания капсульной коллекции спортивной плотно облегающей одежды для фитнеса базовых оттенков, в которой все виды изделий будут сочетаться между собой. Анализ требований к свойствам материалов для изготовления спортивной одежды для фитнеса показал, что на сегодняшний день предпочтение при изготовлении отдается инновационным трикотажным материалам, содержащим полимерные волокна и мембранный слой. Основным материалом для коллекции выбрано биэластичное трикотажное полотно «бифлекс» черного и белого цветов, которое имеет высокие показатели эластичности и растяжимости, поэтому при проектировании базовой конструкции применены отрицательные прибавки, рассчитанные экспериментально-опытным путем. Разработка базовой и модельной конструкций осуществлялась в САПР Comtense по ранее изученной методике на базе предприятия, специализирующимся на производстве спортивной одежды для фитнеса.

NEW LIFE ПАЛЬТО ИЗ МЕХА НУТРИИ

Тагай П.В., гр. ЛТХ-121

Научный руководитель доцент Гусева М.А.

Кафедра Художественного моделирования, конструирования и технологии швейных изделий

Мех нутрии, как материал для изготовления одежды, принадлежит к группе дорогих и роскошных. Изготовление швейных изделий из шкурок нутрии имеет древнюю историю, начиная с эпохи средневековья. В те времена этот вид пушнины был одним из наиболее ценных. Одежду, отделанную мехом нутрии, носили члены королевских семей и высшее

знатное общество. В 19-20 веках шубы из нутрии стали популярным предметом гардероба среди богатых людей в США и Европе. Однако со временем меховая одежда теряет свой первоначальный вид из-за износа, повреждений, или просто выходит из моды. Реставрация мехового полотна может стать единственным способом сохранить потенциал изделия. Инновационным направлением в реставрации является редизайн, т.е. перекрой и трансформация старого изделия в новое. Мех устаревшего пальто можно использовать для изготовления полупальто, жакета, жилета, шарфа, или отделки изделия из текстиля (воротник, манжеты, карманы, опушь). При этом для выбора наиболее подходящего типа изделия, необходимо учитывать особенности повреждений структуры волосяного покрова меха.

Процесс реставрации мехового изделия начинается с оценки состояния волосяного покрова, кожаной ткани и подкладки, определения необходимого объема работ. Если волосяная поверхность меха имеет мелкие повреждения или потертости, то реставрация может ограничиться чисткой и обработкой специальными средствами, а процесс восстановления дыр и проплешин на поверхности будет заключаться в устранении дефектов прорезкой. Если же повреждения более серьезные, то необходимо провести ремонт или замену отдельных частей меховой одежды, подкладки или креплений. В настоящее время при реставрации меховой одежды широко используются новые технологии и материалы, которые позволяют сохранить не только исходный вид, но и улучшить его. Например, может быть добавлена дополнительная прокладка, которая защитит от протирания и увеличит срок эксплуатации изделия.

При выборе способа переработки меха важно помнить о том, что использование бывших в употреблении меховых изделий для создания новой модной одежды – это экологичное и экономически перспективное решение, позволяющее сократить неоправданную утилизацию меха. Кроме того, новое меховое изделие может стать настоящим украшением гардероба и подарить новую жизнь старой шубе.

ИССЛЕДОВАНИЕ РАСТЯЖИМОСТИ ТРИКОТАЖНЫХ ПОЛОТЕН ТРЕТЬЕЙ ГРУППЫ

Гришина Е.Д., Яковишена М.А., гр. ЛКШ-121

Научный руководитель доцент Мурашова Н.В.

Кафедра Художественного моделирования, конструирования и технологии швейных изделий

Люди, в своей массе, имеют разные геометрические размеры. У разных людей один и тот же размерный признак фигуры может отличаться

колоссально. Если мы говорим о таких трикотажных изделиях, как колготки, то один и тот же размер будет по-разному сидеть на моделях. Например, у одной из них длинные и худые ноги, а у другой – короткие и полные. В таком случае, на ноги каждой из девушек будет своя степень компрессии. Степень давления изделия тесно связана с растяжимостью трикотажа. Эта проблема важна не только с точки зрения производства швейных изделий, но и медицинской.

Целью работы стало изучение растяжимости трикотажных полотен третьей группы растяжимости. Трикотаж – это гибкое текстильное полотно или изделие различной формы, изготовленное путем вязания с образованием петель из одной или многих нитей. Элементом структуры трикотажа является петля. Формируется трикотажное полотно на трикотажно-вязальных машинах разных типов. Растяжимость (R) – отношение удлинения элементарной пробы при приложении к ней нагрузки в 6 Н (l_n) к половине ее начального периметра (P_0), выраженное в процентах. Полотно в зависимости от растяжимости по ширине при нагрузке 6 Н подразделяют на три группы: I – с растяжимостью от 0% до 40%, II – от 41% до 100%, III – св. 100%.

В качестве объекта выбраны образцы чулочно-носочных трикотажных полотен из полиамидных (83%) волокон и эластана. При приложении стандартной нагрузки в 6 Н по длине образцов удлинение составило 105-120%, а при приложении нагрузки по ширине полотна соответственно 87-102%. В противоположном направлении при этом произошло укорочение размера пробы на 26-37%.

По результатам эксперимента установлено, что при нагрузке меньше разрывной образцы чулочно-носочных изделий увеличиваются более, чем на 100%, а, при увеличении длины изделия, их ширина уменьшается. Соответственно, при пошиве трикотажных изделий необходимо учитывать изменчивость размерных характеристик полотна при растяжении. Также необходимо учитывать телосложение пользователя чулочно-носочных изделий, ведь для людей долихоморфного типа телосложения требуется больше прибавка по длине изделия, а для мезоморфного – по ширине.

АНАЛИЗ ВОСТРЕБОВАННОСТИ ЖЕНСКОЙ ОДЕЖДЫ ИЗ ИСКУССТВЕННОГО МЕХА

Котылёва А.П., Гришина А.С., гр. ЛТХ-19

Научный руководитель доцент Гусева М.А.

Кафедра Художественного моделирования, конструирования и технологии швейных изделий

Потребительская популярность одежды из искусственного меха (ИМ) во многом растет благодаря активному продвижению на массовый рынок брендовой продукции, позиционированной как «лучшая и гуманная альтернатива натуральному меху». Первопроходцами инициатив animal friendly стали дизайнеры Стелла Маккартни, Calvin Klein, Vivienne Westwood, Tommy Hilfiger и Ralph Lauren. За последние годы к ним присоединились другие мировые компании, публично заявляющие, что отказываются использовать натуральный мех и кожу редких животных. Инициативы поддерживают, как модные марки (Hugo Boss, Armani, Gucci, Tom Ford), так и торговля. Крупнейшая сеть американских универмагов «Macy's Inc. & Yoox Net-A-Porter Group» объявила, что полностью отказывается от продажи изделий из натурального меха. В мировой индустрии моды ИМ пользуется все большей популярностью у мировых дизайнеров, британская сеть магазинов TopShop написала на входе каждого своего магазина «Весь наш мех искусственный!».

Анализ востребованности модной женской одежды из искусственного меха проведен среди целевой аудитории – работающей молодежи, в возрасте от 18 до 35 лет. Анкетированием установлено, что свыше 70% респондентов покупают одежду из ИМ в магазинах среднего сегмента и масс-маркетах 50%, и малая часть в магазинах люкс и эконом. За последнее десятилетие изменились силуэтные формы и объемы одежды из ИМ, наблюдается ежегодное обновление композиционных решений изделий. Наиболее востребован ИМ на трикотажной основе, обладающий большей мягкостью и пластичностью. Анализ факторов, стимулирующих производство одежды из искусственного меха, позволил выделить наиболее весомые: 1) запрет правительствами многих стран охотного промысла на определенные виды животных; 2) формирование в сознании потребителей постулата, что искусственный мех является эффективной альтернативой меху животных, стоимость изделий из него невысока, что способствует насыщению рынка бюджетной одежды; 3) внедрены технологии производства ИМ из переработанных отходов, что положительно влияет на экологию; 4) процесс производства ИМ в значительной степени автоматизирован, что значительно экономит затраты. Производство

искусственного меха, как представителя синтетического текстиля, обладает высоким потенциалом импортозамещения и динамично растет.

ОРНАМЕНТ В НАЦИОНАЛЬНОМ УДМУРТСКОМ КОСТЮМЕ

Белослудцева А.К., гр. ЛКШ-119

Научный руководитель доцент Бутко Т.В.

Кафедра Художественного моделирования, конструирования и технологии швейных изделий

Образы национальных костюмов и их элементы все чаще используются в качестве источников вдохновения для современных коллекций. Используя актуальные модные направления и уникальные, аутентичные особенности этнически сложившихся образов, отражающих видение мира того или иного народа, возможно прийти к новым художественным формам костюма. Рассматривая национальный удмуртский костюм, можно выделить следующие особенности: региональное разнообразие, многослойность, наличие и сочетание в ансамбле различных элементов отделки. Неотъемлемой частью отделки, известной с древних времен, является орнамент. Орнаментика содержала в себе знаки и символы, обладающие собственной семантикой, оберегающие и защищающие носившего наряд его обладателя от несчастий. Украшая одежду, орнаментальная отделка изготавливалась с применением кропотливого ручного труда и использованием художественно выразительных материалов. На всех изделиях многослойного удмуртского костюма присутствовала вышивка: богато орнаментировался грудной разрез рубах и платьев, выполнялась узорная отделка рукавов. Фартуки, головные уборы, пояса и даже чулки содержали орнамент и узоры. Преобладающим видом орнамента в удмуртском народном костюме был геометрический и растительный. Так как удмурты почитали духов природы, изображения всегда так или иначе отражали это видение, известны такие геометрические узоры как «крылья утки», «огненный узор», «макушка ели», составленные из сочетания полос, ромбов и треугольников. Из растительных мотивов часто изображались цветы шиповника, ветви сосны, деревья со знаком солнца вместо кроны.

Исследование мест расположения орнамента в национальном костюме; вариантов цветовых сочетаний, определяемых территориальными различиями; изобразительных элементов, отражающих исторически складывающуюся духовную культуру удмуртского народа; семантического смысла элементов орнамента; разнообразных материалов и технологий исполнения орнаментальной отделки исторического удмуртского костюма послужило основой для разработки эскизного проекта стилизованных

образов женских современных моделей с использованием удмуртских национальных традиций. Модели планируется декорировать орнаментальной отделкой, для чего разработан эскиз авторского орнамента, несущий в себе семантический смысл, и отражающий назначение костюма.

АНАЛИЗ ВАРИАНТОВ СОЧЕТАНИЯ В ОДЕЖДЕ КАРАКУЛЯ С ДРУГИМИ ВИДАМИ МЕХА

Шубина М.В., гр. ЛТХ-120

Научный руководитель доцент Гусева М.А.

Кафедра Художественного моделирования, конструирования и технологии швейных изделий

Каракулевы пальто, жакеты или жилетки изготавливают из меха ягнят овец каракулевой породы. Этот мех высоко ценится по нескольким причинам: он износостойкий, очень теплый и выделяется оригинальной фактурой поверхности. Каракуль настолько комбинаторный материал, что в сочетании его с другими видами меха и разнообразными материалами получаются великолепные роскошные изделия. Анализ вариантов сочетаний каракуля с другими видами меха показал, что наиболее часто в изделиях декорируют пушшиной воротник или капюшон, манжеты или опушь по краям деталей. Наиболее часто каракулевы пальто украшают вставками из меха норки, лисицы, енота, песца, куницы. Пальто, жакеты и жилетки из каракуля актуальны и в зимние холода, и в межсезонье, поэтому дизайнеры совмещают в одном изделии всевозможные варианты.

Мех для комбинирования с каракулем выбирают или в тон изделию, или на несколько оттенков светлее/темнее. Для комбинирования применяются меха разных пород и отделки. Соединение различных видов меха остается модным и в предстоящем сезоне, но комбинировать их нужно аккуратно, подбирая сочетаемые детали по цвету и длине волосков; наиболее красивы комбинации с длинноволосым волосяным покровом, придающие изделию роскошный вид.

Выразительные оттенки, большой объем и опушенность уместны для отделки воротниковой зоны, капюшона, манжет. Окантовка краев актуальна для укороченных моделей силуэтов трапеция и «кокон». Каракулевы пальто классического прямого покроя будут смотреться интересными, если в верхней части изделий использовать гладкий мех, например, куницы. Необычно выглядят пышные накладные карманы из длинноволосых видов (песец, лисица, рысь, енотовидная собака) или целые части изделий – рукава или капюшон.

Кроме красоты и долговечности, мех каракуля намного лучше любого другого вида сопротивляется разрушительным внешним климатическим

воздействиям. Волосяной покров стойко переносит дождь, ветер и снег. Каракуль легко поддается чистке и окрашивается в разные цвета, что с успехом используют для создания ярких и оригинальных моделей одежды.

РАЗРАБОТКА ГОРНОЛЫЖНОГО КОМБИНЕЗОНА ДЛЯ ДЕТЕЙ МЛАДШЕГО ШКОЛЬНОГО ВОЗРАСТА

Рыбакова А.С., гр. ЛКШ-120

Научный руководитель профессор Гетманцева В.В.

Кафедра Художественного моделирования, конструирования и технологии швейных изделий

Основные направления и задачи перспективного развития швейной промышленности состоят в улучшении качества изделий, соответствии их современным модным течениям, в расширении ассортимента швейных изделий, а также в упрощении и ускорении производства путем внедрения новых технологий. Разнообразие ассортимента детской одежды сейчас является актуальной задачей легкой промышленности, так как с каждым годом возрастают требования потребителей к эстетическим и гигиеническим свойствам изделий. Практически каждый сезон меняются предпочтения потребителей в конструкции, крое изделия, в применяемых материалах, помимо этого, стремительно развиваются технологии в отрасли швейной промышленности, появляются новые материалы, меняются способы проектирования моделей, процесс производства упрощается, но вместе с тем одежда становится гораздо интереснее и сложнее.

Цель работы – рациональное проектирование наиболее удобной и практичной конструкции детского горнолыжного комбинезона, удовлетворяющего также эстетическим требованиям потребителей. Для достижения цели, на начальном этапе необходимо изучить актуальные модели костюмов, предлагаемые на рынке товаров и проанализировать факторы, влияющие на модельные особенности комбинезона; разработать технические эскизы и техническое описание на изделие и спроектировать модельную конструкцию комбинезона. В результате анализа моделей был выявлен ряд особенностей детских комбинезонов для горнолыжного спорта: дополнительная защита низа рук и ног удлинением деталей, защита горла высоким воротником и капюшоном; манжеты, выполняющие так же роль перчаток, под основным материалом; большое количество карманов спереди и сзади; вентиляционные отверстия в области подмышек и бедер; светоотражающие полосы; лаконичность конструкции; специальный карман на рукаве для SKIPAS.

К ВОПРОСУ УПРАВЛЕНИЯ КАЧЕСТВОМ В ПРОИЗВОДСТВЕ МУЖСКОЙ ВЕРХНЕЙ ОДЕЖДЫ

Шергин А.Р., гр. МАГ-К-321

Научный руководитель доцент Бутко Т.В.

Кафедра Художественного моделирования, конструирования и технологии швейных изделий

В настоящее время большинство марок и брендов швейных и трикотажных изделий, а также обуви и аксессуаров имеют в своей структуре линии и подбренды продукции с отличным от основного ассортимента классом качества изделий. Так, многие Дома высокой моды имеют, например, линии «Джинс», представляющие продукцию с более низким классом качества. Некоторые бренды имеют даже несколько линий с немного отличающимися классами качества. Но не только зарубежные люксовые бренды имеют подобное структурное деление. Среди отечественных марок одежды тоже присутствуют подобные практики. Среди них такие предприятия как Большевичка, Сударь, Truvor, Синар. Подобная практика позволяет не только охватить большую часть рынка и потребителей, а, соответственно, получать больше прибыли, но и показать своеобразную политику инклюзивности отношения марки (бренда) к различным группам потребителей, что высоко ценится среди населения.

В настоящее время отсутствует утвержденная, систематизированная и полностью понятная система разделения не только приемов и способов такого деления брендов на суб-бренды, но и до конца сформированная система оценивания классовости продукции, которая, в свою очередь, имеет довольно размытые рамки в своей классификации. Именно поэтому существует необходимость разработки систематизированного алгоритмического перечня принципов, за счет которых появляется возможность перевода изделия из одного класса качества в другой за счет изменения составляющих характеристик изделия, таких, например, как конструкция, технология обработки, используемые материалы и т.п., а также формирования четкого разделения продукции швейной промышленности на классы качества. Вышеперечисленное позволит лучше понимать производителям одежды, как проектировать, производить и реализовывать свою продукцию, лучше понимать свою целевую аудиторию, ее желания и потребности. Решение этой задачи позволит затрачивать меньше времени на разработку ассортимента изделий, финансовых ресурсов на апробацию различных гипотез, определяющих композицию востребованных характеристик изделий, ориентированных на различные группы потребления.

АНАЛИЗ ВИЗУАЛЬНОЙ И МЕТРИЧЕСКОЙ ИНФОРМАЦИИ ДЛЯ ГЕНЕРИРОВАНИЯ АВАТАРА ЖЕНСКОЙ ФИГУРЫ С ИЗЛИШНИМ ВЕСОМ

Шаршова А.С., гр. МАГ-К-221

Научный руководитель доцент Гусева М.А.

Кафедра Художественного моделирования, конструирования и технологии швейных изделий

В последнее время намечается тенденция дестигматизации полных женщин и изменение отношения к телесности в целом. Согласно официальной статистике, телосложение каждой пятой женщины в мире относят к категории plus-size, а каждой седьмой – к hyper-size. На телосложение женщин с излишней полнотой непосредственно влияет распределение жировых отложений. Полнота не только снижает жизненный тонус, но и осложняет формирование модного образа. В современный модный период многие ведущие Дома Моды приглашают на показы пышнотелых манекенщиц. При этом, основой рекламных акций становятся «стройнящие свойства товара», акцентирующие внимание потребителей на важность коррекции телосложения, а не на необходимость развития индустрии модных вещей для корпулентных потребителей. Фактором, тормозящим развитие индустрии одежды для полных женщин, является ограничение в производстве изделий размерами свыше 54, поскольку это приводит к удорожанию производства.

Женщины, генетически предрасположенные к набору мышечной и жировой массы, всегда испытывали трудности в подборе одежды на протяжении всего развития моды. На форму тела современной полной женщины влияет локализация и степень развития жировых отложений. Анализ очертаний тел полных женщин показал, что при чрезмерной локализации подкожно-жировой массы, формируются новые, опорные для одежды, участки. Сложный рельеф корпулентных тел обуславливает необходимость введения в конструкции стана и рукава дополнительных членений и выточек, причем для адекватности огибания конструктивными элементами «проблемных» зон необходимо изменить типовую конфигурацию швов.

Выявлена необходимость исследования дополнительных размерных параметров женских фигур, таких как месторасположение и толщина жировых складок, для адекватности конструктивного решения проектируемой одежды. Разработана программа измерений корпулентных тел, включающая высоты, обхватные и проекционные измерения. Экспериментально определены величины некоторых дополнительных размерных параметров, позволяющих классифицировать полные женские фигуры в группы plus-size и plus-size.

АНАЛИЗ ПРИНЦИПОВ ПОСТРОЕНИЯ СЕРИИ МОДЕЛЕЙ ЖЕНСКИХ ПЛАТЬЕВ

Симонян А.Г., гр. МАГ-К-222

Научный руководитель доцент Бутко Т.В.

Кафедра Художественного моделирования, конструирования и технологии швейных изделий

Серия моделей швейных изделий представляет собой совокупность изделий, объединенных единством формы и содержания. Она строится на основе общей стилистической идеи, концепции, которая закладывается в основе ее создания и определяется художественно-тематическим замыслом. При создании серии моделей необходимо учитывать композиционное единство с композиционным центром, сохранение эстетического баланса всей серии и каждого образа в отдельности. Важным условием включения моделей в серию является схожее технологическое выполнение для оптимизации производства. Предварительной задачей разработки серии моделей является определение целевой аудитории, для которой будет предназначена проектируемая серия моделей одежды. Исследование принципов построения предпринято в связи с задачей проектирования серии женских платьев с использованием отделки национальным армянским игольным кружевом.

В России 2022 год объявлен Годом культурного наследия народов России. Изучение истоков, сохранение культурных традиций, памятников истории, культурной самобытности всех народов и этнических общностей, их отражение в современных объектах, является основой для популяризации в мультикультурном российском обществе, а также источником для поиска и реализации творческих проектов в воспитании специалистов креативных профессий.

На основе изучения принципов построения структуры серий моделей одежды для проектируемой серии в числе приоритетных приняты следующие: идейно-тематическое единство моделей одежды на основе решения задачи возрождения традиций национального армянского игольного кружева; определение в качестве композиционного центра отделочных деталей игольного армянского кружева в качестве отделки; разработка серии моделей женских платьев на основе конструктивной и технологической преемственности, обеспечивающей сокращение затрат времени на разработку проектно-конструкторской документации и переналадку технологического оборудования; достижение визуального художественно-композиционного разнообразия при минимальных затратах на переработку базовой конструкторской и технологической документации;

обеспечение эксплуатационной экономичности при уходе за изделием со столь деликатной отделочной деталью.

ВИДЫ БАХРОМЫ ДЛЯ ОТДЕЛКИ БОГОСЛУЖЕБНЫХ ОБЛАЧЕНИЙ ДУХОВЕНСТВА

Любакова А.В., гр. ЛТШ-119

Научный руководитель доцент Холоднова Е.В.

Кафедра Художественного моделирования, конструирования и технологии швейных изделий

В каждом комплекте богослужебного облачения духовного лица и на предметах церковного убранства из текстиля присутствует отделка бахромой. В церковной символике бахрома и кисти, напоминая оперение птиц, являются символом того, что облачение есть образ ангельских, небесных одежд, от которых исходит сияние лучей света, поэтому чаще всего используют металлизированную отделку. Виды этой отделочной тесьмы разнообразны и отличаются разными свойствами. Условно бахрому можно разделить на три вида: с концами в виде петель, с обрезанными концами и с кручёными концами. В храмовом интерьере и облачениях практически не используют бахрому с концами в виде петель, так как за неё может зацепиться какой-либо предмет, и тогда изделие с бахромой может сместиться, что иногда является недопустимым для освящённых вещей. У бахромы с обрезанными концами при эксплуатации изделий концы отделки раскручиваются и спутываются. При утюжке под действием высоких температур пряжа металлизированной бахромы теряет целостность: обвивающая сердечник декоративная нить раскручивается. Отделочный элемент с кручёными концами выглядит менее эффектно, чем пушистая бахрома с обрезанными концами, но обладает более надёжными эксплуатационными свойствами.

Кроме металлизированной бахромы облачения декорируют металлической бахромой, которая обладает повышенной жёсткостью и способна окисляться под действием внешней среды. Ещё один вид этого отделочного элемента – металлическая канительная бахрома, её «ресницы» скручены из канители. У такой отделки самый эффектный внешний вид, но эксплуатация изделий требует повышенной аккуратности, так как канительная нить при зацепках вытягивается. Закрепление «ресниц» в основе не всегда прочное, и не смотря на высокую стоимость, такая бахрома недолговечна. Ею рекомендуется декорировать плащаницы, которые используют на богослужениях один раз в году.

При выборе бахромы для отделки облачений следует обращать внимание на вид основания. Ажурное основание не должно цепляться за

различные предметы, предпочтительнее выбирать отделку с нешироким краем плотного плетения. Если основа бахромы не создаёт декоративности, её можно скрыть под нашитым сверху галуном. Таким образом, анализ видов бахромы показал, что для облачений целесообразно использовать кручёную металлизированную бахрому с декоративным плотным основанием.

АНАЛИЗ ХАРАКТЕРИСТИК КОМБИНИРОВАННЫХ ИЗДЕЛИЙ ИЗ МЕХА

Талызин А.П., гр. ЛТХ-119

Научный руководитель профессор Зарецкая Г.П.

Кафедра Художественного моделирования, конструирования и технологии швейных изделий

Использование различных комбинаций материалов верха стало одним из ведущих современных трендов в одежде. Особенно привлекательным считается наличие в изделии нескольких материалов верха с разными фактурами, например, сочетание меховой овчины с кожей, тканью, искусственным мехом, шерстяным драпом, джинсовой тканью. Очевидно, что на выбор материалов для комбинирования влияют многие факторы. В первую очередь оказывают влияние эстетические, физико-механические и геометрические характеристики выбранных материалов, условия эксплуатации будущего изделия. Целью проведенного исследования являлось изучение влияния опыта разработчика на характеристики проектируемой модели. Для достижения цели проведен сравнительный анализ характеристик проектируемого изделия, выбранных двумя группами разработчиков. В первую группу входили студенты профильных специальностей, обучающиеся на старших курсах Технологического института текстильной и легкой промышленности. Вторая группа включала преподавателей кафедры Художественного моделирования, конструирования и технологии швейных изделий. Обработка данных проводилась по методике экспертного вопроса. В ходе исследования выявлялись предпочтения экспертов при выборе следующих характеристик проектируемого изделия: вид основного материала, комбинируемого с меховой овчиной; виды подкладки, утеплителя, фурнитуры для данного изделия; места расположения элементов из меха на поверхности изделия. Исходя из результатов опроса в каждой группе сформировалось свое описание модели для последующей разработки конструкции и технологии изготовления. Студенты предлагают проводить разработку следующей модели – куртка из натуральной замши, комбинированной с меховой овчиной, с утеплителем «Альполюкс» и с подкладкой из вискозы, с

застежкой на тесьму молнию, с отделкой меховой опушкой по воротнику, низу изделия, борту. Преподавателями предложено разрабатывать модель куртки из натуральной кожи, комбинированной с меховой овчиной, с подкладкой из полотна, стеганого с утеплителем Альполюкс, с застежкой на тесьму молнию или пуговицы, с отделкой меховой овчиной по воротнику, низу рукава, борту. Таким образом, выявлено, что большой опыт предыдущих разработок влияет на выбор характеристик нового изделия. Для повышения оригинальности изделий целесообразно привлекать к проектированию новых моделей молодых специалистов.

ПРИМЕНЕНИЕ ГРАФИКИ CLO3D В ПРОЕКТИРОВАНИИ ШВЕЙНЫХ ИЗДЕЛИЙ ПРОСТЫХ ФОРМ

Гусаров Г.М., гр. КШК-320

Научный руководитель доцент Чижова Н.В.

Кафедра Художественного моделирования, конструирования и технологии швейных изделий

Немаловажным требованием рынка одежды к предприятиям легкой промышленности является мобильность, эффективность и качество проектирования. Стремительный технический прогресс, насыщение рынка товарами, быстрая сменяемость моды привела к формированию новых требований потребителей к ценовому и модельному разнообразию одежды. Проектирование конструкций одежды, процесс затратный и трудоемкий. Для отработки конструкций на показатели качества требуется неоднократное изготовление макетов и образцов проектируемых изделий, что не позволяет выполнять сквозное автоматизированное проектирование. Реализация новых задач стала возможной с применением САПР с модулем визуализации, например, CLO3D.

Первым этапом проектирования одежды в виртуальной среде является выбор и загрузка аватара. Выбранный аватар визуализируется в 3D-окне. Для качественной посадки конструкции модели швейного изделия, базовый аватар возможно подогнать по размеру и росту в соответствии с размером и ростом манекена. Виртуальный макет в программе CLO3D возможно создать при наличии: 3D-модели и чертежа конструкций. Если генерирование 3D-модели осуществлялось сканированием, а построение чертежа выполнено в программе 2D САПР, то перед созданием виртуального макета необходимо выполнить импорт 3D модели и чертежей.

Подготовка лекал для «Одевания» на 3D-модель в программе CLO3D заключается в том, чтобы указать швы соединения деталей. Для этого в Окне Деталей (Pattern Window) используются следующие инструменты: «свободное сшивание» и «сшивание по сегментам». Виртуальная примерка

позволяет сократить количество натуральных примерок, визуально отработать формообразование, оценить пространственную форму модели. Если результат «Одевания» изделия на 3D-модель неудовлетворительный, то необходимо повторить процесс «Одевания» с использованием команд «Симуляция», «Сбор 3D расположения», «Выбор/Перемещение». Виртуальная примерка изделия в программе CLO3D осуществляется визуально, результат зависит от профессионализма конструктора, выполняющего виртуальную примерку изделия.

ВОЗМОЖНОСТИ ИНСТРУМЕНТАРИЯ CLO3D В МОДЕЛИРОВАНИИ НОВЫХ ШВЕЙНЫХ ИЗДЕЛИЙ ПРОСТЫХ ФОРМ

Мастеркова Т.В., гр. КШК-119

Научный руководитель доцент Гусева М.А.

Кафедра Художественного моделирования, конструирования и технологии швейных изделий

Оптимизировать этапы эскизирования и конструктивно-технологической подготовки модели меховой одежды к запуску в производство можно с помощью применения интерактивных технологий проектирования в среде графических симуляторов макетных, образцов моделей работ или создания цифровой одежды. В качестве одной из эффективных специализированных САПР, отличающейся перспективным интеллектуальным и автоматическим производством, позволяющим выполнять симуляцию примерок проектируемых изделий с учетом свойств выбранных материалов, моделирование фактических физических тканей можно выделить программное обеспечение CLO3D.

Программа состоит из модулей: 1) двухмерный традиционный для плоских чертежей; 2) модуль трехмерного виртуального аватара, с возможностью адаптации типовой фигуры по индивидуальным параметрам; 3) модуль трехмерной ткани, включающий редактируемые виртуальные материалы с различными свойствами, 4) модуль виртуального моделирования трехмерного в реальном времени, который может объективно и субъективно оценивать эффекты примерки одежды на назначенном аватаре.

Цель исследования – построение в САПР CLO3D трехмерной модели швейного изделия простой формы – мешка для ног. Моделирование выполнено в следующей последовательности действий: генерирование аватара; создание чертежа; трехмерный пошив; внесение тканей; виртуальная симуляция и оценка посадки; правка и готовая одежда; оформление лекала; общее внесение коррекции. Моделирование

композиции модели и в режиме реального времени осуществлено инструментами Object Browser, Physical Property, Information/material. Корректирование формы и уточнение габаритов виртуального аналога швейного изделия и размерных признаков ноги аватара выполнено инструментами программы: Basic Circumference Measurement (измерение обхватов аватара), Basic Tape Measurement (измерение длин).

На этапе первичного макетирования применена технология цифровой примерки проектируемого изделия. В трехмерной графической среде CLO3D проведен поиск объема и модельного решения чехла для ног, нанесены формозадающие членения. Натурная примерка показала идентичность формы.

РАЗРАБОТКА КОЛЛЕКЦИИ ВЕРХНЕЙ ЖЕНСКОЙ ОДЕЖДЫ

Ахмадеева А.Р., гр. ЛКШ-119

Научный руководитель ассистент Копылова М.Д.

Кафедра Художественного моделирования, конструирования и технологии швейных изделий

В связи с уходом многих иностранных брендов увеличился спрос на различные виды одежды, в особенности на женскую верхнюю одежду. Целью данной работы является разработка коллекции верхней одежды, а именно разработка коллекции моделей пальтовой группы.

На первом этапе проводился анализ тенденций сезона осень-зима 2022-2023 на основе пятнадцати коллекций известных брендов. Следующим этапом являлся сбор мнений потребителей о верхней одежде – целевой аудиторией являлись женщины младшей и средней возрастных групп, проживающих в мегаполисе или крупном городе. По результатам опроса и анализа тенденций выявлены основные характеристики верхней одежды сезона 2022-2023: классический стиль; прямой или полуприлегающий силуэт, покрой рукава втачной либо реглан; основная цветовая гамма – темная, возможны акценты.

На основании проведенных исследований составлена коллекция моделей верхней одежды. Далее из эскизного ряда на основании наибольшего соответствия потребительским предпочтениям отобрана модель для проектирования. Она выбрана по причине наибольшего соответствия потребительским предпочтениям: полуприлегающий силуэт, рукав реглан мягкой формы, средний объем рукава, присутствие карманов, возможность наличия пояса или манжет, использование воротников типа шалевый; многослойность.

Для разработки базовой конструкции (БК) использована методика ЕМКО СЭВ на фигуру с типовыми размерами 164-92-98 (II). Размерная

характеристика фигуры взята из ГОСТ 17522-72. Базовая конструкция апробирована в макете. Далее, на основе уточненной БК проектировалась в соответствии с техническим эскизом модельная конструкция. Для качественной оценки макета МК был проведен эксперимент с пятью экспертами. В результате эксперты оценили качество посадки макета по заданным критериям – макет выполнен на 4.72 балла из 5 возможных. По заключению экспертов необходимо обратить на соразмерность прибавки по линии бедер, по линии талии и соразмерность пелерины. Данные корректировки внесены в МК, получен уточненный чертеж МК.

В результате работы разработана коллекция верхней женской одежды в классическом стиле. Коллекция соответствует тенденциям актуального сезона и потребительским предпочтениям.

ИЗ ИСТОРИИ ЖЕНСКОГО БРЮЧНОГО КОСТЮМА

Зезюля Р.В., гр. МАГ-К-321

Научный руководитель доцент Гусева М.А.

Кафедра Художественного моделирования, конструирования и технологии швейных изделий

Есть вещи, которые женщины давно позаимствовали из мужского гардероба и успешно носят много десятилетий подряд. Таким изделием является строгий брючный костюм. Неотъемлемый атрибут деловой женщины, брючный костюм стал бесспорным символом стиля, и занял почетное место среди других нарядов. Сегодня невозможно даже вообразить, что когда-то брючный костюм на женщине являлся нарушением всех норм приличия. Впервые брюки в женский гардероб ввела Коко Шанель. Позднее, в 30-ые годы XX века, популяризацию брючного костюма приписывают Марлен Дитрих. Во многих своих ролях Марлен появлялась именно в брючных ансамблях мужского стиля. Поклонницей брючных костюмов была Кэтрин Хэпберн – звезда американского кино 50-х годов. В 60-ых брючные костюмы пережили стремительный расцвет. Андре Курреж вывел на подиум манекенщиц в узких брюках, а Ив Сен-Лоран предложил вечерний женский брючный костюм, его элегантная интерпретация смокинга была воспринята публикой как реальная альтернатива женской деловой одежде того периода. В 80-ые годы XX века женский брючный костюм стал для многих дам основой гардероба. В брюках ходили на работу, в кино, театры и другие общественные места. В текущий период классический брючный костюм также любим женщинами.

Анализ модных тенденций показал, что приметой мужского стиля в современном женском брючном костюме стали: длина жакета (до линии бедер и слегка ниже), силуэт (полуприлегающий и прямой), наличие

прорезных боковых карманов с клапанами и асимметричного нагрудного кармана с листочкой, спрямленная и слегка расширенная линия плеч за счет введения плечевой накладки. В качестве главных композиционных особенностей брюк отмечают тенденцию к смешению стилей; включение в образ отдельных элементов, ассоциаций и образных решений; контрасты из ретродеталей и современных материалов.

Маркетинговый анализ, проведенный на базе авторитетного сайта о моде style.com, показал наличие максимального количества предложений именно на этот вид ассортимента. Каждый показ на неделях моды Нью-Йорка, Парижа, Милана и Лондона включал модели классических женских брючных костюмов, например от Armani, Calvin Klein, Max Mara, Yves Saint Laurent, Ralph Laurent, Stella Mc Cartney, что подтверждает актуальность и востребованность данного вида одежды среди потребителей.

ОСОБЕННОСТИ ПРОЕКТИРОВАНИЯ ПОВАРСКОГО КИТЕЛЯ

Скрыль М.К., гр. ЛКШ-219

Научный руководитель профессор Петросова И.А.

Кафедра Художественного моделирования, конструирования и технологии швейных изделий

Поварская одежда является очень востребованной на рынке и должна в полной мере соответствовать многочисленным требованиям, таким как комфортность, гигиеничность, функциональность, эстетичность, мода, практичность, отражение стиля заведения. Поварской китель или поварская куртка – это верхняя часть униформы. В основном китель имеет прямой или полуприлегающий силуэт со смещенной бортовой застёжкой, длиной до линии бёдер. При разработке поварского кителя используются материалы с высокими гигиеническими, воздухопроницаемыми, антибактериальными, влагостойкими свойствами, а также с покрытием слоем ПВХ и полиуретана, за счёт чего материал отталкивает загрязнения и капли воды. Одно из главных требований к кителю это его комфортность в условиях кухни. Выявлен перечень размерных признаков, которые нужно измерить в статическом и динамическом положении для расчета динамических прибавок на свободу движения. К таким признакам относятся следующие признаки: ширина спины, длина рукава, высота проймы, длина спины до талии, длина туловища по боковой поверхности от линии бёдер до подмышечной впадины. Таким образом на спинке добавляется встречная складка для большего удобства движения, корректируется длина рукава и самого кителя, проектируются разрезы по боковым швам, подбирается удобный вид рукава, широко используются трансформирующиеся элементы, предназначенные для предотвращения от пота и загрязнений,

например, съёмные элементы воротника, ластовицы, съёмные и многосекционные карманы.

Для разработки коллекции поварской одежды проведено анкетирование, с целью уточнения потребностей потребителя. В результате исследования выявлено что 27,3% опрошенных выбирают на кителе вставки из растягивающихся материалов; наибольшее предпочтение отдают застёжке на молнию (50,5%) и кнопки (40,4%) и лишь 9,1% выбрали магниты, что может быть связано с ценой, недостаточным качеством и редкостью использования такой застёжки в данной продукции. Около 77,8% поваров выбирают рукав с изменением длины и 55,6% используют застёжку как на левую, так и на правую стороны. Втачной покров рукава выбирают 60% и в основном это женщины, а 40% – реглан и в основном мужчины. Карманы требуются на рукаве, по бокам и нагрудный, чёрному цвету предпочтение отдают 57,1%, 50% выбирают цветной, 21,4% – белый и 28,6% – серый и синий.

РАЗРАБОТКА КОЛЛЕКЦИИ МУЖСКОЙ ОДЕЖДЫ

Брызгалова Т.С., гр. ЛКШ-219

Научный руководитель ассистент Копылова М.Д.

Кафедра Художественного моделирования, конструирования и технологии швейных изделий

Для разработки коллекции мужской одежды проведено анкетирование, в котором приняло участие 100 человек. В анкетировании принимали участие мужчины 20-25 лет, имеющие средний и высокий уровень дохода. По результатам опроса выявлено, что большинство мужчин предпочитают стиль в одежде – Casual. Из ассортимента предложенных вариантов одежды, 75% опрошенных отдали предпочтение куртке-бомбер, куртке-рубашке, брюкам и рубашкам. При выборе цветовой гаммы 68% опрошенных отдали предпочтение базовым цветам.

Анализ последних модных тенденций так же показал актуальность стиля Casual. Стиль Casual в сезоне 2023 на пике популярности, ведь он объединяет в себе лаконичность современного делового стиля, нейтральность и простоту минимализма, и оригинальность уличного направления. На основе проведенного анализа потребительского предпочтения разработаны мужские комплекты одежды в стиле Casual для мужчин младшего возраста лет.

Разработанная коллекция состоит из моделей мужских курток, брюк, рубашек. В основе разработки коллекции для мужчин взят стиль колор блок. Пропорции цветовых пятен, их ритмичное построение в моделях ясно и чётко воспринимаются глазом. В коллекции четко видна устойчивость во

всем композиционном строе, прослеживается геометрическая основа силуэта. В тоже время можно заметить динамичность – за счет конструктивного членения изделий.

Для проектирования базовой конструкции мужских изделий выбрана методика конструирования ЕМКО СЭВ т.к. она наиболее полно отвечает требованиям к конструкции изделия и предусматривает особенности конструирования одежды в условиях массового производства. Базовая конструкция построена на размер 182 – 96 – 78 и апробирована в макете. В ходе примерки были устранены дефекты, изменения перенесены в чертеж базовой конструкции и на основе измененного чертежа получена модельная конструкция.

Разработанная коллекция мужской одежды соответствует актуальным направлениям моды, функциональным, эстетическим, эргономическим гигиеническим и эксплуатационным требованиям к одежде.

РЕДИЗАЙН И АПСАЙКЛИНГ МЕХОВЫХ ИЗДЕЛИЙ

Швайбович А.В., гр. МАГ-К-321

Научный руководитель доцент Гусева М.А.

Кафедра Художественного моделирования, конструирования и технологии швейных изделий

На удовлетворение потребностей потребителей в красивой одежде направлены творчество дизайнеров моды и деятельность предприятий швейной отрасли промышленности. Доступность дешевой одежды приводит к затовариванию рынка и истощению природных запасов. Апсайклинг и творческая переработка бывших в употреблении вещей актуализируют идеологию бережного ресурсопользования. Появление нового тренда «апсайклинг (upcycling)», означающего вторичное использование материалов бывшей в употреблении одежды для изготовления абсолютно новых изделий улучшенного дизайна, обусловлено потребностью людей в желании эстетически преобразить свой облик.

С развитием меховой моды, восприятие обществом потребностей в меховом гардеробе многократно менялось. Натуральный мех, будучи износостойким материалом, позволяет длительно эксплуатировать одежду, следовательно, бывшие в употреблении вещи могут быть использованы для разработки совершенно новых изделий или креативной отделки. Анализ востребованности в России услуги редизайна меховой одежды показал, что потребители заинтересованы в преобразении как вещей с разрушенным волосяным покровом, так и старомодных изделий, качество меха которых сохранилось.

Нежелание людей расставаться с меховой одеждой обусловлено высокой стоимостью и восприятием изделий из меха как предметов роскоши, обладающих повышенными эстетическими свойствами. Экспресс-опрос среди целевой аудитории показал, что в настоящее время востребован эстетический редизайн, т.е. кардинальное изменение композиции и формы изделия. Эффект достигается переключением ассортимента, изменением цвета и фактуры волосяного покрова. Наиболее креативный итог – разбор изделия на фрагменты, компоновка их в группы, сходные по качеству меха, и использование полученных полуфабрикатов в качестве деталей для аппликации или мозаичной инкрустации. По сути, речь идет о рациональном использовании меховых отходов, в том числе, о меховых лоскутах, сформировавшихся после реставрации или редизайна.

Реставрируя и обновляя дизайн одежды с использованием мехового лоскута, человечество сохраняет природные ресурсы, совершенствует этику потребления. Услуга по обновлению мехового гардероба с минимальными материальными затратами востребована широким кругом потребителей со средним и низким уровнем доходов.

АНАЛИЗ РАЗНОВИДНОСТЕЙ ФОРМ И ПАРАМЕТРОВ ОТДЕЛОЧНЫХ ДЕТАЛЕЙ «ОРИНУНО»

Олина М.М., гр. ЛКШ-119

Научный руководитель доцент Бутко Т.В.

Кафедра Художественного моделирования, конструирования и технологии швейных изделий

В настоящее время оригинальность моделей одежды занимает значимое место в создании образа. Для этого могут быть использованы различные методы, но самым популярным считается декорирование отделкой. Декоративные элементы, помимо придания образу индивидуальности, используются также как средство достижения равновесности композиции, создания целостного образа. Элементы отделки могут также решать технологическую задачу скрепления деталей, маскировки изношенных или дефектных участков изделия.

Популярным видом декоративных элементов в современном моделировании одежды являются отделочные детали «оринуно» – «оригами из ткани». Для создания элементов отделки применяются схемы различных размеров и конфигураций. Путем складывания они приобретают выразительную геометрическую или объемную форму. Размеры и формы деталей, пропорции их элементов имеют большое художественное значение, поскольку зачастую эти элементы используются в сложных составных композициях. Поэтому важно иметь информацию о площади

исходных заготовок, их параметрах, конфигурации в сопоставлении с размерами готовых деталей. Кроме того, эта информация необходима для планирования использования зон раскладки ткани для выбора типа отделочного элемента и определения составляющих будущей отделочной композиции.

Результаты проведенного исследования и освоения процессов изготовления отделочных элементов «оринуно» позволили отобрать схемы деталей разнообразных форм и размеров, сформировать таблицу, позволяющую видеть внешний вид отделочного элемента, параметры схемы и размеры готовой отделочной детали.

Проведенная систематизация форм и размеров отделочных деталей «оринуно» может быть предложена также для рационального использования текстильных материалов в виде концевых остатков при раскрое полотен и межлекальных выпадов раскладок. Конфигурация схем и параметры позволяют ориентировать их для использования в рамках образующихся межлекальных зон. Данные мероприятия, наряду с повышением художественного уровня изделий, позволяют значительно сократить количество текстильных отходов.

РАЗРАБОТКА МОДЕЛЬНОЙ КОНСТРУКЦИИ ЖЕНСКОГО КОМБИНЕЗОНА С ЭЛЕМЕНТАМИ ТРАНСФОРМАЦИИ

Василенко Е.А., гр. ЛКШ-219

Научный руководитель ассистент Копылова М.Д.

Кафедра Художественного моделирования, конструирования и технологии швейных изделий

В настоящее время продолжается тенденция на многофункциональные предметы одежды, в том числе и на женские комбинезоны с элементами трансформации. Проанализировав современные тенденции моды, найдены формы и силуэты одежды, материалы и стиль, которые использовались при разработке эскизного ряда женских комбинезонов. Среди разработанных моделей выбрана модель для проектирования.

Для того, чтобы лучше понять предпочтения потребителя проведено анкетирование. В опросе участвовали 50 человек, большинство из них в возрасте от 18 до 30 лет и проживают в городах. По эксплуатации отдано предпочтение в демисезонный и летний периоды, что говорит о том, что модель должна быть рассчитана на несколько сезонов. Лидирующим стилем для женского комбинезона стал стиль милитари, а материал – искусственная кожа. Изделие должно иметь достаточный объём, чтобы не сковывать

движения, при этом со сборкой по линии талии для лучшего прилегания по линии талии.

Проектирование базовых конструкций (БК) плечевого, поясного изделий и одношовного рукава производится на основе методики конструирования одежды ЕМКО СЭВ с помощью системы автоматизированного проектирования «Eleandr» на женскую фигуру 164-92-96. Базовые конструкции апробированы в макете.

При проектировании модельной конструкции (МК) женского комбинезона с элементами трансформации использованы следующие принципы моделирования: моделирование без изменения формы изделия, с изменением силуэта модели и изменение вида изделия (преобразование из базовых основ плечевого и поясного изделия в комбинезон). В качестве трансформации, использован метод присоединения-отсоединения, таких деталей как: рукава, баска, штанины для изменения длины изделия. Отсоединение и присоединение деталей происходит с помощью использования тесьмы-молнии.

Разработана модельная конструкция женского комбинезона с элементами трансформации, которая апробирована в макете. Примерка показала удовлетворительную посадку: конструктивные линии на месте, изделие не сковывает движения, а процесс трансформации не вызывает трудностей.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЭЛЕМЕНТОВ МУЖСКОГО КРОЯ В КОНСТРУКЦИЯХ ЖЕНСКОЙ ОДЕЖДЫ

Твабина А.А., гр. ЛКШ-219

Научный руководитель доцент Гусева М.А.

Кафедра Художественного моделирования, конструирования и технологии швейных изделий

Эволюция женского делового костюма является неотъемлемой частью в развитии истории костюма, а также тесно связана со свободой и отчуждением от патриархата. Неудобный корсет, огромное количество слоев ткани для юбок и шлейфов, использование кринолина и турнюра – все это является символом подчиненного положения женщины в обществе. Женский костюм очень сильно сковывал движения и даже вредил здоровью, что было полной противоположностью удобному мужскому костюму. Но с появлением активного отдыха, спорта и работы в жизни женщин, требовались и более комфортные костюмы, не мешающие движению.

В современном же мире мы видим очень сильное смешение женского и мужского гардероба: женственность смягчает мужскую моду, и наоборот: влияние мужского покроя придает женским деловым костюмам

элегантность и деловитость. Термин «unisex» в переводе с английского языка означает «один пол», то есть такие изделия одинаково подходят как мужчинам, так и женщинам. Универсальный подход к моделированию одежды стал началом в создании нового направления в одежде. Дизайнеры всё чаще создают гендерно-нейтральные коллекции. Интерес к подобной одежде растет как у потребителей, так и у производителей. Покупатели получают модную, функциональную и удобную одежду, в то время как бренды сокращают расходы на производство и продвижение, такие как: разработка единого дизайна моделей; выполнение коллекции для мужчин и женщин из одинаковых материалов; потенциальное увеличение целевой аудитории вдвое; реклама, которая ориентирована на две аудитории сразу.

Конструктивные особенности одежды в стиле унисекс – это объемная форма, прямой или полуприлегающий силуэт, отсутствие формообразующих элементов (вытачек и рельефов), мягкие складчатые формы, углубленные горловины и проймы, расширенная линия плеча. Основным принципом разработки унисекс одежды является объединение двух и более размеров и ростов внутри одной полнотной группы, которые можно скомпоновать, опираясь на объемную форму и конструктивные особенности изделия, для уменьшения количества БК «унисекс» одежды, использование определенных конструктивно-декоративных решений. Наиболее популярен стиль «унисекс» среди молодежи и подростков, что, с точки зрения психологов, является необходимой ступенью развития личности.

ФОРМИРОВАНИЕ АССОРТИМЕНТНОЙ СЕРИИ ЖЕНСКОЙ ОДЕЖДЫ В СТИЛЕ «CASUAL»

Гагарова А.Б., гр. ЛКШ-119

Научный руководитель доцент Бутко Т.В.

Кафедра Художественного моделирования, конструирования и технологии швейных изделий

Предприимчивые деловые женщины сегодня ведут активный образ жизни, поэтому в их гардеробе есть место только для универсальных вещей. На основе анкетного опроса целевой аудитории, было установлено, что на формирование актуального ассортимента женской одежды в стиле «casual» влияют такие факторы как непосредственная комплектация, цветовая гамма, силуэт и форма.

Структуру делового женского гардероба целесообразно позаимствовать из традиций классики. А именно сформировать минималистичную капсулу, состоящую из платья, жакета, нескольких юбок

и блузок, брюк, пальто, двух-трех пар обуви и некоторого количества аксессуаров. Лаконичный состав легко восполнить цветовым решением и объёмом. За основу стоит взять оттенки спокойной гаммы и сдержанные принты. Яркие пятна способны оказывать раздражающий эффект и уменьшать работоспособность. Для завершения образа следует предусмотреть несколько не спорящих с основным цветовым фоном акцентов. Главным отличием стиля «casual» от классического, состоит в некоторой расслабленности силуэтной линии. Основной задачей данного направления является популяризация идеи – комфорт и изящность можно и нужно сочетать. Поэтому он допускает отхождение от привычных прямоугольных форм или прилегающих силуэтов, малых объёмов и четких линий. Наоборот, ссылаясь на модные тенденции, акцент делается на излишнем объеме, свободе, что делает даже официальную одежду удобной и практичной.

Проведенное исследование по формированию актуального женского гардероба, позволило определить структуру капсульной ассортиментной коллекции в стиле деловой «casual». Анализ актуальных коллекций женской одежды, отражающих особенности данного направления, позволил выявить характеристики изделий, входящих в структуру коллекции. Это объемные, с увеличенным плечевым поясом жакеты; юбки; базовые блузы; прямые широкие брюки; уютные пуловеры, комфортная обувь и выразительные аксессуары. Выполненные в спокойных, постельных оттенках коричневого, серого, розового и белого, они становятся не только прекрасной базой для небольшого акцента в виде пояса, платка, но и живым воплощением фразы «утонченный комфорт».

РАЗРАБОТКА МОДЕЛЬНОЙ КОНСТРУКЦИИ ДЕТСКОГО ДЕМИСЕЗОННОГО КОМБИНЕЗОНА

Катаева А.Н., гр. ЛКШ-219

Научный руководитель ассистент Копылова М.Д.

Кафедра Художественного моделирования, конструирования и технологии швейных изделий

На данный момент спрос на детский ассортимент одежды превышает потребность общества на любой другой ассортимент, так как рынок товаров для детей напрямую зависит от демографической ситуации, а насколько известно государственная демографическая политика последних лет, направлена на обеспечение стабильного роста количества новорожденных в стране. При массовом производстве швейных изделий решающая роль принадлежит конструкторскому процессу, от которого зависит качественная посадка изделия.

Перед разработкой эскизов и технической документации на изделие, проанализированы тенденции моды на предстоящий сезон. В 2023 году по версии Pantone цветом года стал малиново-красный, в десятку лучших осень-зима 2023-2024 вошли яркие классические цвета: нежно-персиковый, розово-фиолетовый, красно-оранжевый, кольраби и другие. В детском журнале PROfashion №7-8 представлены фотографии с показа KIDS FASHION WEEK, где акцент был сделан на бренды, которые использовали для своей коллекции яркие материалы, произведенные в России, особое внимание было уделено комбинезону-трансформеру, из плюсов было выделено то, что данное изделие удобно, практично и долговечно. С помощью конструктивных решений – отстегивающихся капюшонов, рукавов, подкладки – комбинезон становится универсальным детским изделием.

Для разработки базовой конструкции выбран размер 86-48-48. База размерных признаков типовой фигуры взята из ГОСТа 17916–86. Для детей ясельной группы выбрана методика построения базовой конструкции Мюллер и Сын, так как она имеет достаточно хорошую посадку для детей от 0 до 3 лет. Одним из плюсов является возможность применения данного метода кроя в современных системах автоматизированного проектирования одежды (САПР). Она предлагает использование меньшего количества мерок. Получение исходной информации о фигуре заказчика заменяется расчетами, зависящими от основных размерных свойств.

После первой примерки были выявлены такие дефекты: длинная спинка, плечевой шов не совпадает с естественной линией плеча. В процессе дефекты были устранены, получен уточненный чертеж базовой конструкции.

ВОЗМОЖНОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ 3D-ПЕЧАТНЫХ ЭЛЕМЕНТОВ В ПОВСЕДНЕВНОЙ ОДЕЖДЕ ДЛЯ РЕАЛИЗАЦИИ РЕАБИЛИТАЦИОННЫХ ФУНКЦИЙ

Сергеенко М.И., гр. ЛКШ-119

Научный руководитель профессор Андреева Е.Г.

Кафедра Художественного моделирования, конструирования и технологии швейных изделий

В настоящее время все чаще используются аддитивные технологии для производства одежды, что способствует использованию 3D-сканирования и 3D-печати. Печатные элементы могут быть съемными, а их конструкция целостная или состоять из нескольких деталей. Благодаря развитию аддитивных технологий проектирования изделий, стали доступны ортопедические корсеты, воротники Шанца, поддерживающие элементы

для фиксации позвоночника, изготовленные при помощи 3D-печати. Одним из вариантов проектирования каркасно-реабилитационного изделия является проектирование в графической среде САПР Rhinoceros, на основе трехмерной модели фигуры потребителя, полученного при помощи 3D-сканирования. На рынке встречается такая повседневная одежда, в которой могут быть скрыты 3D-печатные элементы, выполняющие реабилитационную функцию, например, детская одежда со вставками для поддержания позвоночника или шеи. Также взрослая одежда с похожими элементами для снятия напряжения или облегчения реабилитационного периода после травм. 3D-печать в медицине расширяет список используемых материалов для ортопедических корсетов. Оптимальным материалом, который обеспечит максимальное прилегание изделия к фигуре и комфортное использование является прочный, эластичный, износостойкий и упругий PLA пластик. Такой материал совместим со всеми 3D-принтерами, что позволяет его использовать в работе.

Предложено разработать устройство снятия напряжения в области шеи при помощи воротника Шанца за счет введения поддерживающих 3d-печатных элементов в съёмный воротник женского тренча. Для разработки конструкции 3D-печатных элементов воротника, проведено пробное сканирование шеи при помощи мобильного приложения Polysam. Полученная 3D-модель использована при дальнейшем конструировании съёмного элемента, в двух вариантах: в виде вставок воротник стойку и в виде полнофункционального поддерживающего корсетного элемента для шеи. Опрос целевой аудитории показал, что одежда с применением 3D-технологий, которая несет в себе медицинскую функцию, несомненно, должна присутствовать в гардеробе. Такие изделия помогают поддерживать активный образ жизни молодых девушек, облегчая ее.

ТРАНСФОРМАЦИЯ В СПЕЦИАЛЬНОЙ ОДЕЖДЕ НА ПРИМЕРЕ КУРТКИ

Белова П.В., гр. ЛКШ-119

Научный руководитель доцент Гусева М.А.

Кафедра Художественного моделирования, конструирования и технологии швейных изделий

Традиционно, на протяжении десятилетий, популярным в России досугом подрастающего поколения во время летних каникул были поездки в детский оздоровительный лагерь. При этом многие пионеры после окончания школы и достижения совершеннолетнего возраста стремились вернуться в места любимого отдыха в качестве вожатых. На основе маркетинговых исследований и личного опыта нами установлено, что

форма пионервожатых редко отвечает одновременно эстетическим и эксплуатационным требованиям. Учитывая территориальные особенности климатических поясов РФ, высокую вероятность одномоментной смены погоды, определено, что проектируемое изделие будет эксплуатироваться как в ясную, солнечную погоду, так и в период дождей и похолоданий. Для обеспечения комфортного самочувствия вожатого при разнообразных трудовых условиях, выбрано оптимальное конструктивно-технологическое устройство решения специальной форменной одежды, как куртки с элементами трансформации. Трансформируемыми элементами в проектируемом изделии являются отстегивающиеся рукава и капюшон, благодаря быстрому раскрытию разъемных замков-молний, расположенных по проймам и горловине, изделие мгновенно преобразуется в жилетку.

Опираясь на модные тенденции текущего сезона, выявлено, что в тренде изделия ярких цветов, вследствие чего на куртке присутствуют яркие голубые вставки. Данный элемент так же выполняет функцию привлечения внимания, так как при работе с детьми очень важно, чтобы вожатый визуально выделялся в толпе, а пионеры могли увидеть его в любое время.

Исследованы динамические факторы, актуальные для трудовой деятельности вожатого. Установлены необходимые величины конструктивных параметров изделия, включающие модные и динамические прибавки на свободное облегание. Экспериментально определены габариты проектируемого изделия с учетом толщины пакета нижележащих слоев одежды. Поскольку актуальным предметом гардероба современной молодежи является худи большого объема (толстовка), то в конструкцию куртки заложены максимальные величины прибавок на свободное облегание по основным горизонтальным уровням. Макетированием проведен поиск оптимального объема трансформируемой куртки, позиционированы формообразующие членения и технологические особенности трансформации.

АНАЛИЗ КОЛОРИСТИЧЕСКИХ И КОНСТРУКТИВНЫХ РЕШЕНИЙ МОДЕЛЕЙ ЭКИПИРОВКИ ВОЕННОСЛУЖАЩИХ ДЛЯ РЕГИОНОВ С ОСОБО ХЛОДНЫМ КЛИМАТОМ

Ромашко М.А., гр. ЛКШ-120

Научный руководитель профессор Гетманцева В.В.

Кафедра Художественного моделирования, конструирования и технологии швейных изделий

Арктика становится все более важным регионом для мировой политики и экономики. Военная форма в Арктике специально разработана для защиты от экстремально холодных погодных условий региона. На

данный момент существует два вида арктической экипировки: форма «Ратник-Арктика» с электроподогревом. костюм зимний из комплекта специального арктического обмундирования ВС РФ изготовлен в расцветке ЕМР Арктика.

При разработке любого вида камуфляжа стоит учитывать две функции: деформирующая функция камуфляжа – нарушение целостности восприятия объекта, имитационная функция камуфляжа – осуществление неотделимости объекта от фона. В Арктике, где преобладают белый снег и лед, униформа, соответствующая окружающей среде, имеет решающее значение. Использование белого или светло-серого цвета в качестве основного цвета военной формы в Арктике может быть эффективной стратегией маскировки. Цветовое решение формы «Ратник» более схоже с арктическим пейзажем, в отличие от камуфляжа арктической формы ВС РФ. При сравнении размера рисунка видно, что мелкие пятна более эффективны.

Установлено, что за счет размера пятен контрастная расцветка арктического камуфляжа ВС РФ, не уступает в камуфлирующих способностях расцветке формы «Ратник».

Таким образом определено, что форма арктическая «Ратник» имеет более приближенный к цветовой гамме Арктики камуфляж. Основным недостатком этой экипировки – достаточно большое количество элементов одежды делает ее менее удобной для эксплуатации. Арктическая форма ВС РФ более эргономична за счет уменьшения составляющих частей. Камуфляжная расцветка достаточно контрастна по отношению к арктической палитре, за счет размера пятен, имеет высокую камуфлирующую способность.

ИССЛЕДОВАНИЕ НАПРАВЛЕНИЙ ВОСТРЕБОВАННОСТИ ЦИФРОВОЙ ОДЕЖДЫ

Нафикова О.С., гр. МАГ-К-221

Научный руководитель доцент Бутко Т.В.

Кафедра Художественного моделирования, конструирования и технологии швейных изделий

Динамичное развитие современных цифровых технологий порождает новые возможности для человека во всех экономических сферах и в жизни общества. Одно из наиболее актуальных направлений в современном мире – это создание цифровой виртуальной одежды. Цифровая одежда первоначально возникла как элемент онлайн-игр, а на сегодняшний день она получила широкую область применения. Использование цифровой одежды привлекает все новых потребителей, заинтересованных в приобретении

экссклюзивных моделей, дающих им возможность в определенных условиях выглядеть особенно привлекательно и уникально. В связи с чем, это относительно новое явление стало предметом научного и социального интереса. Технологии, использующие виртуальные образы, развиваются в нескольких сферах сразу: социальные сети, игровая индустрия, музыкальная и киноиндустрия, индустрия моды. Сама виртуальная одежда может являться продуктом. Появляются классификации цифровой одежды в зависимости от сфер ее применения. Классификация видов цифровой одежды помогает предприятиям, специалистам и потребителям ориентироваться во всем разнообразии ее форм и вариантов применения.

Для учета потребительских предпочтений и установления перечня потенциальных покупателей цифровой одежды было проведено маркетинговое исследование среди молодежи до 35 лет, активных пользователей интернета. Наибольшую заинтересованность вопросом цифровой одежды проявили представители сфер искусства и творчества, а также молодые люди из сферы IT и Бизнеса.

С развитием рынка цифровой одежды формируется тенденция заинтересованности потребителя использовать цифровые изделия для визуализации собственного виртуального образа в разнообразных условиях. Он готов участвовать в экспериментах по созданию нового стиля, высоко оценивает важность получаемого эмоционального удовлетворения. Значимым также является использование цифровой одежды для создания виртуальных каталогов, изображений для сайта, не используя съемки в реальности. Всегда актуальна эта одежда для онлайн игр, а также дает возможность задуматься о применении цифровой одежды в целях уменьшения количества одноразовых случайных вещей в гардеробе и для содействия устремлению к экологичному потреблению.

АНАЛИЗ КРЕАТИВНОСТИ МОДЕЛЕЙ ЖЕНСКИХ БРЮЧНЫХ КОСТЮМОВ

Кныш Я.С., гр. ЛКШ-119

Научный руководитель доцент Гусева М.А.

Кафедра Художественного моделирования, конструирования и технологии швейных изделий

На протяжении долгого времени брючный костюм являлся частью делового гардероба девушек. Быстрое развитие современного общества диктует новые модные тренды и новинки, меняя и назначение брючного костюма. Надевать костюм исключительно на официальные мероприятия или в офис стало неактуальным, теперь образы с ним приветствуются и в неформальной обстановке, потребители выбирают нестандартные и

уникальные решения базового гардероба. С изменением назначения брючного костюма, в первую очередь, меняется его конструктивно-технологическая составляющая.

Для выявления потребительских предпочтений в стилевом решении женских брючных костюмов проведен мониторинг среди целевой аудитории. Опираясь на результаты, полученные в ходе проведения анкетирования среди девушек разных возрастных категорий, нами выделено несколько силуэтных форм брючных костюмов, наиболее удовлетворяющих запросам потребителей. Максимально востребованы жакеты прилегающего силуэта в тандеме с классическими прилегающими брюками. Не менее популярным остается вариант прямого жакета с прямыми, немного расширенными к низу брюками. Выбор потенциальных покупателей говорит о том, что классический вариант брючных костюмов остаётся актуальным. При этом, потребители не прочь поэкспериментировать с образами, сочетая различные силуэты и формы.

В ходе анкетирования выявлено, что более половины опрошенных предпочитают креативные модельные особенности в брючных костюмах. Нестандартным выбором потребителей стало наличие в конструкции жакета рельефов и фигурных вырезов по линии талии. Популярны комбинации с разными видами материалов.

Таким образом установлено, что в современный модный период возрастает креативность моделей женских брючных костюмов. С увеличением потребности в приобретении эксклюзивной и модной вещи возрастает спрос именно на композиционный потенциал модели. Современные потребители готовы покупать одежду, сочетающую в себе как высокое качество исполнения, так и интересную конструктивно-технологическую идею.

ПРИМЕНЕНИЕ СВЕТООТРАЖАЮЩИХ МАТЕРИАЛОВ В ПОВСЕДНЕВНОМ ЖЕНСКОМ ПЛАТЬЕ

Авакянц В.А., гр. ЛКШ-219

Научный руководитель профессор Петросова И.А.

Кафедра Художественного моделирования, конструирования и технологии швейных изделий

В повседневном женском платье самыми главными функциями являются удобство использования, эстетичность, конструктивное и художественное решение, соответствующее требованиям моды, а также комфортность используемого материала. В то же время повседневное платье используется в том числе в ситуациях, когда человек передвигается по тротуарам, пешеходным переходам. В этом случае декоративные

решения в платье с использованием светоотражающих материалов могут улучшить видимость потребителя на проезжей части. Применение светоотражающих материалов в повседневном женском платье может превратить его в яркий элемент костюма в условиях искусственного освещения. Творческим источником для разработки коллекции женских платьев послужило такое направление в искусстве, как «конструктивизм». Конструктивизм зародился в СССР и первоначально нашёл своё отражение в архитектуре, декоративно-прикладном и изобразительном искусстве и фотографии. Простота новой моды противопоставлялась вычурной роскоши дореволюционной буржуазии. Конструктивисты откинули все атрибуты дореволюционного костюма: дорогие ткани, перчатки, шляпы и дорогую отделку. Одежда стала аскетичной и сдержанной. Основным девизом моды 20-ых годов становится простота и функциональность, удобство и целесообразность.

Для дальнейшей разработки эскизов коллекции, изучены потенциальная аудитория покупателей с помощью опроса, произведен анализ ответов. Исследования показали, что современные молодые женщины и девушки в возрасте от 18 до 25 лет задумывались о своей безопасности как пешехода (84%), а 78% опрошиваемых ответили, что на их работе нет официального дресс-кода, что позволяет свободно использовать различные цвета и фактуры материалов. 99% опрошиваемых ответили, что относятся положительно и нейтрально к нестандартным решения в одежде, и поэтому 69% носили бы платье со светоотражающими элементами. Наиболее востребованными местами расположения светоотражающих материалов назвали рукава по линии низа, по низу платья, по линии груди как на спинке, так и спереди. Учитывая требования потенциальных покупателей разработаны художественные эскизы женского платья с элементами светоотражающих материалов.

КОНСТРУКТИВНЫЕ ОСОБЕННОСТИ АКТУАЛЬНОЙ ФОРМЫ ЖЕНСКОГО ЖАКЕТА

Варданян М.К., гр. ЛКШ-119, Павлова С.Н., гр. ЛКШ-119в

Научный руководитель доцент Бутко Т.В.

Кафедра Художественного моделирования, конструирования и технологии швейных изделий

В швейной промышленности главной задачей является удовлетворение покупателей качественной, комфортной одеждой, которая соответствует эстетическим требованиям современного направления моды, другим аспектам запросов покупателей. Особые требования предъявляются к верхней одежде, и состоят в сохранении целостности изделия, его

внешнего вида, формы на период эксплуатации. Целью работы является выявление актуальных характеристик форм жакетов. Форма изделия создается определенными конструктивными параметрами, поэтому задача их определения является актуальной. Жакет является универсальным и востребованным предметом одежды в женском гардеробе. В современной моде женские жакеты представлены большим разнообразием вариантов, что позволяет их комбинировать с вещами различных стилей, создавая интересные образы, ориентированные на индивидуальность. Для анализа с целью выявления актуальных конструктивных параметров и особенностей выбрана коллекция Stella McCartney весна 2023, характеризующаяся большим количеством жакетов выразительной модной формы.

Выявлено, что актуальность приобретают жакеты с маскулинной линией плеча, вдохновленные эпохой 1980-ых годов. Характерными конструктивными акцентами формы являются гипертрофированно увеличенная плечевая область со значительным расширением и повышением линии плеча; большой объем изделия; силуэты, создающие впечатление пиджака с «мужского плеча». Пропорции изделия позволяют выделить новую разновидность ассортимента «пиджак-пальто». Главным преимуществом данной коллекции жакетов является их многогранность по цветам, материалам, покрою и стилю. На основе визуального анализа определены композиционные прибавки, создающие модную форму и параметры актуальных модельных элементов. Соответствие полученной исходной информации проверена в процессе разработки модельной конструкции, изготовления макета женского жакета и проведения примерки. Выполненные исследования, результаты примерки макета женского жакета позволила наметить направления корректировки исходной информации с целью отображения актуальных особенностей формы.

ТРАНСФОРМИРУЕМАЯ ОДЕЖДА И ЕЁ ФУНКЦИИ

Студнярская А.А., гр. ЛКШ-119

Научный руководитель профессор Петросова И.А.

Кафедра Художественного моделирования, конструирования и технологии швейных изделий

Говоря об одежде с элементами трансформации, мы в первую очередь подразумеваем многофункциональные изделия, имеющие в своей конструкции съемные функционально-декоративные элементы. Изделие может менять свою категорию, например, плащ превращается в куртку или жилет, часто изделия преобразовываются в сумки, рюкзаки, головные уборы. Также модель может менять свою длину или иметь съёмные детали (карманы, воротники, капюшоны), таким образом, меняется только

внешний вид изделия. Такие эффекты достигаются с помощью различных приёмов трансформации: перестановка (изменение положения съёмных деталей); замещение (замена одних деталей другими с сохранением первоначальной конструкции модели); добавление-убавление (использование съёмных деталей); разворачивание-сворачивание (модификация конструкции с помощью подворачивания деталей); исчезновение-появление (изменение конфигурации изделия при помощи изменения длины или объема, часто с помощью застёжек); совмещение-вкладывание (многослойность силуэта, состоящего из нескольких самостоятельных элементов).

После анализа рынка изделий-трансформеров и брендов, которые специализируются на данном ассортименте, был разработан женский демисезонный плащ-трансформер. Модель сочетает в себе самые современные и распространённые приёмы изменения конструкция изделия, такие как съёмные и накладные детали, изменение длины и конфигурации изделия. Путем использования перечисленных выше приемов предложено пять разных вариаций внешнего вида и функционала одного плаща трансформера. Наиболее актуальными приёмами для разрабатываемого плаща-трансформера оказались приёмы «добавление-убавление» и «исчезновение-появление». Эти приёмы позволят легко изменять внешний вид изделия, а также они оптимальны с точки зрения проектирования и разработки конструкции плаща. По оценке потребителей, выполненной в виде опроса, доказано, что такое изделие предпочли бы приобрести около 70%, а больше половины опрошенных готовы заплатить за такое изделие на 30% больше, чем за изделие без возможности трансформации. В данной работе проанализировано понятие трансформации в дизайне одежды, изучены методы и приёмы трансформации изделия с целью выбора самого полезного и актуального приёма для разработки женского демисезонного плаща-трансформера.

ХАРАКТЕРИСТИКА НАПРАВЛЕНИЯ «ЭКСПЕРИМЕНТАЛЬНОЕ КОНСТРУИРОВАНИЕ» В СОВРЕМЕННОМ ПРОЕКТИРОВАНИИ ОДЕЖДЫ

Власова А.М., гр. ЛКШ-119В

Научный руководитель доцент Бутко Т.В.

Кафедра Художественного моделирования, конструирования и технологии швейных изделий

Многие современные предприятия используют инновационные методы проектирования и производства в дополнение к традиционным методам проектирования, в результате чего получается высококлассная,

остромодная одежда. «Экспериментальное конструирование» как современный тренд в моделировании одежды представляет собой метод проектирования моделей одежды смелых экспериментальных форм, композиций, деталей. Цель анализа особенностей данного направления в различных его проявлениях. Для исследования выбраны коллекции дизайнеров, ярко и выразительно представивших коллекции моделей одежды направления «экспериментальное конструирование» на мировых подиумах. Наиболее заметными в этом стилистическом направлении являются коллекции Jean Paul Gaultier, Cristian Dior, Monse, Michael Kors, Rokh, Prada. Проведя анализ коллекций мужской и женской одежды ведущих модных Домов и дизайнеров, можно заметить, что основными композиционными приемами в экспериментальном проектировании являются асимметрия и контраст, при которых различные детали, швы и отделка, противопоставлены друг другу. Отсутствие симметрии и контраст может проявляться в сочетании разных фактур и цветов. Асимметрия создается и с помощью неравномерно распределенных складок, сборок; застежки на смещенный запах; детали с одеванием на одно плечо, совмещаемые только деталями воротника, центральной и смещенной застежками. В реализации форм, силуэтов и композиций, отличающихся геометричностью, выявляющих геометрическую композицию деталей, большую роль играет грамотно подобранный материал, который с помощью определенной степени жесткости держит заданную геометричность и делает выразительной силуэтную линию. Проведен анализ материалов направления. Наиболее интересным примером использования инновационных материалов при создании моделей в стиле экспериментального конструирования является коллекция бренда «HELIOT EMIL», который реализовал функциональность моделей с использованием прогрессивного технического текстиля. Стиль в композициях поддерживается оригинальной фурнитурой, представленной блестящими застёжками, выполненными из разнообразных металлов.

ИННОВАЦИОННАЯ КОЛЛЕКЦИЯ ПОД ДЕВИЗОМ «ЛОТОС»

Пикунова А.Ю., гр. ЛКО-119

Научный руководитель доцент Алибекова М.И.

Кафедра Спецкомпозиции

Сегодня практически у всех российских и зарубежных производителей, если только они не работают в сегменте дорогой элегантной женской обуви, в портфеле коллекций обязательно найдутся «морозостойкие», «ветронепродуваемые», «грязнезапахкивающиеся», «влагостойкие». При этом, такая обувь теперь выглядит современно,

элегантно и очень модно, она легкая и очень удобная в носке, но один существенный минус – высокая стоимость. Основная часть себестоимости инновационной обуви складывается из дорогих материалов и лицензии на использование запатентованных технологий, которые покупаются у разработчиков – многопрофильных компаний, холдингов, специализирующихся на инновационных материалах и технологиях. Лидерами рынка являются крупнейшие производители спортивной одежды и обуви, компании W.L. GORE&Associates, DuPont, GEOX Breathes и др.

Предложена авторская коллекция со светящимися в темноте элементами обуви и сумок. Светящаяся краска в темноте являет собой определенный вид краски, которая отличается особыми характеристиками. Все дело в том, что она сама по себе может светиться в абсолютной темноте, не имея при этом никакого источника питания. Это является возможным благодаря тому, что краска накапливает необходимое количество энергии под воздействием света. В результате этого, она сама по себе может излучать свет в течение длительного периода времени. Процесс сбора/выдачи света люминофором является цикличным, потому люминофорная краска может «работать» очень долго. Люминофор представляет собой химически и физически стойкое химическое соединение. Для «зарядки» достаточно всего 15-20 минут. Обработанная поверхность при этом будет светиться до 8-9 часов. Интенсивность свечения находится в прямой зависимости от концентрации светящегося пигмента в составе смеси. Разработанная эскизная коллекция представляет собой обувь нового поколения, ориентированную на молодых девушек. Обувь предназначена на летний период носки. Для коллекции обуви, источником вдохновения послужила архитектура The Lotus Building. Коллекция представляет собой сумки и босоножки на высоком каблуке, выполненные в виде лепестков архитектуры, подражающему цветку. Обувь и аксессуары данной коллекции универсальны, подойдут как для повседневной носки, так и для особого случая. В любой ситуации, обуви и сумки из коллекции станут акцентным элементом наряда или же дополнят яркий образ.

«УМНАЯ» ОБУВЬ ДЛЯ ПОКОЛЕНИЯ БУДУЩЕГО

Сорокина Н.П., гр. ЛКО-119
Научный руководитель доцент Алибекова М.И.
Кафедра Спецкомпозиции

Современная индустрия моды, как и большинство других индустрий, находится в состоянии глубинной трансформации, связанной с глобальной цифровизацией и изменением философии потребления в обществе. С

развитием рынка дополненной реальности возникает спрос на разработку виртуальной одежды и обуви. Рынок виртуальной моды открывают абсолютно новый мир взаимодействия бренда с окружающей действительностью. NFT создает совершенно новый цифровой рынок, за счет краткосрочных денежных вливаний и позволяет брендам сохранять контроль и авторское право на свои активы, не опасаясь копирования и изменений.

Трендом в мире моды также является «умная одежда и обувь». Wearables представляет собой продукт, наделённый функционалом в отличие от традиционной одежды. На данный момент этот сегмент наиболее развит в спортивной индустрии, но интерес к умному товару растёт. Одним из наиболее эффективных инструментов в достижении нового уровня цифровизации могут стать умные устройства или, как ещё их называют, «интернет вещи», способные взаимодействовать друг с другом и подключаться к сети, на подобии умного дома.

В будущем производство интеллектуальной одежды и обуви – это сотрудничество между представителями модной индустрии и инновационными технологическими компаниями. Такое партнёрство позволит умной одежде быть более комфортной, стильной, функциональной и производительной.

Ускоренные темпы развития и непостоянство нынешнего времени подталкивает людей к постоянному изменению, умению подстраиваться под обстоятельства и обретению новых навыков. Начинаящим и уже существующим брендами необходимо проводить аналитику, отвечающую за выявление новых тенденций и за прогнозирование того, как эти тенденции повлияют на потребительские решения.

Соответственно с нынешней повесткой была разработана коллекция с внедрением датчиков в обувь, синхронизированных с приложением навигатора на телефоне. Концепция данной обуви заключается в том, что она помогает указывать направление следования по маршруту, заданному в навигаторе. Обувь оснащена сенсорными датчиками, установленными во внутренней части обуви под подкладкой. С уверенностью можно сказать, что обувная промышленность стремится к внедрению новейших технологий как в процесс производства, так и в самих моделях обуви.

ИСТОРИЯ РАЗВИТИЯ КОРСЕТА

Белоусова О.О., гр. ЛТШ-121
Научный руководитель доцент Алибекова М.И.
Кафедра Спецкомпозиции

Пожалуй, корсет – самый неоднозначный из существующих предметов одежды. Начиная с эпохи Возрождения и вплоть до XX века, он занимал почетное место в гардеробах женщин европейской цивилизации и 400 лет подряд оставался важнейшей деталью модного платья. При этом на всем протяжении истории корсета многие воспринимали его как «орудие пытки» и видели в нем причину болезней и даже смерти. В наши дни корсет почти повсеместно осужден как инструмент угнетения женщины. По мнению историков, ношение корсета, особенно в викторианскую эпоху, было механизмом принуждения, с помощью которого патриархальное общество осуществляло контроль над женщиной и эксплуатировало ее сексуальность. Предположительно, многие женщины утягивались так, что объем талии не превышал 46 см, ломая себе ребра и деформируя внутренние органы. К счастью, постепенно слабый пол эмансипировался, и в начале XX века корсет покинул женский гардероб как обязательный атрибут. Информация о корсетах стала часто появляться во многих новостных статьях последнего времени, среди их почитателей можно выделить таких знаменитостей, как сестры Кардашьян, которые наперебой расхваливали преимущества ношения корсета. Корсеты заполнили не только странички знаменитостей в Instagram, но и подиумы модных показов. Во время месяца моды в 2020 году можно было увидеть как корсеты эпохи Викторианства, так и современные экземпляры, начиная с коллекции Сары Бёртон в рамках бренда Alexander McQueen, которая была создана под влиянием эпохи Марии-Антуанетты, и заканчивая коллекцией Тиши Риккардо (Givenchy), который увлекся эротизмом одежды Викторианской эпохи.

С трендом на фетишизм, доминирующим последние годы, спрятанные от посторонних глаз предметы гардероба вышли на первый план. Бра теперь смело носят вместо топа, а корсеты – вместе с широкими брюками, как Белла Хадид. Харнесы и утягивающие корсеты появились не только в женских, но и в мужских коллекциях. Корсеты прошли долгую историю трансформаций: от протестов суфражисток до диоровского «ню-лука», от сексуальной революции 1960-ых до культа Ким Кардашьян. Между этими событиями за корсетом утвердилось два противоречащих друг другу значения: фетишизм и феминизм. Корсет, как и любая одежда, несет тот смысл, который ему придают. Из сковывающего предмета гардероба он стал олицетворением женской силы и сексуальной свободы. По крайней мере, в этом отрезке времени.

УЛИЧНОЕ ИСКУССТВО И МОДА

Бикчурина С.К., гр. МАГ-К-522
Научный руководитель доцент Алибекова М.И.
Кафедра Спецкомпозиции

Уличное искусство является в настоящее время одним из наиболее привлекательных аспектов инвестирования, как пишет журнал Forbes в статье от 29 июня 2022 года «Расцвет уличного искусства и его перспективы для инвесторов». Это постоянно развивающаяся площадка, на которой в любой момент может родиться новое направление. Но не все так хорошо, как может показаться на первый взгляд. В наши дни уличное искусство, как никогда нуждается в поддержке. Основной проблемой, стоящей перед ним, является восприятие обществом. Очень часто уличные художники сталкиваются с непониманием, негативом и даже агрессией в свою сторону. В большинстве случаев это связано с тем, что эту культуру воспринимают, как вандализм, нежели как искусство и способ самовыражения. Для решения этой проблемы следует больше и чаще показывать людям иную сторону андерграунд искусства. Для этого можно проводить различного рода мероприятия, посвященные граффити и другим видам уличного искусства, например, лекции, фестивали, ярмарки и даже модные показы.

Многие модные дома вдохновлялись искусством улиц. Для совместной работы над коллекцией осень-зима 2016 креативный директор Gucci Алессандро Микеле пригласил уличного художника Trouble Andrew. В 2017 году Balenciaga представила сумки Graffiti Collection. Багаж из черной кожи был расписан в граффити стиле. На следующий год Balenciaga не оставила тему уличного искусства. Для показа осень-зима 2017/2018 модный дом собрал гостей в одной из телевизионных студий Studios De Television De La Plaine St Denis в Париже, где разместил гору, разрисованную разноцветными граффити и слоганами.

Андерграунд-культура используется модными домами, как связующий инструмент между высоким искусством и популярным уличным направлением. Модные дома создают художественные образы, отражающие в себе законы композиции, гармонизации, одновременно сотрудничая с уличными художниками, которые предпочитают в своих образах использовать изображения или надписи, могут использовать граффити с улиц городов для привлечения внимания к какой-то теме, проблеме, а также используют провокационные лозунги в лучших традициях уличной культуры, тем самым делая попытку проложить мост к современному обществу, его потребностям, желаниям и предпочтениям.

КОЛЛЕКЦИЯ ОБУВИ И АКСЕССУАРОВ ПОД ДЕВИЗОМ «ДРЕВНИЙ ЕГИПЕТ»

Аврина Е.А., гр. ЛКО-219

Научный руководитель доцент Алибекова М.И.

Кафедра Спецкомпозиции

Современный человек не может представить свою жизнь без таких предметов гардероба как обувь и сумка, но мало кто знает, что эти две вещи начали свое существование именно в Древнем Египте. Древние жители Египта для производства обуви применяли папирус. В период образования Египетского государства, только фараон со своим окружением мог носить обувь. Тогда она являлась признаком высокого социального статуса, и простые крестьяне или рабы не могли пользоваться привилегиями своих хозяев. Немного позднее, когда женщинам разрешили носить обувь, они украшали свои ноги браслетами из цветной эмали и золота. Древнеегипетские и древнегреческие первые леди носили сандалии, которые были украшены драгоценностями. Стоимость обуви была огромной. Древнегреческий историк Геродот считал, что на изготовление пары обуви уходило значительная часть годового дохода города. Обувь связывает нас с далекими эпохами и цивилизациями лучше, чем историческая литература и музеи древностей. Например, каблуки, страсть современных модниц, также впервые появились еще в Древнем Египте. На фресках, относящихся к третьему тысячелетию до нашей эры, аристократы и знатные горожане изображены в туфлях на высоком каблуке. Но появилась эта часть обуви, придающая женщинам грацию и стиль, на берегах Нила не ради моды. Вначале возвышение помогало крестьянам легче передвигаться по вспаханному полю, туфли на каблуке не проваливались в рыхлую почву. И лишь потом приспособление приобрело больше эстетическое значение, чем практичность. В период Среднего царства сандалии стали практичнее, их могли себе позволить не только фараоны. Обувь стали делать из тисненой кожи. Более скромную, из тростника и грубой кожи, могли позволить себе даже простые египтяне. Обувь, созданная из растительных материалов, предназначалась для жрецов, так как они старались не касаться мертвого. Сандалии для военной рати в походе были максимально легкими.

Прошло много веков со времен Древнего Египта, человечество достигло огромного прогресса в сфере легкой промышленности, выводя в массы тысячи пар обуви и сумок на любой вкус, а все благодаря той самой великой цивилизации, что послужило источником вдохновения к созданию современной коллекции обуви. После создания эскизов, выявления

особенностей коллекции и отрисовки технического эскиза выполнен макет модели способом печати на 3D-принтере в натуральную величину.

КОЛЛЕКЦИЯ ПОД ДЕВИЗОМ «ЗАМОК СЕНТ-ЭНДРЮС»

Телятникова М.П., гр. ЛКО-219

Научный руководитель доцент Алибекова М.И.

Кафедра Спецкомпозиции

Метод ассоциации – один из способов формирования идеи. Он может дать наибольший эффект в том случае, если творческое воображение дизайнера обращается к разным идеям окружающей действительности. Кроме того, в современном дизайне яркое образное мышление понимается даже как принципиально новый способ самого проектирования. Дизайнер из реальной действительности может взять почти все, что каким-то образом может трансформировать, преобразовать в одежду, обувь и аксессуары: мотив, фрагмент чего-то или источник целиком. Творческими источниками при проектировании могут быть любые явления природы, события в обществе, предметы действительности, которые нас окружают. Ассоциации могут быть любые: предметные, абстрактные, психологические, ирреальные. Форма лужи на асфальте, блеск льда, фактура грязи на дороге или земли на пашне, капли дождя на стекле, морозные рисунки на окне – все это дает пищу для придумывания.

Источником вдохновения в разработке коллекции послужил Замок Сент-Эндрюс – это руины, расположенные в прибрежном королевском городе Сент-Эндрюс в Файфе, Шотландия. Готический стиль, идея конструктивных линий в данной коллекции отражают строгие вертикальные колонны и даже заострённые кверху оконные проёмы – всё это демонстрирует стремление человечества к небесному, возвышенному.

Коллекция представляет собой варианты вечерней демисезонной обуви, которые по своей сложности и неординарности дают вызов традиционной классике. Предпочтение в декоративном оформлении отдано преобладанию темных оттенков, множествам тонких линий, маленьким повторяющимся деталям, четким силуэтам. Сочетания в коллекции различных текстур погружает нас в ту эпоху, где каждая деталь, каждый орнамент что-то говорил о себе. Большинство моделей в своем дизайне снабжены съёмным декоративным элементом, который призван провести параллель между образом дворца и силуэтом полуботинка.

Идеей создания данной коллекции стало продвижение современного дизайна в России. Как же могут обойти нас инновации, в данной коллекции мы предусмотрели все. Если раньше считалось, печать обуви невозможна, то сейчас это реальность, с помощью 3д-принтера научились буквально

печатать все, но нас интересует именно подошва. Множество плюсов у данной инновации начиная с удобства и правильного распределения веса на данной подошве, до дизайнерского воплощения различных идей.

КОЛЛЕКЦИЯ ОДЕЖДЫ «ОСТАВЬ СВОЙ ОТПЕЧАТОК»

Санькова Д.И., гр. КДК-9-319

Научный руководитель старший преподаватель Герасимова М.П.

Кафедра Спецкомпозиции

Данная тема была выбрана, потому что отпечатки пальцев каждого из нас уникальны и индивидуальны – то, что нанесено на нашу кожу с самого рождения можно рассматривать бесконечно. Многим из нас знакомо слово «дактилоскопия», но не близко, так как эта процедура используется в криминалистике, с которой большинство людей либо вообще не сталкиваются, либо знакомятся с ней в жизни в некоторых случаях, например, при выдаче паспорта нового образца в виде пластиковой карты, или для того, чтобы в случае непредвиденной ситуации (потеря памяти; невозможность опознать человека без удостоверяющих документов и т.п.) можно было по базе данных сразу же найти гражданина. В данной работе нет цели описывать все детали данной процедуры – она лишь легла в основу идеи для коллекции.

При определении стиля коллекции, внимание обращалось к разным эпохам, стилям и была выведена идеальная формула – смешать конструктивный с гранжем, бельевой с женственным. Понемногу от одного, понемногу от другого. В мудборде выражена преимущественно ахроматическая гамма – белый и чёрный, среди аналогов присутствуют модели с различных показов, иллюстрации из манги Дзюндзи Ито – в одной из новелл под названием «Спираль» (описание звучит так: «Курозу – маленький японский городок»). По словам Сюити Сайто, друга главной героини Кирие Гошимы, этот город проклят спиралью. Они видны повсюду – как в растениях или урагане, так и в людях. Отца Сюити одолевает навязчивая идея, и постепенно каждый житель города погружается в водоворот событий, из которого невозможно вернуться...».

Перед началом выполнения эскизов была проведена работа по подбору референсов для коллекции, просмотрено документальное кино об истории криминалистики и принято решение использовать спиралевидные узоры в комплектах и привнести немного «ужасающей» составляющей в современных силуэтных формах. В коллекцию вошли вечерние платья, брюки, топы. Присутствуют красивые асимметричные подолы, обрамленные сетчатой тканью, почти во всех моделях присутствуют наложение фактур. В эскизах изображены шёлк, шифон, сетка, бархат, кожа,

тафта. Чёрно-белая гамма идеально вписывается в самую концепцию избранных тем, так как порошок, которым посыпают пальцы – черный, а бумага, на которую наносят эти отпечатки – белая, тут всё более чем очевидно. Ведь за основу взяты узоры, которые нанесены на наших пальцах, и это повторено на моделях коллекции – они нанесены на сетчатый топ, подол юбки, рукава.

Подчас идея, которая даст творческий импульс, непредсказуема. Главное, чтобы работа получилась интересной, актуальной. Данная коллекция была бы полезна людям, которые предпочитают лоск и внимание к деталям – ведь очень важно, чтобы даже в одежде была за что «зацепиться».

СОЧЕТАНИЕ ФАКТУР В КОЛЛЕКЦИИ ВЕРХНЕЙ ОДЕЖДЫ ДЛЯ ЖЕНЩИН «АМАРАНТ»

Родионова У.А., гр. КДК-9-319

Научный руководитель старший преподаватель Герасимова М.П.
Кафедра Спецкомпозиции

Амарантовый цвет – это бордовый оттенок, которым описываются цветы амаранта. Цвет также разнообразен, как и само растение. Существует множество видов амаранта, они отличаются и цветом, и фактурой, и формой. Ботаническое название происходит от др.-греч. ἀ- – не, μαράινω – увядать и ἄνθος – цветок, и буквально означает «неувядающий цветок». Глядя на растение, в голову приходят разнообразные модели верхней одежды.

Перед началом работы был проведён анализ аналогов верхней одежды в России и разработан мудборд. Moodboard (с англ. «доска настроения») – это раскладка из картинок, фотографий и референсов, по которым дизайнер одежды выстраивает концепцию бренда и формирует уникальные изделия. В мудборде данной коллекции присутствуют фотографии амаранта, а также цвета, которые вошли в основу коллекции. Силуэтная форма будущих моделей – трапеция. И, конечно, в мудборде присутствуют образы людей, для кого эта коллекция создана.

Ассортимент данной коллекции состоит из шуб, пальто, полушубков, жилетов, накидок и пиджаков. За основу взят силуэт трапеция, он трансформирован, перевёрнут, расширен, заужен, прослеживается в элементах декора. Большинство шуб выдержанно в стилях оверсайз, так как охватывают широкий размерный ряд, и решены в авангардном стиле. Полушубки – экстравагантны, в их дизайне присутствует городской шик. Пальто из коллекции сделаны в тех же стилях, что и шубки, и полушубки. Авангард присутствует в виде асимметрии – как в декоре, так и в деталях

конструкции в целом. Жилеты и пиджаки в стиле городской шик с элементами авангарда. Накидки выполнены в авангардном стиле и больше подходят для нарядных выходов в свет. Это то, что любят современные жители города, следящие за модными тенденциями, ловко сочетающие базовые предметы одежды с ультрамодными и необычными. Источник вдохновения напрямую повлиял на элементы декора, крой, украшения, нашивки, выбранные цвета и материалы. Цветовые решения взяты из разнообразия окраски амаранта. От насыщенно-лимонного и ярко-зелёного до фуксии и глубоко-фиолетово. Нашивки и декор по колориту чаще всего контрастны по отношению к основе.

Основная идея коллекции – создать верхнюю одежду для всех возрастов, тёплую, удобную, а главное красивую, воплощена в эскизном ряде. Модная верхняя одежда в данном ассортименте меняет стереотипное мышление, показывая, насколько практичной может быть одновременно и стильная и нетривиальная верхняя одежда. Коллекция представлена необычным дизайном моделей, спасающих от холода, что позволит обрести свой осенне-зимний лук всем женщинам.

ВЛИЯНИЕ РАЗВИТИЯ ИСКУССТВА ФОТОГРАФИИ В МОДНОЙ ИНДУСТРИИ

Хиценко П.Н., гр. ЛКШ-221

Научный руководитель преподаватель Голованёва А.В.

Кафедра Спецкомпозиции

Понятие «fashion-фотография» можно понимать двояко: снимки с показов, в которых больше внимания уделяется предметам одежды и образам, а также творческая область, развитие которой играет немалую значимость в журналистике и рекламе. Под влиянием различных изобретений, общественных тенденций и отдельных фотографов она активно изменялась. Фотография является отражением происходящего, и в то же время сама оказывает влияние на общество. Поэтому, с изменением массовой культуры менялась и fashion-фотография.

В работе проводится сравнительный анализ фотографии с модных показов за несколько десятилетий, потому что они служат первоисточниками всех модных образов и отражают задумку дизайнера.

При производстве фотографий с показов нет общих стандартов к свету, это целиком концепт художника, ведь свет работает на реализацию идеи коллекции. Старые фотографии с показов были мрачнее из-за технического оснащения. Композиция фото с показа практически не изменилась, техника же, наоборот, значительно шагнула вперед: качество съемки фотоаппаратов и видеокамер значительно улучшилось, появились

новые осветительные приборы и объективы. Изменились и принципы оформления рабочего пространства: расстановка света, оформление подиума и декораций. В оформлении показов 90-х годов преобладает обилие декораций, а в современных показах больше прослеживается тренд на минимализм. При этом прошлые снимки выглядят более лаконично, чем современные. Можно предположить, что связано это с тем, что фотографии, сделанные на старые фотоаппараты, выглядят более нуарно. На старых снимках луки смотрятся более эффектно и дорого, fashion-фотографии того времени выглядят как произведения искусства. Фотографии с нынешних показов, в свою очередь, выглядят более плоско и «пластиково»: идеальная картинка лишает глубины кадра и ощущения причастности к действию на подиуме.

Сегодня fashion-фотографию можно расценивать как быстроразвивающуюся область искусства. Это связано с техническим прогрессом, образованием новых стандартов и тенденций в обществе и появлением новых общественных запросов. Поэтому можно сделать вывод, что основная задача fashion-фотографии – это привлечение большего внимания к творчеству дизайнера посредством визуального влияния на потребителя.

ПОДРОСТКОВАЯ МОДА XXI века: СПОСОБ САМОВЫРАЖЕНИЯ

Клименко М.И., гр. ЛКШ-221

Научный руководитель преподаватель Голованёва А.В.

Кафедра Спецкомпозиции

Подростковый период один из самых сложных в жизни любого человека, так как в это время эмоциональные и физические характеристики личности находятся в непрерывном развитии и дисбалансе. Мода стала одним из способов самовыражения и социализации для большинства подростков нынешнего времени. Через различные образы, тенденции, транслируемые дизайнерами, подростки стремятся не только заявить о себе, своем видении и мироощущении, но и заострить внимание на важных для них проблемах. Одним из важных периодов понимания себя приходится на 14-18 лет, что можно отнести к «старшему подростковому возрасту». В этот момент у подростка часто наступает момент отрицания авторитета взрослых: отныне выстраиваемый тинэйджером образ будет оцениваться наиболее широкой публикой, чем просто родственниками, знакомыми и друзьями.

Мода позволяет показать свою индивидуальность, в полной мере выразить себя и свое видение, подчеркнуть принадлежность к группе. Костюм становится одним из способов сказать о своих взглядах,

убеждениях, позволяет привлечь внимание к волнующей проблеме, или служит «маской», за которой можно скрыть внутренние конфликты. В этой попытке заявить о себе, определиться со своим местом помогают различные социальные сети, в которых можно найти множество групп о моде и стиле, блогеры, разбирающиеся в модных тенденциях, дизайнеры и т.д. Кто-то выбирает спокойные, капсульные и более «взрослые» образы, показывая себя с более серьезной точки зрения. Для кого-то более важны активный образ жизни и собственный комфорт. Другие же захотят показать свою индивидуальность яркими образами, которые не каждый решится повторить. В попытке воссоздать когда-то увиденный и понравившийся образ или придумать свой хорошо помогают бренды масс-маркета, обращающие все больше внимания на моду подростков и их предпочтения. Небольшие молодые бренды часто могут предложить очень интересные модели экспериментальной конструкции и кроя, интересного цветового сочетания или же какие-то кастомизированные вещи.

В рамках данного исследования было проведено анкетирование подростков в возрасте 16-18 лет с целью определения максимально комфортного образа (состав гардероба, цветовая гамма, стиль одежды). Полученная информация была использована для создания капсульной коллекции молодежной одежды «Взгляд», которая соответствует модным тенденциям, а также поможет тинэйджерам самовыразиться в современном обществе и социализироваться в кругу своих сверстников.

ВЛИЯНИЕ ОДЕЖДЫ И АКСЕССУАРОВ VIVIENNE WESTWOOD В ОБРАЗАХ ПЕРСОНАЖЕЙ МУЛЬТИПЛИКАЦИИ И КИНО

Синякова В.Е., гр. ЛКШ-221

Научный руководитель преподаватель Голованёва А.В.
Кафедра Спецкомпозиции

Мода каждый год вносит в мировую культуру новые художественные образы и источники вдохновения. Работы дизайнеров находят свое продолжение в мировой масс-медиа: фильмы, сериалы, мультипликация, комиксы, компьютерные игры.

Вивьен Вествуд – легендарный британский модельер, известный своими инновационными дизайнами и авангардным стилем. Она была влиятельной фигурой в индустрии моды более четырех десятилетий, а ее работы известны по всему миру. Изделия Вивьен Вествуд нашли отклик в японском комиксе-манге «Нана» художницы Ай Ядзавы. Аксессуары и одежда Vivienne Westwood помогли передать характеры персонажей и драматичный стиль рок-культуры, которой принадлежали герои. В произведении были изображены такие изделия, как кольцо Armour, серьги

и ожерелья с логотипом бренда, эпатажные туфли Ghillie, футболка с принтом Елизаветы II, жакет с сердцем осень-зима 1987-1988 и т.д. Также, Ай Ядзава включила в «Нану» не только визуальные образы бренда, но и факты из биографии Вивьен Вествуд: прототипом персонажа манги Рена Хондзё стал Сид Вишес, друг дизайнера и участник панк-группы Sex Pistols.

Работы модельера нашли свое отражение и в кинофильмах. В двух полнометражных версиях сериала «Секс в большом городе» можно увидеть изделия, созданные Вивьен Вествуд. В первой части полнометражной ленты героиня Кэрри Брэдшоу вышла замуж, примерив свадебное платье от дизайнера. Этот элемент гардероба помог режиссерам подчеркнуть напряженную и драматичную сцену нападения невесты на жениха. Для второй части полнометражного фильма «Секс в большом городе» были воссозданы гладиаторские босоножки коллекции Gold Label весна-лето 2009.

Таким образом, творчество Вивьен Вествуд имеет широкий отклик в произведениях поп-культуры. Ее дизайнерские изделия вдохновляют создателей объектов массовой культуры и помогают задать определенный характер персонажам произведений. Проанализировав особенности авторского стиля Вивьен Вествуд, а также модные тенденции этого сезона, был разработан эскизный ряд молодежной коллекции женской одежды.

Наследие модельера не оставляет никого равнодушным, и модная индустрия помнит о ней как о смелом инноваторе, который не боялся выражать неуместные для своего времени авангардные идеи.

ОБРАЗНАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ ВИРТУАЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ХУДОЖЕСТВЕННОМ ПРОЕКТИРОВАНИИ: МИКС ТВОРЧЕСТВА И ИННОВАЦИЙ

Зиатдинова Е.Р., гр. МАГ-К-522
Научный руководитель доцент Фирсова Ю.Ю.
Кафедра Спецкомпозиции

Потребность в изучении и прогнозировании современной моды – неотъемлемая составляющая fashion-индустрии. Мода оказывает значительное влияние на формирование человеческой личности: характера восприятия мира, социализации, привитие вкусов. Поиск новых подходов к художественному проектированию костюма обусловлены быстрой сменой модных тенденций, в частности, в молодежной моде, а также влиянием современных технологий, включая информационные, в сфере дизайна и производства одежды.

Технологии в современном мире, являются незаменимой частью жизни каждого человека. Они воздействуют на все сферы

жизнедеятельности каждого из нас, помогая облегчить труд и сделать жизнь проще. С ростом технологий повышается уровень креативности современных коллекций одежды.

С появлением компьютеров, а с ними и современных игр, социальных сетей, весь мир буквально «перевернулся с ног на голову». На сегодняшний день, нет ни одного человека, который хоть раз не «побывал» в виртуальном пространстве. В последнее время виртуальная реальность подбирается к одной из самых физических, телесных и чувственно-важных категорий вещей – к одежде. Одним из пересечений моды и виртуальной реальности, являются компьютерные игры. По прошествии времени грань между виртуальным и физическим постепенно стирается. Современный человек в реальном мире вполне сможет себе позволить одеваться, как персонаж игры и выглядеть при этом органично на фоне с окружающей действительностью. Анимационная компьютерная графика виртуальной вселенной, ее футуристическая архитектура, интерьеры, транспорт становятся объектами для изучения для дальнейшей трансформации в формы современной одежды наравне с признанными в веках произведениями искусства и дизайна.

Рождение новых форм в костюме 21 века обусловлено и стремительным темпом развития новых материалов. Инновационные, светоотражающие материалы, наносимые на костюм без использования ниточного соединения, стали главной темой при разработке авторской коллекции на тему образной трансформации виртуальных технологий в костюм. Художественное проектирование сегодня – это сплав творчества и науки, микс фантазии и реальности, традиционных приемов с инновационными технологиями.

«ПАРИЖСКИЙ ШИК» НАВСЕГДА

Ворошилова Е.Д., гр. ЛКШ-119в
Научный руководитель доцент Фирсова Ю.Ю.
Кафедра Спецкомпозиции

В современном мире продолжает набирать популярность, так называемый стиль «парижский шик» или «французский шик». Данный стиль ассоциируется с простыми, но при всем этом, эффектными образами французских девушек. Синонимы «парижского шика» это легкость, небрежность, простота, минимализм в аксессуарах. Сочетание данных качеств и обеспечивает «парижскому шику» тот самый «французский шарм». Стиль известен уже давно, начало формирования датируется далеким 17 веком. Именно в период правления Людовика 14, Париж приобрел титул первой столицы моды. Именно с данного момента,

«парижский стиль» стал идеалом, к которому стремились и котором мечтали все женщины. Особое влияние на формирование стиля оказали обычные француженки, создававшие потрясающие сочетания вещей в своих повседневных образах.

Также немалый вклад в становление французской моды и французского стиля, как такового, внесла Коко Шанель. Именно она внесла моду на минимализм в аксессуарах. С момента становления стиля, он движется в ногу со временем, впитывая в себе все модные тенденции. С момента своего зарождения, направление пережило немало изменений. Главная задача «парижского шика» – обеспечение комфорта с целью подчеркнуть женственность, используя при этом простоту и минимализм.

Парижский шик за время своего развития и сейчас, продолжает заимствовать черты и других стилей. Впитывая их в себя, как губка, а после изменяя. Прослеживается схожесть с «кежуалом», порой можно встретить отголоски «делового стиля», «хиппи», «бохо». Но тем не менее, несмотря на это, «парижский шик» это все-таки уникальность, творчество, самобытность.

МАСТЕР «СОЛНЕЧНОГО» ФЭШН-ЭСКИЗА

Семченко В.А., гр. ЛКШ-121

Научный руководитель доцент Фирсова Ю.Ю.

Кафедра Спецкомпозиции

Яркий, броский, самобытный стиль, четкие, чувственные линии эскиза, смелый подход в сочетании цветов – так можно описать манеру фэшн-графики Максима Сергеева. Его возлюбленные материалы – цветные карандаши, акварель и старые журналы. Цветные карандаши используются для выразительного изображения орнаментов и рисунков на одежде. При заполнении орнаментов цветом автор использует техничные короткие штрихи, которые с помощью разных направлений создают фактуру. Как правило штрихами заполнены только некоторые участки орнамента. Всмотриваясь в фэшн-иллюстрации Максима Сергеева, ощущаешь тепло солнечного света.

Задача художественного эскиза костюма – образами, линиями, различными приёмами и техниками не просто изобразить одежду, а выразить свою мысль и идею. Анализ различных стилей рисования мастеров фэшн-иллюстрации позволяет повысить уровень профессионального мастерства, учит наблюдению, развивает гибкость к восприятию любых графических приёмов и обогащает багаж «насмотренности». Гибкость восприятия и визуальный опыт – два главных фактора, без которых невозможно стать профессионалом-модельером или иллюстратором.

НОВОЕ ПРОЧТЕНИЕ РЕТРО-СТИЛЯ «НУАР»

Скороходова А.П., гр. ЛКШ-119В
Научный руководитель доцент Фирсова Ю.Ю.
Кафедра Спецкомпозиции

20 век стал одним из самых плодотворных за многие столетия, когда мода менялась с бешеной скоростью, практически каждое десятилетие, принося новые силуэты, формы и настроения! 1910-ые привнесли в историю моды стиль ар-деко, 20-ые прошли под девизом эмансипации, а 30-ые подарили чувственность Голливуда. Дальше – интереснее: 40-ые прошли под военными настроениями с одеждой в стилях унисекс и милитари, 50-ые начинают с подчеркнутой женственности, которая в 60-х превращается в настоящую сексуальную революцию с мини-юбкой, джинсами и пальто А-силуэта в гардеробе девушек. Чуть позже присоединятся стили гранж, гламур, кежуал и многие другие, которые заполнят гардеробы ни на одно десятилетие. В это же столетие появился драматичный стиль нуар, пришедший из детективных фильмов США 40-50-ых годов. Гнетущая и даже пессимистичная атмосфера криминальных драм подарила миру образ роковой (не только в сексуальном, но и в интеллектуальном плане!) притягательной красавицы *femme fatale*. Она умна, готова бороться за свои идеалы даже с любимым мужчиной, но делает это элегантно и на каблуках. При этом в гардероб входят «мужские» элементы, получившие «женское» прочтение: кожаный плащ, костюмы прямых форм. Знаковыми аксессуарами нуара 1940-ых годов являются длинные сигареты и компактные пистолеты, а также красная помада и копна волос.

Стиль нуар в современной моде зачастую смешивается с готическим направлением и определяется как «dark aesthetic». Сегодня чувственная готика – продукт несколько субкультурный, но больше – высокая готика.

Бренд *Moi-meme-Moitie*, образец современной готики, имеет экспонаты, выставленные в Музее Виктории и Альберта в Лондоне.

ДАМА С СОБАЧКОЙ – ТРЕНД СОВРЕМЕННОЙ МОДЫ

Люлина М.В., гр. КШК-220
Научный руководитель доцент Колташова Л.Ю.
Кафедра Спецкомпозиции

Последние годы мы становимся свидетелями тенденций моды на милых и преданных домашних питомцев, маленьких собачек. Можно вспомнить много ассоциаций, но самая первая – рассказ А.П. Чехова «Дама с собачкой».

Цель работы проанализировать парные образы: женщины и собачки в историческом аспекте; дать анализ изображениям парных образов, встречающихся на просторах интернета и социальных сетях; разработать «аутфит» для молодой женщины и ее собаки. Анализируя памятники архитектуры, живописи, пришли к выводу, собака была одомашнена еще с древних времен, и ее изображение встречается в Древнем Египте примерно с 23 000 года до нашей эры. Собаки во времена Древнего Египта были семи различных видов: басенджи, борзая, ибизан, фараонова собака, салюки, уиппет и молоссы. Последние происходили из Греции и были известны как боевые псы древнего мира. Разведением пород начали заниматься в Римской Империи. В Средние века собак начали обучать и использовать для охоты. Первые изображения парных портретов с собаками на полотнах художников появляются в период раннего Барокко, в 1590-ые годы. Наиболее известен «Портрет дамы с комнатной собачкой», художницы Лавинии Фонтана. На этом полотне молодая собачка спаниэль, соответствует образу дамы, шерстка собачки в той же цветовой гамме, как и нарядное платье героини, поэтому образы смотрятся едино и целостно. Маленькие собачки становятся украшением, игрушкой для развлечений. В 1820 г. французский художник Барон Франсу изобразил портрет «Каролина Бонапарт самая младшая из сестёр Наполеона Бонапарта и ее собачка». В период модерна 1902 г. В. Серов написал портрет «Портрет Зинаиды Юсуповой». В XIX в. на обложках модных журналов, часто встречаются Fashion-иллюстрации с парными изображениями женщин с собаками, выполненные в соответствующей времени стилистике.

Анализ социальных сетей показал актуальность выбранной темы. Собачка становится не только другом, но и ярким дополнением образа современной женщины. Разработаны парные аутфиты для молодых женщин и их четвероногих питомцев для прогулок, для романтических путешествий, для торжественных визитов.

КИНОАФИШИ АР-ДЕКО – ПРООБРАЗЫ СТИЛЯ ЭПОХИ

Мехтиева Ш.к.М., гр. МАГ-К-522

Научные руководители доцент Колташова Л.Ю., доцент Фирсова Ю.Ю.

Кафедра Спецкомпозиции

Стиль Ар-деко появился после первой мировой войны, в 1925 году. Начало новому течению положила Международная выставка современных декоративных и промышленных искусств (фр. Exposition internationale des arts décoratifs et industriels modernes), в Париже, в 1930-1940 годы направление достигло расцвета. Ар-деко по сей день вызывает интерес: по всему миру проводятся модные показы; дизайнеры интерьеров

вдохновляются течением и создают проекты; кинорежиссеры переносят зрителей в ту эпоху, и часто можно наблюдать знакомую атмосферу в фильмах или театральных постановках.

Художественное проектирование коллекции обуславливается огромным спектром различных направлений, что объясняет потребность разных подходов в поиске форм, конфигураций, предусматривающих условия направления, удовлетворение вкуса, направления моды в возможностях конструирования.

В поиске творческого источника обратилась к кинематографу тех далеких, отражающим события той эпохи, снятых сегодня. Стилевые решения 20-ых годов не могут оставить никого равнодушными, проявления стиля ярко отразилось в быте, нравах, манере поведения и образе жизни героев того времени. Тому способствовало развитие промышленного производства, литературы, оперы, балета, спорта. Женщина борется за свои права, начинает играть главную роль в жизни общества, наравне с мужчинами занимается политикой, образованием, спортом, ездит за рулем автомобиля, курит, проявляет свою независимость и эмансипированность. Параллельно с развитием кинематографа развивается искусство кино-плаката и fashion-иллюстрации. Киноафиши того времени наиболее точно передают настроение и атмосферу фильма. С эволюцией кино, произошли изменения в рекламе киноафиш: если первые плакаты представляли собой слегка обработанные кадры из фильмов, то с течением времени художники стали вспоминать о собственных законах графики и живописи. Благодаря экспериментам с колоритом, композицией, рисунком рождаются современные плакаты, отражающие общую идею фильма, несущие в себе новые идеи и формы, и возможности использования их в качестве творческого источника.

ДИДЖИТЛ РИСУНОК И ВИЗУАЛИЗАЦИЯ MAKE-UP ОБРАЗА В СТИЛЕ «PREPPY»

Микерина О.М., гр. КВ-119
Научный руководитель доцент Колташова Л.Ю.
Кафедра Спецкомпозиции

Сегодня есть множество компьютерных программ и приложений позволяющих быстро осуществить подбор одежды в соответствующем стиле или образе. Данные программы значительно упрощают работу дизайнерам и стилистам, помогают новичкам ориентироваться в стилях и направлениях.

В данной работе составлен подробный алгоритм действий, направленный на разработку современного образа в стиле «Preppy».

Варианты make-up решений разрабатывались в программе «Procreate» – доступном приложении с большим набором функций и удобным интерфейсом. Первоначально, на основе фото-референсов были созданы собирательные образы в стиле «Preppy», дан анализ стиля, осуществлен разбор составляющих элементов: одежды, аутфитов – береты, фуражки с козырьками, туфли-лоферы, часы, носки, формирующие образ детали, ставилась задача представить образ наиболее целостным и законченным.

Приложение «Procreate», разработано для iPad и позволяет рисовать на планшете, как на компьютере. Большой встроенный набор кистей, имеет возможность создания своих собственных кистей, что значительно расширяет границы для творческих экспериментов, позволяет работать с формами, фактурами и необычными линиями. Некоторые кисти представляют собой штампы – заранее нарисованный рисунок, который одним касанием стилуса легко переносится на холст.

Используя многие приемы в короткий промежуток времени удалось создать 3D-модель в программе 3D-моделирования «Nomad» и разработать коллекцию make-up образов в стиле «Preppy». Смоделированную голову перенесли в программу «Procreate», далее рисовали make-up при помощи всё тех же инструментов, что использовали при создании обычного диджитал скетча.

Преимуществом диджитал рисования является так же то, что, нарисовав один раз объект его можно копировать множество раз, размещать в разных слоях, а также есть возможность рисовать и создавать новые make-up дизайны. Цифровое рисование – это безусловно будущее, которое предоставляет нам неограниченное количество возможностей.

СОВРЕМЕННАЯ ЖЕНСКАЯ КОЛЛЕКЦИЯ В СТИЛЕ РУССКОГО АВАНГАРДА

Баляева О.А., гр. ЛКШ-120

Научный руководитель доцент Колташова Л.Ю.

Кафедра Спецкомпозиции

Первая треть XX в. была важнейшим этапом в развитии мирового искусства. Революция явилась глубоким переворотом в жизни всей страны. Изменилась идеология, экономика, государственное устройство в целом. Годы революции в России оказали неизгладимое влияние не только на ход истории в России, но и в мире. Конструктивизм как художественное течение сложился в искусстве Советской России в 20-30-ых годах XX века в контексте авангардистских исканий российских художников. Сторонники конструктивизма выдвинули задачу «конструирования» художественного объекта. Они стремились осмыслить формообразующие возможности новой

техники, логику её целесообразности и эстетические возможности новых материалов.

Художники, работавшие прежде всего для трудового народа, использовали достижения народной культуры и народной художественной практики, и принцип утилитаризма и целесообразности играл также важную роль. В проектировании одежды конструктивисты использовали универсальные правила композиционного построения, характерные для архитектуры, графики и беспредметной живописи. В основе кроя костюма лежали простейшие геометрические формы. Конструктивисты отрицательно относились к декору и приравнивали его к ненужному украшательству. Традиционный накладной декор они заменили декором-конструкцией: декоративную роль стали играть подчеркнутые конструктивные линии, швы, детали контрастного цвета, канты, застежки, карманы. Этот принцип конструктивного декора был заимствован из народного костюма. Конструктивисты заимствовали из «беспредметной» живописи тщательный анализ пропорциональных и пространственных соотношений, ритмические построения, динамические, оптические и пространственные эффекты, сдвиги и смещения форм, сочетание плоскостных и объемных элементов, что позволило предложить новаторские решения.

Простые геометрические фигуры, угловатые силуэты, асимметричность и орнамент в виде полос – все это отличает работы конструктивистов, поэтому эти черты были взяты за основу для создания коллекции.

СКЕТЧИНГ-МАРАФОН: РАЗВИТИЕ СТИЛЯ, ПАМЯТИ, ТЕХНИКИ БЫСТРОГО РИСУНКА

Кузнецов Г.В., гр. КШК-220

Научный руководитель доцент Колташова Л.Ю.

Кафедра Спецкомпозиции

Определяя свой жизненный путь, поставил перед собой цель стать настоящим художником – кузнецом собственного ремесла, решил бросить себе вызов. Таким образом принял решение участвовать в Скетчинг-марафоне: каждый день, в течении 30 дней выполнять по 100 набросков. Цель марафона: найти свой собственный стиль графического рисунка; развить технику быстрого рисунка человека в динамике; полученные знания использовать в создании эскизов костюма. Задача марафона: бросить вызов себе (смогу ли?); набрать библиотеку образов; развить память; увеличить скорость рисунка; выработать привычку много рисовать; выйти из зоны комфорта; путешествовать (всегда со скетч-буком). В марафоне – я

единственный участник и это обстоятельство значительно усложняет работу, так как нужно держать себя на постоянном самоконтроле. Для участия в марафоне использовался скетч-бук с тонированными листами, мягкие материалы: пастельные, угольные карандаши, маркеры, ручки. Выбор материалов зависел от настроения. Темы для зарисовок произвольные, то, что окружало и попадалось на пути: предметы быта, архитектура, деревья, обувь, птицы, животные, человек, техника, механизмы. В домашней обстановке – рисовал сюжеты из фильмов, особый интерес вызывали сцены борьбы, так как именно в этом состоянии фигура человека наиболее подвижна, мышцы и суставы особенно напряжены.

Итог марафона: понял, как анализировать форму; подтянул слабые стороны в рисунке; развил глазомер и кратковременную память; повысилась скорость рисунка и его качество; выработалась привычка рисовать; не перегорел, наоборот рисование доставляет радость и удовольствие; рисование переросло в привычку.

РОЛЬ ПЛАСТИКИ ЛИНИЙ В ПЕРЕДАЧЕ ВИЗУАЛЬНЫХ СМЫСЛОВ ОТ ОРНАМЕНТАЛЬНЫХ РЕШЕНИЙ ДО ОБЪЕМНЫХ ФОРМ

Кузнецова М.А., гр. ЛКШ-121в

Научный руководитель старший преподаватель Власова Ю.С.

Кафедра Спецкомпозиции

Пластика линий в эскизе костюма позволяет в полной мере раскрыть задуманный автором художественно-проектный образ. Разные по пластике линии по-разному «говорят» со зрителем. Плавно изогнутые, тягучие линии создают изящную динамику, в них может выразиться движение силуэта, с их помощью взгляд зрителя ведется по эскизу от одного элемента к другому. Округлые линии выигрышно подчёркивают объёмы будущего силуэта изделия. Закругленная по определенному радиусу линия нарочито выявляет объем. Стилизация линий позволяет достичь нужного визуального эффекта, работа с задуманным образом возможна благодаря использованию определенной, выверенной пластики линий, акцентирующей внимание на объемных формах силуэта. Использование геометрии, угловатых, прямых линий создает энергичную, острую форму, выглядит динамично. Объемы на рисунке, выполненном прямыми и ломаными линиями, воспринимаются иначе. Прямые линии, жесткие складки производят совершенно другое впечатление. Становится понятно, что в объеме такое изделие не может двигаться аналогично изображенному округлыми линиями. Определенный повторяющийся ритм позволяет предположить, как такие складки раскроются в движении, по какой траектории это будет происходить.

Геометрия пластики линий костюма помогает создать необходимую динамику.

Сравнивая характер линий можно сделать вывод, что благодаря используемой пластике, костюмы воспринимаются различно и эмоционально. Ассоциативно округлые, плавные силуэты воспринимаются как спокойные, статичные; угловатые, ломаные силуэты – наоборот.

Пересечение одинаковых по ширине линий создаёт абстрактные иллюзии и пятна, которые становятся основой костюма на рисунке. В таком случае эскиз становится более концептуальным и кроет в себе множество идей конструктивных решений костюма, орнаментальных мотивов, созданных повторяющимся ритмом линий. Чем мельче орнамент и больше разных по характеру линий, тем больше текстурных ассоциаций.

Таким образом, пластика линий в костюме – незаменимое средство выразительности для достижения определенной цели – изобразить как общую, визуальную, так и смысловую, настроенческую концепции образа, расставить акценты. Пластика линий – инструмент коммуникации между художником и зрителем для передачи визуальных смыслов.

СВЯЗЬ ФОРМОУСТОЙЧИВЫХ ЭЛЕМЕНТОВ В МОДЕ И АРХИТЕКТУРЕ

Трусова Е.К., гр. КШК-321

Научный руководитель старший преподаватель Власова Ю.С.

Кафедра Спецкомпозиции

Архитектура и мода произрастают из одного корня, даже если на первый взгляд кажется, что между платьем и постройкой мало общего. Мода, как и архитектура, формирует окружающую среду. Город – это не только дома, проспекты, улицы, а еще и люди с их манерой одеваться. Фэшн-индустрия и архитектура всегда идут бок о бок, оказывая взаимное влияние.

Формоустойчивые элементы – это элементы, которые могут сохранять свою форму и противостоять деформации под воздействием внешних нагрузок. Эти элементы имеют важное значение в архитектуре и моде, так как они могут использоваться для создания структур, которые выдерживают определенные нагрузки, оставаясь эстетически привлекательными.

В архитектуре формоустойчивые элементы используются для создания каркасов зданий, которые могут выдерживать ветер, снег, землетрясения и другие нагрузки. Они также используются в конструкциях мостов, тоннелей и других инженерных сооружений. В моде формоустойчивые элементы используются для создания одежды, которая

может поддерживать свою форму и сохранять свой вид в течение длительного времени. Они могут использоваться для создания корсетов, жакетов, платьев и других элементов одежды.

Знаменитое здание Casa Batllo («Дом Костей»), находящиеся в Барселоне, построенный в 1877 году, а затем полностью перестроенный Антони Гауди в 1904-1906 годах. Прделанная работа архитектора вдохновляет людей по всему миру. Дизайн продуман до мелочей, преобладают кривые линии и обтекаемые формы. Изначально обычное здание изменилось до неузнаваемости, так и с изделиями, на которые оно вдохновило: в основе базовая конструкция платья, но ее дополняют декоративные элементы. Детали фасада, колонны и балконы напоминают кости, в моделях кости были преобразованы в корсеты, а балконы в браслеты. Формоустойчивость придают косточки, которые фиксируют корсет по вертикали и не дают ему сминаться. Линии, образующие здание, прослеживаются в подолах и в фигурных вырезах лифа и линии горловины, повторяясь с определённым шагом. Для того чтобы повторить пластику здание, в изделиях необходимо использовать материалы, которые обладают упругостью и формоустойчивостью. Формоустойчивые элементы играют важную роль в области архитектуры и моды, так как они помогают создавать прочные и эстетически привлекательные конструкции.

СТРУКТУРНЫЕ И ФАКТУРНЫЕ ЭЛЕМЕНТЫ В ФОРМООБРАЗОВАНИИ КОСТЮМОВ ФАНТАЗИЙНОГО СТИЛЯ

Шевченко К.С., гр. КШК-11-321

Научный руководитель старший преподаватель Власова Ю.С.
Кафедра Спецкомпозиции

Творческим источником при разработке костюмов фантазийного стиля послужил парк деревьев «Gardens by the Bay» в Сингапуре, такой сказочный, будто в фантастическом сне: гигантские папоротники с мохнатыми стволами, возвышающиеся над теплым тропическим лесом и над фигурами людей. Они представлены благодаря тектоническим направляющим, которые служат и формообразующими, и одновременно декоративными элементами. Эти свойства отражены и в коллекции эскизов. Цветовая гамма для эскизов была взята из источника. За счет фиолетовых конструкций и зеленой растительности с подсветкой по всему периметру сооружений создается потрясающее сочетание оттенков, которые органично вписываются в концепцию изделий.

Предлагается использовать несколько видов материалов для исполнения изделий и передачи фактур и объемов с эскизов. Основным, акцентным материалом рекомендуется использовать объёмные, длинные

перья с эффектом наслоения. Такую текстуру часто на своих показах демонстрировал Александр Маккуин. Ее подсказывают многочисленные структурные и декоративные линии, создающие объемную форму.

Для облегчающего силуэта изделий оптимально использование сетчатого материала. Органзу и шифон с добавлением эластана. Также на второй и третьей модели есть декоративные элементы, такие как пояс, корсет и конструкция, напоминающая ансамбль величественных стеблей папоротников из сада. Эти элементы можно выполнить с помощью китового уса, обтянутого атласной тканью.

Расклевывание объемного подола швейного изделия, а также элементы верхней части лифа, манжет на рукавах и на низках брюк напоминают раскидистую крону конструкции одного из строений с творческого источника. Модели изделий, с одной стороны, отображают технологический прорыв мирового прогресса, но в то же время представляют собой фундаментальные основы нашей природы.

Данные изделия актуальны в нынешних реалиях: длина макси является одним из главных трендов 2023 года; акцентные плечи, которые стали визитной карточкой Тьерри Мюглера и в данный момент набирают огромную популярность; усиленный объем, который всегда смотрится выигрышно и эффектно за счет наслоения текстур.

ИННОВАЦИОННЫЕ ЭЛЕМЕНТЫ В РАЗРАБОТКЕ ШКОЛЬНОЙ ФОРМЫ

Шувалова Е.А., гр. ЛТШ-122

Научный руководитель старший преподаватель Власова Ю.С.
Кафедра Спецкомпозиции

Что мы слышим, когда речь заходит про школьную форму? Она дисциплинирует, заставляет сконцентрироваться на учебе и воспитывает чувство принадлежности к учебному заведению. В Японии учащиеся гордятся своей формой, носят её и в не школьное время. В Корее школьную форму носят даже знаменитости и модели. В Великобритании одежда школьников сочетает несочетаемое: яркие цвета, строгость, стиль и качество. В Англии каждая школа сама выбирает форму, на ней своя символика. В СССР также любили свою форму: те, кто застал лично те времена, с теплотой вспоминают синие костюмы и коричневые платья.

Наличие школьной формы в наши дни преподносит и плюсы, и минусы. Натуральные материалы, из которых предпочтительно выполнять школьную форму, дорогие, а потому многим семьям не по карману. Форма не оставляет место для самовыражения. Она сковывает свободу движений, комфортную эксплуатацию, к которой привыкли школьники. Всё это может

отрицательно сказываться на эмоциональном состоянии учащихся. Но существуют и положительные моменты от введения формы. Благодаря школьной форме все дети становятся равными, перестают завидовать друг другу из-за различий в одежде, финансовое положение семьи уже не имеет значения. У ребенка всегда готова одежда в школу.

При разработке новой школьной формы следует учитывать как плюсы, так и минусы. Нужна качественная, недорогая и практичная форма, которая будет объединять ребят и давать волю самовыражению. Для младшей школы важна практичность, детям важно быть активными. Для средней школы нужна такая форма, которая будет подстраиваться под тело подростка, особенно для мальчишек, которые за одно лето могут стать на пару голов выше. После анализа приоритетности запросов, можно переходить к разработке моделей, опираясь на модные тенденции и незабываемую классику. Включение в состав полотен вторичного полиэфирного волокна, прочного и долговечного при малом весе, поможет привить заботу о природе. Также можно добавить в одежду элементы конструктора, что будет очень практично в межсезонное время. Можно задуматься о философии цвета: влияние на эмоциональное состояние.

Актуальность исследовательской работы на тему «Инновационные элементы в разработке школьной формы», связана не только с тем, что идут разработки всеобщей школьной формы, но и с тем, что школьная форма в учебных заведениях приобретает всё большую популярность.

АРТ-ПОДХОД К КАСТОМИЗАЦИИ ШВЕЙНЫХ ИЗДЕЛИЙ

Коклягина С.А., гр. ЛТШ-122

Научный руководитель старший преподаватель Власова Ю.С.

Кафедра Спецкомпозиции

Кастомизация одежды, впрочем, как и любая другая мода, циклична. И сейчас кастом снова переживает свой пик популярности. Начиная примерно с 2018 года, кастом можно считать трендом номер один в мире моды. Тому есть две основные причины. Первая – в эпоху массового производства, одежды прет-а-порте и тысячных тиражей товаров, такая простая вещь, как индивидуальность в одежде, стала роскошью. Вторая – тенденция осознанного потребления. Вместо попытки угнаться за быстро сменяющимися друг друга трендами, куда логичнее приобрести одну уникальную вещь, удачно сочетая её со своим стилем. Подобная кастомная одежда или аксессуар будет выглядеть стильно несколько сезонов подряд и поможет подчеркнуть достоинства обладателя.

Люксовые бренды первыми вводят возможность кастомизации для своих вещей, появляются специальные отделы, которые расписывают вещи

на заказ. Впоследствии популярность снискал эксклюзивный сервис, когда клиент мог выбрать материал изделий, его цвет и отделку. Однако это всё же получение хоть и уникальной, но уже готовой вещи. Мастера и рукодельницы решили этот вопрос по-другому. Они кастомизировали одежду прет-а-порте самостоятельно. Сшивали несколько изделий, перешивали или раскрашивали готовую одежду и так далее. Но как быть в таком случае людям, которые хотят необычную и уникальную одежду, но не умеют шить или никогда не занимались росписью? На помощь приходят готовые швейные изделия, идущие в комплекте с набором красок и трафаретов. Конечно, и раньше было можно купить белую футболку и приобрести краски по ткани в художественном магазине. Но что выбор модели, что выбор красок утомительно долг и сложен, особенно для человека, не связанного с творчеством. Теперь эта проблема решена. Всё приобретается в одном месте, в одно время, в соответствии с пожеланиями клиента. Учитывая современные тенденции в одежде, а именно спрос на брючные кэжуал костюмы, на женственные юбки и платья, а также на сочетания оверсайз и прилегающего силуэта, разработана серия повседневных моделей одежды. Вместе с тем взято несколько разнообразных цветовых палитр и выбрано несколько трафаретов, которые привлекли бы большое число потребителей. Теперь возможность кастомизации одежды всецело в руках покупателя средней руки. Возможность почувствовать себя творцом представится большему числу людей и не ударит по кошельку в попытках дополнить свой стильный гардероб уникальными вещами, к завершённому виду которых они сами приложили руку.

ГОРОД МЕЧТЫ ДЖОРДЖО ДЕ КИРИКО В КОЛЛЕКЦИИ СОВРЕМЕННОЙ МОЛОДЁЖНОЙ ОДЕЖДЫ

Овчарова А.М., гр. КДК-9-319

Научный руководитель старший преподаватель Герасимова М.П.

Кафедра Спецкомпозиции

Живопись Джорджо де Кирико своеобразна и выразительна. Вкладывая в бездушные предметы тайное значение, стремясь раскрыть их истинный замысел, совмещая несовместимое и играя с подсознанием, он стал предвестником одного из масштабных направлений в искусстве XX века – сюрреализма.

Коллекция одежды «Город мечты де Кирико» – это смелое предположение о том, какой могла быть городская мода, если бы де Кирико был дизайнером одежды.

Модельеры часто обращаются к искусству: используют в своих коллекциях произведения живописи или создают коллаборации с современными художниками. Брендам сотрудничество с художниками необходимо: оно позиционирует марку как флагман утонченного вкуса, а главное – помогает ей быть для клиентов не только поставщиком одежды, обуви или аксессуаров, но и куратором стиля жизни, в котором есть место и таким феноменам, как современное искусство разной степени радикальности. Художникам тоже выгодно: отдавая свои творения коммерческим брендам, они получают взамен расширение аудитории и большую известность.

Графические приемы де Кирико в моделях не были использованы напрямую. Целью было не точное копирование картин и использование их в качестве принта, а передать то эмоциональное впечатление, которое оказывают его полотна. Разнообразные оттенки и детали картин де Кирико определили цветовое решение коллекции, ассортимент и выбор ткани. Ведущими цветами стали: сине-зеленый и фиолетовый. Фиолетовый цвет означает мудрость, храбрость и духовность. Его редкая и таинственная природа, возможно, заставляет его казаться связанным с неизвестным, сверхъестественным и божественным. Фиолетовый – цвет необычных, неординарных людей.

Ассортимент коллекции: корсеты, комбинезоны, платья, брюки, жакет, юбки, сапоги. Основные ткани: бархат, шелк, костюмная ткань. Контраст не только в цвете, но и в тканях: сочетание тонких и плотных, мягких и твердых тканей помогает сильнее передать «дух» картин де Кирико.

На протяжении десятилетий дизайнеры вдохновлялись произведениями искусства и в дальнейшем диалог искусства и моды не прекратится. Брать картины за основу коллекции – идея не новая, однако используемые художественные приёмы и материалы делают работу уникальной.

ВИЗУАЛИЗАЦИЯ ЖИВОПИСНЫХ РАБОТ АНРИ МАТИССА В СОВРЕМЕННОМ ИНТЕРЬЕРЕ

Цимпаева З.С., гр. КДС-9-219

Научный руководитель старший преподаватель Герасимова М.П.

Кафедра Спецкомпозиции

Анри Эмиль Бенуа Матисс – французский живописец, рисовальщик, гравёр и скульптор, один из крупнейших европейских художников эры модернизма, один из основоположников и ведущих представителей фовизма.

Самой важной и ценной вещью, которую фовисты привнесли в современное искусство, было то, что цвет мог выражать определенное настроение или формировать структуру внутри картины, ему больше не нужно было соответствовать реальности. С помощью максимального упрощения форм и ярких насыщенных цветов художники привлекали внимание зрителя к изначальной плоскости холста или листа бумаги, где каждый элемент в живописном пространстве играет определенную роль. Моментальное визуальное впечатление от такой работы должно было быть сильным и цельным. Важнейшей ценностью фовизма было личное высказывание. На основе этой концепции возникла идея создания интерьеров, которые явились визуализацией работ самого яркого представителя данного стиля. Так как современные жители мегаполиса не против внесения в собственное жильё яркого цвета, необычного дизайна, подчёркивающего их индивидуальность, источником вдохновения для проекта послужили живописные полотна Анри Матисса и их объёмное представление в интерьере, в отличие от плоскостного решения оформления в виде декора стен. Были выбраны работы, в которых присутствует большое количество мебели и декора, например, картина «Севильский натюрморт» с изображением орнаментальной мебели (диван, стол, пуфики и большое количество цветов), являющейся основной частью композиции. При создании эскизов продумывались интерьеры, цвета, аналогичные источникам – для передачи атмосферы картин. Форма использовалась разная и менялась относительно сюжетов полотен, преобразовывавшихся в интерьере. Также немаловажной деталью стали узоры, которые прослеживаются в большинстве произведений Матисса. Распределяя одну декоративную материю относительно другой, создавалась иллюзия пространства. Такие же принципы в работах использовал и сам художник, хотя формально правила перспективы на его полотнах не соблюдались. Интересно, что менее глубокими от этого картины не становились. Такими же получились и эскизы интерьеров – яркими, насыщенными, необычными. Разные цвета и фактуры задали особую ритмичность, которая воздействует не на рациональную, а на эмоциональную составляющую смотрящего.

РАЗРАБОТКА КОЛЛЕКЦИИ АКСЕССУАРОВ ДЛЯ ГОЛОВЫ В СТИЛЯХ РАЗЛИЧНЫХ ЭПОХ

Садыкова К.В., гр. МХ-121

Научный руководитель старший преподаватель Герасимова М.П.

Кафедра Спецкомпозиции

Несмотря на то, что основная причина возникновения головных уборов – функциональная, многие аксессуары выглядят как самые

настоящие предметы искусства. В обычной жизни такие аксессуары не встречаются, но на показах модных коллекций для создания законченного образа, на фестивалях или других мероприятиях, где не обойтись без необычного дополнения, они всегда есть.

Рассмотрим четыре исторических периода, выбранные для создания коллекции аксессуаров для головы в фантазийном стиле.

Образцами для первого блока послужила одежда и декоративно-прикладное искусство древних египтян. К характерным и неизменным чертам стиля относится символизм и геометрия, на основе чего были разработаны эскизы аксессуаров для головы. В дизайне моделей использованы все главные черты, характерные для древнеегипетского искусства. Форма аксессуаров – фантазийная, необычная, поэтому в современном мире данные уборы нашли бы свое применение в индустрии моды.

Следующая интересная культура, выбранная для второго блока – узбекская. Тесная связь с историей отражается в особенностях народного костюма: исторические древние особенности народных промыслов, религиозные черты. Яркий синий, орнаменты майолики и изразцов, форма ниш – всё это нашло применение в переработанном виде в дизайне головных уборов. В современном мире подобные аксессуары нашли бы применение в модных показах, фольклорных фестивалях.

Рассмотрим готическую эпоху, выбранную для третьего блока. Развитие костюма параллельно шло с развитием архитектуры, поэтому исходя из совокупности факторов и особенностей готического стиля, были разработаны эскизы аксессуаров для головы. Используемые в моделях формы и декоративное наполнение оконных проёмов, арки и витражи трансформированы в фантазийную форму головных уборов. В современном мире данные уборы нашли бы свое применение в модных показах, презентациях, фестивалях – в местах, где надо выделиться.

Перейдем к анализу источника для четвёртого блока коллекции – к стилю модерн. На основе особенностей стиля модерн, были разработаны эскизы аксессуаров для головы, повторяющие главные черты выбранного в качестве источника стиля – симметричность и геометричность, пластичность и асимметричность форм, плавность линий.

КОЛЛЕКЦИЯ ОБУВИ «DAYDREAM»

Семчукова К.С., гр. ЛКО-219

Научный руководитель старший преподаватель Герасимова М.П.

Кафедра Спецкомпозиции

Не секрет, что правильно подобранная пара обуви способна самым лучшим образом изменить не только внешний вид и походку, но и жизненный настрой её счастливой обладательницы. В этом сезоне, среди других интересных находок, в тренде модели обуви с небанальным декором, например, изящные босоножки с каблуком в форме праздничной свечи или замысловатые цветы, «распустившиеся» на туфлях одного известного бренда. Именно необычные детали, которые можно с восхищением рассматривать часами, восхищаясь либо стремясь постигнуть идею дизайнера. Нестандартный каблук – новый, яркий тренд летнего сезона. Бренды интегрируют лого, играют с геометрическими формами – кубами, сферами и пирамидами, а также создают целые авангардные композиции.

Коллекция Daydream относится к модельной обуви, но некоторые модели пригодны и для повседневной носки за счёт устойчивого каблука и удобной конструкции. Привлекательный внешний вид в данной ситуации является одним из главных критериев, так как обувь будет приобретаться для торжественных случаев, походов на различные светские мероприятия и праздники. Для верха туфель женских летнего сезона носки целесообразно применять эластичную кожу. Подкладки туфель женских модельных будет выполняться из подкладочной (выросток) КРС высокого качества, так как все модели открытые. Для подошвы используется полиуретан (формованный). Материал каблуков – АБС-пластик, который характеризуется высоким пределом прочности при сжатии и изгибе, а также хорошей прочностью, что важно для каблука нестандартной формы с острыми углами.

Данная коллекция обладает всеми необходимыми требованиями для модельной обуви. Модели, входящие в коллекцию, комфортны, эстетичны, обладают неповторимым, запоминающимся дизайном и нестандартной конструкцией. Таким образом, считаю, что данные модели туфель летнего сезона носки полностью пригодны для их производства.

МЕТОДЫ ПРОИЗВОДСТВА ОДЕЖДЫ С МИНИМИЗАЦИЕЙ РАСХОДА МАТЕРИАЛА

Мерлина И., гр. ЛКШ-221

Научный руководитель преподаватель Голованёва А.В.
Кафедра Спецкомпозиции

Критическое состояние экологии, которое вызвано влиянием так же и индустрией моды, подтолкнуло многие бренды перейти от «быстрой моды» к устойчивой, для чего были разработаны различные методы создания одежды с минимальными расходами материала. Данные методы можно условно разделить на две большие группы: работа с материалом и работа в цифровом пространстве.

В первую группу входит популярный и широко применяемый метод «upcycling». Его идея заключается во вторичном использовании остатков материала от производства или готовых изделий для создания новых качественных и оригинальных предметов одежды. К такому методу обращались Stella McCartney, Miu Miu, RomaUvarovDesign, Anrealage и др.

Конструирование одежды «zero waste» представляет собой комплексный процесс, где выбор материала исходит из особенностей кроя и назначения изделия, а крой зависит от габаритов и свойств материала. Полученные таким методом лекала при раскрое складываются в «пазл» с малым количеством выпадов. Примерами использования такого метода являются работы Тимо Риссанена, Холли МакКвилан, Кэтрин Хадсон и др.

Инновационный метод распыления волокон на тело человека так же помогает сократить расход материала. Данный метод продемонстрирован брендом Copreni на показе 2022 года. Состав из хлопковых волокон застывает и образует цельное полотно с идеальной посадкой по фигуре.

Создание одежды и обуви в цифровом пространстве значительно уменьшает расходы материалов. Благодаря программам бренды отработывают конструкцию изделия, уменьшают возможность возникновения брака, составляют раскладку лекал с минимальными выпадами. Также сложная и интересная модель может быть создана без использования физического материала в виде цифрового изделия, которое видоизменяют под фигуру человека.

Таким образом, существует множество методов, которые используются в индустрии для уменьшения расхода материалов при создании новых продуктов, и соответственно, приближают ее к устойчивому и рациональному развитию. На базе полученных знаний были разработаны эскизы молодежной коллекции современной женской одежды с применением техники «upcycling» и «zero waste» для актуализации методов производства одежды с минимизацией расхода материала.

ФИЗИКА В СОВРЕМЕННОЙ МОДЕ

Демина М.В., гр. ЛКШ-221

Научный руководитель преподаватель Голованёва А.В.

Кафедра Спецкомпозиции

Наука движет модной индустрией в плане разработки новых материалов, цветовых сочетаний, способов проектирования и производства одежды. Специалисты целого ряда отраслей знаний (историки, культурологи, психологи, художники-дизайнеры, технологи) определяют моду как объект своих исследований.

Целью данной исследовательской работы является анализ влияния законов физики на процессы получения нужных свойств материалов для передачи задумки дизайнера в готовом изделии. Используя достижения науки в сфере применения законов физики, дизайнеры вместе с учеными изобретают альтернативные материалы, например, из яблочного жмыха (отход производства сока) изготавливают искусственную кожу, а из мицелия – замшу. Биоинженеры из США изобрели коллаген на основе изменения ДНК дрожжей, для изготовления искусственной кожи. Перечисленные примеры подчеркивает экологическую направленность локальных брендов одежды, использующих для производства отходы и искусственные ткани.

Еще одним проявлением физики в мире моды являются оптические (зрительные) иллюзии, которые формируют необходимое зрительное восприятие фигуры и модели в целом.

На примере дизайна Айрис Ван Херпен отлично прослеживается взаимосвязь физики, химии и биологии при создании потрясающих моделей одежды. Ван Херпен является дизайнером высокой концепции, который объединяет интерес к моде, искусству и архитектуре с передовыми технологиями. Так в 2013 г. в сотрудничестве с Нери и Керен Оксман из MIT Media Lab, архитектором Джулией Кернер и Materialise дизайнер представила первые гибкие платья, напечатанные на 3D-принтере, с целью изучения высокого электрического напряжения и его связи с человеческим телом, а в 2015 году Ирис ван Херпен изучила завораживающее действие магнитных сил: благодаря инъекционным технологиям литья и лазерной резке изделия повторяют движения тела. Для коллекции 2017 года Айрис ван Херпен изучала циматику: неясную теорию, связывающую звуковые колебания и формы, создаваемые на плоских поверхностях. Результатом этой работы стала серия неземных дизайнов. Продвигая изучение звука еще дальше, Айрис ван Херпен придумала платье из сотен выдутых вручную стеклянных пузырьков, нанесенных на силикон.

Анализируя влияние физики, как науки, на мир моды и опираясь на концепцию Айрис Ван Херпен, в данной работе была разработана женская коллекция современной одежды из инновационных материалов сегмента кутюр, отвечающая модным тенденциям.

ЭКОЛОГИЯ – НОВЫЙ ТРЕНД В МИРЕ МОДЫ

Усова А.С., гр. ЛКШ-221

Научный руководитель преподаватель Голованёва А.В.
Кафедра Спецкомпозиции

Модная индустрия имеет широкое воздействие на общество, она способна привлечь внимание потребителей к актуальным и важным проблемам в мире. Проблемы экологии уже давно стали важной стезей развития инновационных технологий учеными по всему миру, и сейчас деятели модной индустрии стараются активно прибегать к новым разработкам в своих коллекциях, актуализируя проблему и способы ее решения. В работе рассмотрены инновационные технологии производства одежды с уклоном на минимизацию вреда для экологии нашей планеты.

В 2016 году «Bloom» впервые представил пеноматериал на основе водорослей. Этот материал появился благодаря тому, что было замечено, что водоросли богатые белком под воздействием тепла, давления и времени пластифицируются. Эту инновацию уже активно используют Adidas, Puma, Reebok, H&M, Aldo, Bogs.

AlgiKnit стремится создать устойчивое биоразлагаемое волокно, которое станет альтернативой текстилю из нефтехимии, используя для производства пряжи водоросль под названием ламинария. А чтобы окрасить полученную пряжу используют измельчённый хитин ракообразных. Сама водоросль является одним из самых быстрорастущих организмов на нашей планете.

Водоросли сейчас продвигают, как альтернативу пластику, и в настоящее время первое и второе место по их масштабному производству занимают Китай и Индонезия: там их выращивают для очищения вод, прилегающих к этим регионам, от радиоактивных отходов. Такие водоросли не могут быть использованы для инновационных технологий получения сырья из-за поглощения радиации, что раскрывает перспективу по поиску новых мест, подходящих для промышленного производства водорослей для актуализации использования такого сырья для замены пластика по всему миру.

Вышеперечисленные разработки могут помочь изменить современные проблемы экологии. Объединив разработку «Bloom» и 3D-печать на принтере, мы можем получить возможность экологической

печати, которую реально использовать в различных направлениях, включая модную индустрию. В данной работе на базе проведенного анализа и полученной информации была разработана эскизная коллекция современной женской одежды с применением данной технологии. Продвижение такого инновационного подхода изготовления одежды поможет уменьшить загрязнение планеты пластиковыми отходами и сохранить природу для будущих поколений.

СТИЛЬ ДЕНДИ: ИЗ «ВЧЕРА» В «ЗАВТРА»

Инкина А.К., гр. ЛКШ-219

Научный руководитель доцент Фирсова Ю.Ю.

Кафедра Спецкомпозиции

Многие стили, существующие в настоящее время, опираются на историю и культуру. Таким образом, например, этнический стиль, в разных странах может выглядеть по-разному и содержать элементы, принадлежащие какому-либо конкретному народу. Одним из современных стилей, основывающихся на моде прошлого, можно назвать стиль денди, который и тогда, и сейчас является показателем социального положения и хорошего вкуса. Стиль денди ярко ассоциируется с «лондонской» элегантностью и сдержанностью, контрастирующей с французской роскошью. Денди предпочитали лаконичные элементы гардероба, отличающиеся своей скромностью и утонченностью, большому количеству драгоценных камней, кружеву и парикам. Аксессуары подбирали по принципу минимализма, к ним относились, например, карманные часы с цепочкой на жилете, золотое кольцо, трость.

Минимализм – это главный принцип в стиле денди. Ожидаемо, он имеет влияние не только на внешний вид, но и на манеру поведения и даже образ жизни. Истинные денди одевались сдержанно, предпочитали небольшое количество дорогих аксессуаров, их речь была немногословна. Предполагается, что настоящие представители данного стиля являются частыми гостями светских мероприятий, таких как балы, театры, оперы; также они являются ценителями музыки и литературы. Нередко денди увлекались коллекционированием (часов, вин, произведений искусства и т.д.). Очевидно, что подобному образу жизни могли придерживаться в большинстве случаев аристократы.

Главная особенность современного стиля денди – это использование одежды «с мужского плеча». Так же, как и в прошлом, характеризуется сдержанностью и элегантностью. Современный стиль денди, как правило, содержит следующие элементы: использование одежды, присутствующей в мужском гардеробе, идеально сидящей по фигуре; использование

аксессуаров: шляп, брошей, а также «типично мужских» аксессуаров; простые фасоны; дорогие материалы – твид, кашемир, шелк.

В классическом понимании стилю денди характерны естественная и лаконичная цветовая гамма, однако при сочетании данного стиля с другими (что актуально в наше время), можно прийти к интересным решениям, подходящих для различных мероприятий и событий.

СТРИТСТАЙЛ – СТИЛЬ МОЛОДЕЖИ ВСЕГО МИРА

Инкина А.К., гр. ЛКШ-219

Научный руководитель доцент Фирсова Ю.Ю.

Кафедра Спецкомпозиции

Стиль – это совокупность признаков, по которым можно разделить одежду на несколько категорий и видов. На него влияют различные факторы, такие как возраст, социальное положение, менталитет, образ жизни и работы и многое другое. В современном мире существует множество стилистических направлений, например классический, спортивный, романтический, милитари, этнический.

Сейчас одним из самых распространенных направлений является «стритстайл», что в переводе означает «уличный стиль». Данный стиль появился в 50-ые годы в Англии и Японии, ведь именно там молодежь первой начала отрицать нормы и правила, навязанные обществом, и в первую очередь это выражалось в одежде. Немалую роль в формировании уличного стиля одежды сыграл Пьер Карден. Модельер одним из первых заметил, что молодежь нуждается в новой, современной одежде, с помощью которой они смогут выражать свои чувства. Со временем новый стиль стал распространяться и на другие страны, и уже к 70-80 годам он нашел отражение в гардеробе американской молодежи.

Уличный стиль движется в ногу с трендами, поэтому все время меняется, развивается, дополняется и совершенствуется. С того момента, как направление только появилось, оно пережило немало изменений. К нему постоянно добавлялись элементы различных новых молодежных культур. Также и высокая мода своими новыми коллекциями влияет на изменения в стритстайл. Несмотря на то, что уличный стиль относится к свободному, творческому направлению в одежде, он имеет несколько своих отличительных признаков: отсутствие рамок – уличная мода не диктует правила, а даже наоборот, чем больше свободы и оригинальности, тем лучше; отрицание роскоши – с самого зарождения стиля, когда все носили утонченные наряды в духе New Look, молодежь противостояла показной роскоши и элегантности, образы были комфортными, в меру расслабленными и совсем не кричали о шике; отсутствие зацикленности на

брендах – приверженцам уличного стиля не важно, кто производитель, часто встречается сочетание дорогих и дешевых вещей.

Основной задачей данного стиля является сочетание комфорта и свободы выбора. Предпочтение этому направлению отдают как правило молодые парни и девушки от 20 до 35 лет, но и в более старшем возрасте можно удачно вписать уличный стиль в свой гардероб.

КЛАССИЧЕСКИЙ СТИЛЬ КОСТЮМА В ОТЕЧЕСТВЕННОЙ КИНЕМАТОГРАФИИ

Плынова В.Д., гр. ЛКШ-219

Научный руководитель доцент Фирсова Ю.Ю.

Кафедра Спецкомпозиции

В современном мире кино, актёры, сериалы и прочее создают тренды. Многие из нас смотрят не только показы моды, но и фильмы, в которых зачастую делается акцент на костюмах. Использование костюмов в классическом стиле, если это совпадает с сюжетом, делает фильм современным «на все времена», а также прививает обществу хороший вкус. Понимание сочетания вещей, уместность их на различных мероприятиях, демонстрация лучших приёмов модной эпохи, по которым о ней будет судить потомки.

Классический стиль не только помогает в создании «вечных» костюмов для кино, также он остаётся актуальным уже много лет для выходов в свет, походов на работу или учёбу, на прогулку. Классика сдержанная, имеет четкий порядок, отсутствие хаоса, лаконичность, простоту, спокойствие. Вокруг этого стиля создаётся урбанистическая атмосфера, ведь он хорошо смотрится на фоне геометрии архитектуры. Базовые цвета классического стиля, в основном, спокойные и сдержанные, но для создания настоящего актуального образа стоит обратить внимание на палитру последнего сезона, например, классический костюм в ярко оранжевом или синем цвете может сохранить свою актуальность даже через много лет, при этом помогая выделиться среди толпы и следовать трендам. Также хорошим вариантом будет нанесение актуальных печатных дизайнов.

Классический стиль и кинематограф могут помочь друг другу. Помочь в том, что фильмы не будут выглядеть глупо в будущем, а человек не будет выглядеть глупо сейчас.

ЭКОЛОГИЯ И СОХРАНЕНИЕ КУЛЬТУРНЫХ КОДОВ – ГЛАВНЫЕ ТРЕНДЫ МИРОВОЙ МОДЫ

Шутова Е.А., гр. ЛКШ-220

Научные руководители доцент Фирсова Ю.Ю., преподаватель Серикова А.Н.
Кафедра Спецкомпозиции

Какие проблемы стоят перед человечеством сегодня? Если собрать их все во внушительный список, то возглавит его самый значимый и открытый вопрос об экологии. Её отголоски встречаются нас повсеместно: начиная с очень медленно разлагающейся пластиковой упаковки сока, выпитого за завтраком, и заканчивая разрушением озонового слоя от применения азотных удобрений в сельском хозяйстве.

Для того что бы привлечь внимание людей на эти проблемы, во всем мире и в России утверждены специальные дни и проводятся различные форумы, практические конференции и премии. Наиболее ярко на фоне разнообразных вопросов экологии в России выделяется тема леса, как одного из самых больших ресурсов страны. Второе место по значимости занимает культура. В любой стране история, языки и традиции составляют основу всего. Забывая их, мы теряем ценности современного мира.

Все эти перечисленные и поднимаемые вопросы так или иначе отражаются во всех сферах деятельности человека. Не обходят стороной они и модную индустрию. Бренды одежды всё чаще предлагают использовать натуральные и переработанные материалы для того, чтобы избежать проблем с вредным воздействием синтетики на организм человека и уменьшить объем выброшенных на свалку вещей. А дизайнеры продолжают обращаться к культурным кодам различных народов для создания коллекций, поддерживая тем самым ценности и наследие предков.

ЭКОЛОГИЯ И МОДА

Кубекова А.И., гр. ЛКШ-220

Научные руководители доцент Фирсова Ю.Ю., преподаватель Серикова А.Н.
Кафедра Спецкомпозиции

Стремительный рост технического прогресса влияет на развитие современного общества: происходят открытия в медицине, совершаются шаги к освоению космоса, создаются новые продукты питания. Особое внимание уделяется экологии. С каждым годом острее встает вопрос сохранения окружающей среды и комфортного сосуществования человека и природы.

Забота об экологии является одной из главных задач всего населения планеты, так как нарушение природного баланса влечет за собой смену климата, изменение рельефа материков, утрату природных ресурсов. В связи с этим в 2023 году пройдут конференции ООН, Итоговый обзор шестого доклада МГЭИК, Климатический саммит COP28. Кроме того, в России будут проведены девятый международный форум «Экология» и форум «Российская энергетическая неделя», где в предыдущие года предлагали крупные лесоклиматические проекты и обсуждалась проблема выбросов углекислого газа.

Бесконтрольная деятельность человека приводит к уничтожению комфортной среды обитания, поэтому необходимо грамотно развивать промышленность, ответственно подходить к выпускаемой продукции и отходам. Сегодня над этим работают и производители одежды. Модные бренды популяризируют экологичность, выбирая разлагаемые и утилизируемые материалы, создавая новые вещи из винтажных, налаживая безотходное производство.

Помимо технологий важен и внешний вид одежды. В дизайн закладывается определенная философия бренда. Так, например, с идеей предотвращения глобального потепления можно связать термохромные ткани, меняющие в зависимости от температуры один цвет на другой. Как варианты представления загрязнения природы: темные разводы на идеальных костюмах или, символизирующие мусор, контрастные съемные элементы, которые необходимо снять, чтобы получить «чистую» вещь. В качестве тренда, посвященного озеленению, можно сделать зеленые вставки, отличающиеся по фактуре от основного материала.

В дополнение к острым эко-проблемам стоит обратить внимание на идею образования человеком и природы единого целого. Костюмы с растительными мотивами естественные сочетания цветов станут отличным средством передачи созидательности и соединения с флорой и фауной.

ПРИМЕНЕНИЕ ЗАРИСОВОК ЭМОЦИОНАЛЬНЫХ СОСТОЯНИЙ В ДВУХМЕРНОЙ И ТРЁХМЕРНОЙ ПРОДУКЦИИ

Прохорова О.Б., гр. ЛКШ-122

Научный руководитель старший преподаватель Власова Ю.С.

Кафедра Спецкомпозиции

Мимический код эмоциональных состояний представляет собой систему для классификации выражений лица человека. С его помощью мы с достаточной точностью интерпретируем мимические конфигурации как выражение соответствующих эмоций. Система кодирования лицевых движений часто используется художниками для создания сюжетных

полотен, а также портретных зарисовок. Говоря о портретах, нельзя не упомянуть, что существуют кардинальные различия в изображении мужского и женского портретов, так, если у женщин – сердцевидная форма лица, фасонные брови, миндалевидные глаза, то у мужчин – овальное лицо и глаза, прямые брови. Все эти нюансы учитываются при создании двумерных и трехмерных изображений человека. На восприятие зрителя очень часто влияет и то, какими средствами художник изображает модель.

В современном мире графический мимический код эмоциональных состояний имеет огромное значение: он имеет множество позиции и используется как в СМИ (постеры, обложки, упаковки, афиши), так и в интерьере (настенные композиции, витражи, барельефы), сувенирной продукции (блокноты, кружки, значки, магниты, сумки, футболки), а также в мультипликации (кино, мультфильмы, анимированная реклама),

Апофеозом мультипликации является создание недушевлённого персонажа, наделённого человеческими чертами, ведь специалистам необходимо создать убедительный художественный образ. При его создании учитываются не только коды эмоциональных состояний, но и идеализированные различия изображения мужского и женского портретов. Причём любой персонаж должен быть наделён целым спектром эмоций. Специальные программы «считывают» мимику актёров и накладывают основные черты эмоциональных состояний на готовую модель персонажа.

Современные нейросети способны создавать иллюстрацию по заданным вопросам. Так, например, программа может вывести корректный результат на запрос: грусть + чайник, радость + книга, но только если она специально обучена. Общедоступные технологии нейросетей пока что не могут отразить образ человека как недушевлённый предмет, считывая его эмоции. Подобные программы широко используются пока что только при создании анимированной рекламы и, в частности, некоторых кинолент. В силах дизайнеров помочь в обучении нейросетей для получения желаемой продукции корректного качества с помощью создания баз «правильных» изображений, на которые можно ориентироваться.

ИННОВАЦИОННЫЕ МЕТОДЫ ХУДОЖЕСТВЕННОЙ ОБРАБОТКИ КОЖИ

Вылегжанина Т.П., гр. ЛТХ-121

Научный руководитель старший преподаватель Окутин А.С.

Кафедра Технологии кожи и меха

Кожа – один из первых материалов, который начали обрабатывать люди. Со временем нашлись и ремесленники с творческим подходом к работе, которые и явились праотцами художественной обработки кожи.

Кожа всегда находится в центре внимания. Она прочна, пластична, послушна, элегантна долговечна и никогда не выходит из моды, поэтому нужно постоянно предлагать новые идеи, осваивать современные технологии, и воплощать их в жизнь.

Специфика кожевенного производства предполагает объединение художественных приёмов современного дизайна, достижений науки и технологии. В настоящее время дизайнеры сочетают в своей деятельности, и традиционные приёмы исполнения, и инновационные методы дизайна кожаного полуфабриката. Используют такие приёмы как пэчворк, тиснение, перфорация, гравировка, пирография, аппликация, интарсия, техника батик, отделка кожи на машинных установках, нанесение художественной текстуры, лакированная кожа, металлизация, гофрирование, патинаж, буфы, роспись по натуральной коже, техника Киригами, техника Оригами, вышивка, применение декоративной фурнитуры, сочетание материалов, драпировка.

Таким образом можно заключить, что все современные технологии, построены на старых традиционных способах обработки и комбинируются между собой, позволяя постоянно осваивать и предлагать новые идеи, расширяя творческие границы скорняков и дизайнеров, вдохновляя на новые творческие эксперименты.

Выработка кож с высокими декоративными свойствами, эластичных, приятных на ощупь, с высокими физико-механическими свойствами – одна из главных задач кожевенной промышленности. Ее решение возможно только при соблюдении технологической дисциплины, контроле качества на всех стадиях технологического процесса, использовании современного оборудования, внедрения прогрессивных методов обработки кож и новых эффективных химических материалов.

ПРИМЕНЕНИЕ ЭЛЕКТРОХИМИЧЕСКОЙ АКТИВАЦИИ В КОЖЕВЕННО-МЕХОВОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

Гаврилова О.С., гр. ЛТК-120

Научные руководители аспирант Евтеева Н.Г., доцент Дормидонтова О.В.

Кафедра Технологии кожи и меха

Безреагентное изменение физико-химических характеристик воды или водных растворов путём электрохимической активация является сравнительно молодым, но одним из наиболее перспективных направлений, которое уже применяется во многих отраслях промышленности.

Электрохимическая активация – это технология получения метастабильных веществ анодным или катодным электрохимическим воздействием для последующего использования этих веществ в различных

технологических процессах в период сохранения ими повышенной физико-химической и каталитической активности. Электрохимическая активация растворов обязательно сопровождается изменением их химического состава, кислотности и щёлочности, значительным повышением реакционной способности.

В научной литературе есть данные по применению электрохимически активированной воды в меховой промышленности. Технология обработки различных видов меха и облагораживание волосяного покрова с использованием электроактивированной воды обеспечивает существенную экономию воды и химических реагентов, ускорение процессов мойки, отмоки, дубления в два-три раза и получение меховых шкурок с заданным набором физико-химических свойств. В то же время технология подготовительных процессов обработки меха исключает использование поверхностно-активных веществ, токсичных антисептиков, таких как формалин и кремнефторид натрия, что дает основания считать ее экологически безопасной.

На кафедре Технология кожи и меха РГУ им. А.Н. Косыгина ведутся исследования по применению электрохимически активированной воды в кожевенной промышленности. Замена в процессе зольения токсичного сульфида натрия и многотоннажного гидроксида кальция на электроактивированную воду приводит к исключению этих химических реагентов из технологии производства кожи и, соответственно, уменьшению загрязнения сточных вод и окружающей среды, а полученные кожи по своим характеристикам не уступают козам традиционного метода обработки.

Благодаря использованию электрохимической активации происходит экономия энергии, труда, времени и химических материалов. За счёт того, что химически активные реагенты синтезируются на месте их применения, исключается транспортировка и хранение опасных веществ.

РАЗРАБОТКА ТЕХНОЛОГИЧЕСКОГО РЕШЕНИЯ ПО ПРОИЗВОДСТВУ КОЖ ХРОМОВОГО МЕТОДА ДУБЛЕНИЯ ИЗ ШКУР ОВЕЦ С ПРИМЕНЕНИЕМ УЛЬТРАЗВУКА ДЛЯ КОЖЕВЕННОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

Джумабеков М.С., гр. ЛТК-119
Научный руководитель доцент Дормидонтова О.В.
Кафедра Технологии кожи и меха

В настоящее время растёт спрос на более чистые, но в то же время эффективные альтернативы традиционным технологическим процессам

кожевенного производства. В этом смысле ультразвуковая обработка кожевенного сырья может быть весьма многообещающей.

Проведённый в рамках выполнения ВКР литературный обзор научных исследований в области использования ультразвука в кожевенном производстве позволил выявить особую перспективность ультразвукового воздействия на кожевенное гольё при проведении хромового дубления. Имеются научно-исследовательские работы, в которых процесс хромового дубления шкур овец с использованием ультразвука изучался при различных технологических параметрах: рН, температуре, продолжительности обработки, концентрации хромового дубителя, времени ультразвукового воздействия на кожевенное гольё, осуществляемого перед дублением и непосредственно во время дубления.

Данные исследований показали, что воздействие ультразвука на кожевенное гольё приводит к увеличению степени поглощения хрома гольём и к значительному снижению степени усадки кожевенного полуфабриката. Установлено, что предварительное ультразвуковое воздействие на гольё увеличивает степень поглощения им хрома на 13,8%, что позволяет снизить концентрацию хромового дубителя с 8% до 5% от массы голья и вдвое сократить продолжительность дубления. Использование же ультразвукового воздействия на гольё непосредственно во время дубления увеличивает поглощение им хрома на 28,5%, что позволяет снизить концентрацию хромового дубителя с 8% до 4% от массы голья и втрое сократить продолжительность дубления. При этом степень усадки кожевенного полуфабриката, полученного с использованием предварительной ультразвуковой обработки голья, снизилась с 5,2% до 3,2%, а степень усадки кожевенного полуфабриката, полученного с использованием ультразвукового воздействия на гольё непосредственно во время дубления, снизилась с 5,2% до 1,3%.

Проведённый анализ новейших научных публикаций позволяет рекомендовать технологию ультразвукового воздействия непосредственно в ходе дубления при разработке технологического решения по производству кож хромового метода дубления из шкур овец с применением ультразвука.

ИННОВАЦИОННЫЕ МЕТОДЫ ПЕРЕРАБОТКИ ОТХОДОВ КОЖЕВЕННОГО ПРОИЗВОДСТВА

Жалалова А., гр. ЛТХ-121

Научный руководитель старший преподаватель Окутин А.С.

Кафедра Технологии кожи и меха

В современном мире важна переработка отходов. Нынешние кожевенные компании отличаются повышенной степенью механизации

труда, наличием автоматизированного оборудования, использованием химических материалов, которые облагораживают свойства шкурки.

Кожевенное производство – одна из отраслей лёгкой промышленности, заключающаяся в механической и физико-химической выделке кожи животных, преимущественно крупного рогатого скота. К производствам кожевенной промышленности относятся и предприятия, производящие искусственные мягкие и жёсткие кожи, искусственные меха. Продукция кожевенной промышленности используется в производстве обуви и других отраслях лёгкой промышленности.

Данная форма деятельности несёт за собой много последствий, например, наносит вред на окружающую среду и на ее экологию, загрязняя воду, воздух и почву. Кроме того, складирование отходов на территории предприятий приводит к массивному загрязнению почвы и миграции загрязняющих веществ в грунтовые воды, а также к смыву их поверхностным стоком в открытые водоёмы. Самое распространённое явление в практике кожевенного производства – дубление комплексными соединениями хрома. Для хромового дубления свойственны продолжительность производственного цикла, большое количество воды, дубители и другие химические материалы, а сточные воды кожевенных заводов представляют угрозу окружающей среды.

В данное время есть несколько способов переработок кожевенных отходов: раздубливание кожевенной стружки серной кислотой; щелочное окисление и последующий гидролиз стружки; раздубливание глицином; раздубливание перборатом и гипохлоритом натрия; гидролиз акриловой кислотой растворение кожевенной стружки; циклическая переработка кожевенных отходов; переработка кожевенных отходов в кожевенный порошок. Наиболее эффективный их всех перечисленных способов – циклическая переработка кожевенных отходов, которая подразумевает многократное раздубливание.

Таким образом, переработка кожевенных отходов значительно влияет на экологическую и экономическую ситуацию в целом. Ведь данная проблема получает большое значение из-за ужесточения требований к экологическому состоянию кожевенных заводов, дефицитом кожевенного и мехового сырья и увеличение его стоимости.

ВЛИЯНИЕ ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТИ ВВЕДЕНИЯ ВОССТАНОВИТЕЛЯ НА СВОЙСТВА КОМБИНИРОВАННОГО ДУБИТЕЛЯ

Зокиров Н.З., гр. ЛТК-119

Научный руководитель профессор Чурсин В.И.

Кафедра Технологии кожи и меха

Синтез и применение комбинированных дубителей является одним из перспективных направлений исследований в технологии кожи и меха, поскольку позволяет решать экологические проблемы, связанные с очисткой стоков от соединений хрома, а также расширить ассортимент выпускаемой продукции.

Известно, что при синтезе комбинированных дубителей, наряду с температурой, немаловажное значение имеет последовательность введения в реакционную систему отдельных реагентов. При синтезе комбинированного дубителя на основе бихромата натрия и солей цинка в кислой среде в качестве восстановителя используют различные сахара, в частности глюкозу. Промежуточные продукты окисления глюкозы, например, щавелевая кислота, присутствующая в растворе, может оказывать существенное влияние на свойства синтезируемого дубителя.

В данной работе приведены результаты исследования влияния последовательности введения глюкозы на содержание оксида хрома и цинка в комбинированном хромцинковом дубителе, который получали восстановлением бихромата натрия в присутствии солей цинка (сульфата цинка) при различных соотношениях компонентов.

Из литературных данных известно, что течение реакции восстановления бихромата натрия и характер образующихся промежуточных продуктов зависит от многих факторов, что отражается на аналитических показателях синтезированных дубителей.

Экспериментально установлено, что наиболее близкими к расчётным (теоретическим) значениям содержания оксида хрома и цинка в растворах синтезированных комбинированных дубителей являются результаты анализа дубителей, полученных при введении в реакционную смесь, содержащую бихромат натрия и сульфат цинка серной кислоты, и затем глюкозы в качестве восстановителя. Отклонение от расчётных значений по оксиду хрома составило 4,8%, а по цинку 2,7%. Для сравнения, аналогичные отклонения для последовательности глюкоза-кислота составили 24,4% и 11,7% соответственно.

Исходя из данных по содержанию оксида хрома и цинка в комбинированном дубителе, и сравнению их с расчётными значениями,

можно сделать вывод о предпочтительной последовательности введения в реакционную смесь сначала серной кислоты и только затем глюкозы.

ИННОВАЦИОННЫЕ МЕТОДЫ ПЕРЕРАБОТКИ ОТХОДОВ МЕХОВОГО ПРОИЗВОДСТВА

Зулпикарова Р.М., гр. ЛТХ-121

Научный руководитель старший преподаватель Окутин А.С.

Кафедра Технологии кожи и меха

Кератинсодержащими твёрдыми отходами являются шерсть, щетина, возникающие при переработки кожевенного и мехового полуфабриката (на подготовительных стадиях производства), основным структурным и химическим компонентом которых является уникальный по своим свойствам фибриллярный белок кератин.

Многотоннажные кератинсодержащие отходы мехового производства в настоящее время используются крайне нерационально. Чаще всего их вывозят в отвалы или, в лучшем случае, используют в небольших количествах в виде продуктов кислотного, щелочного, водного или ферментативного гидролиза в производстве кормовых добавок, органоминеральных удобрений, пеногасителей, строительных материалов.

Прогресс в данном направлении может стать возможным благодаря разработке научно обоснованных методов выделения нативного кератина, позволяющих сохранить молекулярную структуру и биологическую активность этого белка. В нативном состоянии этот белок представляет собой ценное сырьё для предприятий, занимающихся изготовлением различных средств фармацевтического и косметического назначения.

Весьма перспективным следует считать использование молекулярно-диспергированного кератина для защиты меховых шкур от неблагоприятного воздействия агрессивных сред в ходе отдельных жидкостных процессов производственного цикла. Такой подход является вполне правомочным ввиду использования белкового продукта, практически не отличающегося по своей химической природе от кератина волоса. Его реализация будет способствовать значительному улучшению эстетических и эксплуатационных свойств получаемого мехового полуфабриката за счёт использования в ходе жидкостных обработок композиций, содержащих кератин, и, что не менее существенно, позволит включать в хозяйственный оборот белоксодержащие отходы мехового производства, давая перерабатывающим предприятиям дополнительный доход, открывает новые возможности на пути к созданию экологически чистых технологий.

ОБЕЗЖИРИВАЮЩИЕ КОМПОЗИЦИИ НА ОСНОВЕ ЭКОЛОГИЧНЫХ ПАВ И ЛИПОЛИТИЧЕСКОГО ФЕРМЕНТА

Исаков Д.М., гр. ЛТК-119

Научный руководитель профессор Чурсин В.И.

Кафедра Технологии кожи и меха

Сырье, используемое в кожевенно-меховой промышленности, имеет биологическое происхождение. С этим связано непостоянство исходного химического состава любой шкуры животного: каждая содержит уникальное количество различных веществ. Липиды не являются исключением. Поэтому процесс обезжиривания имеет довольно тонкий характер и, кроме того, влияет на последующие процессы и операции выделки. Сегодня предприятия кожевенно-мехового сектора используют различные методики обезжиривания сырья препаратами, львиную долю в которых занимают органические растворители, сильно нагружающие сточные воды.

В ходе выполнения ВКР была произведена попытка создания экологически нейтральной обезжиривающей композиции и проверки ее на модельных образцах. В композицию вошли следующие реагенты: НПАВ Алкилполиглизид (АПГ), НПАВ Оксамин и ферментный препарат датской компании «Novozymes» Лецитаза Ультра.

Композиции ПАВ с ферментом и без фермента были проверены на модельных образцах бязи, изначально обработанных в растворах бараньего жира и ланолина. Композиция с включением Лецитазы Ультра не показала высокой обезжиривающей способности в отношении жиров, в отличие от композиции только из индивидуальных ПАВ: разница составила 4,54 и 2,89 раз для бараньего жира и ланолина соответственно. Проблемой послужила гидрофильность липазы и комнатная температура растворов композиций (22°C), в то время как наилучшая рабочая температура ферментного препарата 45-55°C.

Опыты на овечьей шкуре это подтвердили: не показывая на первых стадиях обработки высокой эффективности в отношении жира, содержащегося в кожевой ткани, композиция с липазой на стадии обезжиривания показала результаты в 1,7 раза превосходящие композицию без фермента. Контрольные опыты после дубления (содержание хрома в отработанном растворе и температура сваривания) также остались лучше у препарата с Лецитазой Ультра.

В целях определения оптимальной концентрации липазы в составе композиции были проведены опыты на модельных образцах овечьей шкуры. Лучшие показатели были достигнуты при концентрации 1,5% от

массы сырья. Тем не менее в целях экономии фермента его содержание в композиции может колебаться от 1,31% до 1,5%, т.к. в этих пределах разность значений степени обезжиривания составляет всего 0,05%, а экономия фермента – до 12,7%.

ИССЛЕДОВАНИЕ ВЛИЯНИЯ ПРИМЕНЕНИЯ ЭЛЕКТРОХИМИЧЕСКИ АКТИВИРОВАННОГО РАСТВОРА АНОЛИТА В ТЕХНОЛОГИЧЕСКИХ ПРОЦЕССАХ ВЫДЕЛКИ МЕХОВЫХ ШКУРОК

Исмагилов П.А., гр. ЛТК-119

Научный руководитель старший преподаватель Окутин А.С.

Кафедра Технологии кожи и меха

Электрохимически активированные растворы (ЭХА) в производстве кожи и меха могут существенно снизить использование химических реагентов. В данной работе проведено исследование влияния применения ЭХА раствора-анолита в технологических процессах выделки на некоторые свойства шкурок норки.

Эксперимент проходил в 2 этапа. На 1 этапе проводилась выделка шкурок норки проводилась по следующей схеме: отмока, мездрение, пикелевание, дубление, отжим, жирование, откатка, разбивка, шлифование. Проводили контроль следующих параметров: бактериальная обсеменённость, контроль по сушинке, содержание желатина, температура сваривания.

На 2 этапе работы следовало испытание прочностных характеристик шкурок норки в соответствии с ГОСТ 332267-2015 «Шкурки меховые и овчины выделанные. Методы механических испытаний».

Для исследования шкурка норки была поделена методом асимметрической бахромы на 15 частей и были выделены 5 групп, одна из которых была контрольной

Выделка контрольного образца проводилась по стандартной методике, остальные образцы выделялись с добавлением ЭХА-раствора с разным содержанием количества соли. В результате исследований выяснилось, что норка, выделанная с помощью ЭХА-растворов вне зависимости от количества добавленной соли в не уступает контрольной группе по показателям температуры сваривания, который является основным при проверке меховых шкурок.

Из проведённого исследования был сделан вывод что использование ЭХА раствора-анолита в технологических процессах выделки шкурок норки

является инновационным и перспективным методом, т.к. является экологически чистым и сокращает использование химических реагентов.

НОВЫЕ МЕТОДЫ ПЕРЕРАБОТКИ КОЖЕВЕННО-МЕХОВЫХ ОТХОДОВ

Корчагин М.В., гр. ЛТК-120

Научный руководитель старший преподаватель Окутин А.С.

Кафедра Технологии кожи и меха

Проблема переработки и рационального использования отходов кожевенного и мехового производства в последние годы становится особенно актуальной во всем мире. Это обусловлено тем, что в процессе производства натуральных кож и пушно-меховых полуфабрикатов образуется значительное количество (30-50% от массы сырья) отходов, содержащих до 50% белковых веществ, а также многих других побочных продуктов. Актуальность решения указанной проблемы также диктуется ухудшением экологической обстановки. Значительная часть органических отходов кожевенного и мехового производства еще не нашла применения и вывозится на свалки, что, помимо материальных потерь, ведёт к загрязнению окружающей среды.

Технологии переработки недублёных отходов отличаются глубиной воздействия на структуру белка. По первому направлению недублёные отходы можно перерабатывать с сохранением волокнистой структуры коллагена – отходы подвергают разволокнению. Степень разволокнения и способность волокон к набуханию способствует их использованию в виде пучков, суспензии или пасты из волокон. Таким образом получают оболочки для пищевых продуктов, трансплантаты для медицины. По второму направлению недублёные отходы можно перерабатывать с сохранением молекул коллагена – его переводят в раствор. Известны способы перевода коллагена в раствор в молекулярной форме или в форме пачек молекул, при этом у них сохраняется способность к реконструкции, т.е. вновь образовывать фибриллы и микроволокна, что позволяет получить коллагеновые препараты для медицины (коллагеновая нетканая основа, коллагеновые плёнки для трансплантатов) и косметики. По третьему направлению часть коллагенсодержащих отходов подвергают гидролизу, а продукты гидролиза (гидролизаты) – различным модификациям. Примером частичного гидролиза коллагенсодержащих отходов является получение из них клея и желатина. При полном гидролизе при повышенной температуре, с разложением коллагена до состава аминокислот, можно получить кормовые продукты.

ВОЗМОЖНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ АНОЛИТА В ТЕХНОЛОГИЧЕСКИХ ПРОЦЕССАХ КОЖЕВЕННОГО ПРОИЗВОДСТВА

Костенкова Я.Д., гр. ЛТК-119

Научные руководители доцент Дормидонтова О.В., аспирант Евтеева Н.Г.

Кафедра Технологии кожи и меха

За последние годы изучение электрохимически активированных растворов показало, что безреагентное управление свойствами воды и водных растворов является экологически чистой технологией. Такие растворы обладают дезинфицирующим и обеззараживающим действием по отношению ко многим группам микроорганизмов, что является приоритетом при выделке натуральной кожи.

В рамках выполнения ВКР были проведены исследования возможности использования анолита в технологических процессах кожевенного производства. Эксперимент проводился на сырье КРС мокросоленого способа консервирования. В качестве сравнения использовали традиционную технологию производства кожи. Анолит получили на лабораторной установке из раствора хлорида натрия концентрацией 3 г/л при силе тока 3А. Результаты проведения отмоки с анолитом показали его эффективность. Анолит защищает сырье от бактериального повреждения, позволяя исключить введение биоцидов, а через 2 часа от начала процесса сырье достигает обводненности около 70%.

Предварительный эксперимент по применению анолита в пикелевании показал, что обработка в чистом анолите приводит к сильному набуханию голья, поэтому в дальнейшем пикелевание проводили по следующим вариантам: 1 вариант – контрольный, во 2 варианте перед пикелеванием осуществлялась промывка голья в растворе с муравьиной кислотой, а в 3 варианте в пикель с анолитом добавлялась соль. Все образцы в процессе пикелевания достигли необходимой степени кислотности. Однако при этом происходит поглощение кислоты белками шкуры, что вызывает увеличение ее объёма. Так, голье в 1 и 3 варианте набухло на 1,2 и 0,8% соответственно, а во 2 варианте – на 10%. Эти данные свидетельствуют о том, что промывка голья с муравьиной кислотой приводит к чрезмерному набуханию шкуры. В дальнейшем, при дублении это приводит к появлению дубной стяжки и снижению температуры сваривания кожевенного полуфабриката.

Проведенные исследования позволяют сделать вывод о том, что анолит, полученный из раствора соли, целесообразно применять при отмоке и пикелевании кожевенного сырья. Это позволит сократить

продолжительность технологического цикла, повысить экологичность производства и получить качественный кожевенный полуфабрикат.

ГАЛЛОВЕЙСКАЯ ПОРОДА КРУПНОГО РОГАТОГО СКОТА КАК ИСТОЧНИК КОЖЕВЕННО-МЕХОВОГО СЫРЬЯ

Кузнецова М.А., гр. ЛКШ-121в

Научный руководитель старший преподаватель Окутин А.С.

Кафедра Технологии кожи и меха

За последние годы в нашей стране сильно возрос интерес к мясному скотоводству как у крупных, так и у более мелких производителей. Возобновляют свою работу многие племенные хозяйства, расширяется генофонд пород. Среди фермеров всё больше становится популярной галловейская порода крупного рогатого скота, это происходит благодаря особенностям данной породы, которые во многом делают этот скот поистине уникальным. Галловей имеют ряд характеристик: сильная генетика, крепкие ноги, лёгкость отёлов, компактные размеры. Всё это делает работу с данной породой проще и снижают необходимость высоких вложений в инфраструктуру стада. Мясные показатели породы тоже весьма примечательны, особенно вкуче с его приспособляемостью к пастбищам невысокого качества. Безусловно это делает галловейскую породу привлекательной для фермеров, особенно начинающих.

Внешне этот скот комолый, коротконогий, имеет длинную волнистую шерсть, плотный подшёрсток, толстую кожу. Кроме этого, галловейская порода имеет внутри себя множество различных мастей, есть рыжие красные, табачные, черные, белые, белые с черными пометками, а также опоясанные и риджит галловей с полосой на боках («пояс») или на спине.

На начало 2023 года поголовье чистопородных галловеев в нашей стране не большое, но растёт, на этот вид скота приходится всего 0,6-0,8% от представленных в РФ мясных пород. Однако галловеев уже можно встретить и на пастбищах Калининградской, и на полях Смоленской областей, и в горах Дагестана и на Алтае, и в Дальневосточном Федеральном округе. Словом, всё больше фермеров открывают для себя потенциал данной породы.

Сейчас многие фермеры в силу отсутствия информации и времени на поиск этой информации вынуждены утилизировать отходы скотоводства мясного направления эффективности (шкуры, копыта и т.д.), отказываясь от потенциально высококачественного продукта. Такое ценное сырьё как кожа и мех галловейского скота сейчас нуждается в поиске определённой ниши среди общего предложения шкур КРС как кожевенно-мехового сырья. Правильно выстроенная модель работы со шкурой на момент убоя может

быть дополнительной выгодой для фермера, а ценное сырье станет в полной мере приносить свою пользу.

ИССЛЕДОВАНИЕ ВЛИЯНИЯ РАСТВОРА АНОЛИТА НА СВОЙСТВА ШКУРОК КРОЛИКА ХРОМ-АЛЮМИНИЕВОГО ДУБЛЕНИЯ

Куликов А.А., гр. ЛТК-119

Научный руководитель старший преподаватель Окутин А.С.

Кафедра Технологии кожи и меха

В лёгкой промышленности существует различное множество технологических процессов выделки шкур животных. При этом данное производство является потребителем значительного количества химматериалов, что вредит окружающей среде.

Перспективным методом для снижения затрат химии является обработка в электрохимически активированных (ЭХА) растворах. В ходе данной научной работы было проведено исследование влияния применения анолита в процессах выделки на свойства шкурки кролика.

В ходе исследования были подготовлены образцы шкур кролика методом половинок, которые выделывали по следующей технологии – отмока, мездрение, пикелевание-дубление (комбинированное хром-алюминиевое), жирование, отделка. В ходе выделки осуществляли контроль процессов (рН, время процесса и т.п.).

На стадии пикелевания в контрольном образце использовали уксусную кислоту и соль, в опытном – анолит (ЭХА раствор с кислым рН)

По завершению пикелевания проверяли шкуры на сушинку, определяли рН и проводили выплавление желатина. Сушинка присутствовала, рН растворов составил 5. При выплавлении желатина значение оптической плотности раствора, полученного от контрольного образца, составило 0,032А, опытного – 0,017А.

После дубления определяли температуру сваривания и рН раствора. Температура сваривания контрольного образца равна 62°C, температура сваривания образца опытного образца равна 68°C. Средняя толщина контрольных образцов равна 1,1 мм. Средняя толщина опытного образца 3,7 мм из-за нажора. рН растворов от контрольного образца равно 3,8, а рН раствора от опытного образца – 4,1.

После выделки были проведены физико-механические испытания образцов. Разрывная нагрузка контрольных образцов составила 56,9Н. Разрывная нагрузка опытного образца составила 91,5Н. Разрывное

удлинение контрольного образца составила 19 мм (63,3%). Разрывное удлинение опытного образца составила 23,6 мм (78,6%).

Исходя из полученных данных можно утверждать, что анолит можно использовать при осуществлении хром-алюминиевого дубления, однако необходимо подобрать правильные параметры процесса для нейтрализации нажора.

ПЕРСПЕКТИВНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В БЕСХРОМОВОМ ДУБЛЕНИИ КОЖ

Кульпина Е.С., гр. ЛТК-120
Научный руководитель профессор Чурсин В.И.
Кафедра Технологии кожи и меха

В последние годы для предприятий кожевенной промышленности назрела необходимость в современных технологиях и химических материалах, способных обеспечить получение кож высокого качества при минимальном техногенном воздействии на окружающую среду. Основной объем кож в настоящее время производится с использованием дубящих соединений хрома. Однако хромовое дубление относится к числу энерго- и материалоемких технологий. Использование хромовых дубителей приводит к значительному загрязнению окружающей среды токсичными соединениям хрома.

В исследовательских работах по совершенствованию процесса дубления показано, что органические дубители могут быть использованы в производстве кож для верха обуви, в производстве кож для внутренних деталей обуви, в том числе ортопедического назначения, в производстве технической замши.

Обзор отечественной и зарубежной литературы позволяет сделать вывод, что к числу наиболее перспективных бесхромовых дубителей следует отнести следующие.

1. Альдегидные дубители, в частности, формальдегид, глутаровый альдегид и глиоксаль – эти дубители используются в производстве кож для обивки автомобилей, в производстве мебели. Кожа альдегидного дубления обладает высокой устойчивостью к стирке, характеризуется мягкостью, эластичностью, имеет светлую поверхность.

2. Оксазолидины – представляют собой новый класс дубителей, которые используются в производстве кож различного назначения, и позволяют получить качественные кожи, не содержащие соединений хрома.

3. Реакционноспособные соединения на основе метилольных производных диамидов алифатических кислот. Эти дубители способны

образовывать прочные поперечные связи в структуре коллагена дермы и обеспечивать высокую гидротермическую устойчивость кожи.

4. Эпоксидные соединения, позволяющие получать кожу светлого цвета, устойчивую к действию органических растворителей, кислот и щелочей.

Работы, выполненные в последние годы, дают основание утверждать, что предложенные технические решения, базирующиеся на использовании реакционноспособных органических дубителей нового поколения, являются на сегодняшний день наиболее приемлемыми для получения экологически чистой кожи.

ИССЛЕДОВАНИЕ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ В СИСТЕМЕ РАСТИТЕЛЬНЫЕ ЭКСТРАКТЫ – СОЛИ ЦИНКА

Мавлонов М.Х., гр. АТК-1-122

Научный руководитель профессор Чурсин В.И.

Кафедра Технологии кожи и меха

Производство кожи – это определённая последовательность химических, физико-химических и механических процессов и операций, среди которых одним из важнейших является процесс дубления. Комбинированное дубление предполагает использование как органических, так и неорганических химических реагентов. При этом можно получить кожу, не содержащую соединений хрома, с высокой гидротермической устойчивостью и требуемыми физико-механическими свойствами.

Соли цинка в качестве дубителей практически не использовались, однако при их комбинации с растительными дубителями можно вырабатывать кожи хорошего качества. Литературные данные по исследованию взаимодействия солей цинка с растительными экстрактами различного класса практически отсутствуют.

Объектом исследования являлись представители двух классов растительных экстрактов: экстракт квебрахо, относящийся к конденсированным или пирокатехиновым танидам и экстракт коры дуба, относящийся к гидролизуемым или пирогалловым танидам.

Методом спектроскопии в диапазоне длин волн 200-400 нм обнаружены полосы поглощения, которые можно использовать в качестве основы для изучения процессов взаимодействия растительных экстрактов с солями цинка. В спектре водного раствора экстракта дуба присутствует интенсивная полоса поглощения при 210 нм и менее выраженным максимумом при 275 нм. На спектре водного раствора экстракта квебрахо видна более широкая полоса поглощения с максимумом при 225 нм и чётко выраженным максимумом при 280 нм.

Исследования, выполненные методом изомолярных серий, позволяют сделать вывод, что на спектрах наблюдаются существенные изменения при длине волны 280 нм, выражающиеся в увеличении оптической плотности и появления характерного максимума при массовой доле растительного экстракта 80%, причём этот эффект наиболее чётко проявляется при выдерживании растворов в течение суток.

ТОВАРОВЕДЕНИЕ ПУШНО-МЕХОВЫХ И ОВЧИННО-ШУБНЫХ ТОВАРОВ

Махлейдт Е.Ю., гр. ЛТХ-121

Научный руководитель старший преподаватель Окутин А.С.

Кафедра Технологии кожи и меха

Товароведение как научная дисциплина возникло и формировалось вместе с развитием товарного производства. Товароведение изучает факторы, определяющие качество товаров, потребительские свойства товаров, разрабатывает методы измерения свойств и оценки уровня качества товаров, определяет условия и методы сохранения качества товаров при перевозке, хранении, эксплуатации, исследует причины их физического и морального износа.

Существует пять крупнейших пушных аукционов мира. СОЮЗПУШНИНА – меховой аукцион в Санкт-Петербурге. На данном аукционе можно приобрести как российскую пушнину, так и пушнину из стран ближайшего зарубежья. Главная гордость и уникальная специализация аукциона – продажа русского соболя. Более того, в планах государства подготовка закона, согласно которому, русского соболя можно будет приобрести исключительно на пушном аукционе.

Аукцион Copenhagen Fur (Лания). Это самый крупный пушной аукцион в мире. Работа аукциона заключается в производстве, сортировке и продаже норкового меха. Производственные возможности компании позволяют упаковывать и отсортировать около 150 тысяч шкурок в день. Ежегодно Copenhagen Fur проводит пять-шесть международных аукционов по продаже меха прекрасного качества. Saga Furs: здесь можно приобрести мех лисицы и норки высочайшего качества. North American Fur Auctions: словосочетание Black Nafa на слуху у многих любителей шуб из норки. Это самая лучшая чёрная норка в мире. American Legend (США): главное отличие данного аукциона от датского, канадского и скандинавского – это отдельная продажа товара от каждой фермы. Основная специализация аукциона – американская норка с короткой остью и плотной подпушью.

В основном, ассортимент пушно-меховых изделий включает женские и детские. Конечно, допускаются изделия из пушнины и меха для мужчин,

но они практически не распространены, т.к. спрос на них практически отсутствует, да и дизайн подобных моделей еще не выработан. Современные технологии способствуют созданию оригинальных меховых изделий и отделки: например, детская одежда из лоскутков меха различных цветов и фактур, меховые наушники, декорированные мордочками зверей, цветами и бабочками из лоскута крашеной норки, норковые пуговицы-помпоны, меховые кисти, аппликации и др.

СВОЙСТВА РАСТВОРОВ КОЛЛАГЕНОВОГО ПОРОШКА

Машкова Н.С., гр. ЛТК-119
Научный руководитель профессор Чурсин В.И.
Кафедра Технологии кожи и меха

Коллаген является полноценным белком, содержащимся в шкуре животного. Коллаген обладает высокой способностью к набуханию, на которой основаны его функционально-технологические свойства и основные направления его использования в производстве кожи, фармацевтике, косметологии и медицине.

Функционально-технологические свойства промышленно выпускаемых коллагеновых белков зависят не только от используемого исходного сырья и их химического состава, но и способов получения. До настоящего времени коллагеновые белки в основной своей массе были представлены импортными производителями. Объёмы поставок коллагеновых белков импортного производства оценивались от 3,5 до 5,0 тыс. тонн в год. Важную характеристику функционально-технологических свойств белковых ингредиентов представляет собой их растворимость, так как большинство технологических приёмов их использования основываются на их растворении, особенно в тех случаях, когда белковые ингредиенты вводят в составе многокомпонентных растворов. К наиболее важным показателям относят: рН растворов белков, растворимость, водосвязывающую и гелеобразующую способности. Порошкообразные образцы белка растворялись в холодной и горячей воде лучше, чем волокнистый белок, что определяло направление их использования, в зависимости от размера частиц.

По внешнему виду и органолептическим свойствам коллагеновые порошки не отличались от известных импортных аналогов: образцы представляли собой порошки однородной консистенции. Изучение физико-химических показателей, в том числе массовой доли белка, небелкового азота и аминокислотного состава, подтвердило их идентичность аналогичным белкам голландского и бразильского производства.

Функционально-технологические белки существенным образом зависят от значения рН их водных растворов. Установлено, что изоэлектрическая точка коллагенового порошка приходится на значения рН от 5,0 и ниже.

Таким образом, полученные результаты исследования показали возможность использования коллагенового порошка в качестве модельного субстрата при исследовании сорбции растительных и синтетических дубителей.

СОЗДАНИЕ МАЛОГО ПРЕДПРИЯТИЯ ПО ПРОИЗВОДСТВУ ГАЛАНТЕРЕЙНЫХ КОЖ ИЗ ОВЧИНЫ С ЦЕХОМ ПО ПЕРЕРАБОТКЕ ШЕРСТИ ДЛЯ БОРСКОЙ ВОЙЛОЧНОЙ ФАБРИКИ

Мочалов Д.В., гр. ЛТК-119

Научный руководитель доцент Дормидонтова О.В.

Кафедра Технологии кожи и меха

Лёгкая промышленность играет первостепенную роль в жизни современного человека. Среди отраслей лёгкой промышленности важное место занимает кожевенное производство. Оно является главной сырьевой базой для производства обуви, одежды, галантереи. В настоящее время основными задачами кожевенной промышленности являются не только улучшение качества готовой продукции, но и решение производственных экологических проблем за счёт использования новых химических материалов, а также внедрения ресурсосберегающих и безотходных технологий.

Галантерейная кожа на данный момент обладает внушительным спросом при изготовлении различных изделий и способна привлечь потенциальных потребителей готовой продукции, поэтому в ходе выполнения ВКР планируется создать малое предприятие по производству галантерейных кож из овчины различных видов отделки с широким ассортиментом расцветок.

На предприятии планируется создать цех по переработке шерсти. Для сохранения высокого качества шерсти в процессе обезволашивания планируется применять ферменты, использование которых позволит увеличить выход шерсти на 10-20% в сравнении с выходом при электрострижке. Длина шерсти, снятой ферментативным способом, примерно на 10-30% больше, чем длина шерсти, снятой при традиционно используемом известково-сульфидном обезволашивании. Ферментативная обработка овчины с последующим удалением шерсти способствует получению высококачественных, мягких и эластичных галантерейных кож.

Шерсть, полученная после проведения ферментативного обезволашивания овчины, планируется передавать на Борскую войлочную фабрику, обеспечивая ее сырьём в полном объёме.

Размещение проектируемого кожевенного завода в городе Бор обуславливается также наличием ряда благоприятных факторов для строительства – наличием в данном районе высококачественных водных ресурсов, крупных мясоперерабатывающих комбинатов, способных обеспечить предприятие сырьём, близость транспортных магистралей и большое количество необходимых трудовых ресурсов.

СОРБЦИЯ РАСТИТЕЛЬНЫХ ДУБИТЕЛЕЙ И СОЛЕЙ ЦИНКА НА БЕЛКОВЫХ СУБСТРАТАХ

Парандий Э.В., гр. ЛТК-120

Научный руководитель профессор Чурсин В.И.

Кафедра Технологии кожи и меха

Постоянно возрастающие требования к сохранению окружающей природной среды, обеспечению здоровья и безопасности работников вынуждают кожевников разрабатывать и внедрять альтернативные системы дубления без использования дубящих соединений хрома, в том числе на основе растительных экстрактов.

Перспективным направлением, связанным с использованием растительных дубителей, является их комбинация с солями цинка. Цинк в органических системах выполняет важные биологические функции, а по экологическим показателям (предельно допустимым концентрациям) превосходит дубящие соединения хрома в 50 раз.

Целью настоящей работы является исследование взаимодействия растительных экстрактов с солями цинка. Для характеристики взаимодействия танидов, содержащихся в растительных экстрактах, с солями металлов и исследование сорбции их на белковых субстратах использовали метод спектрофотометрии. В качестве объектов исследования были выбраны экстракт ели и экстракт каштана, содержащие в своем составе, соответственно конденсированные и гидролизуемые таниды.

Эксперименты по определению влияния соотношения растительный экстракт: соль цинка показали, что при введении сульфата цинка в раствор экстрактов наиболее оптимальным является соотношение сульфат цинка: экстракт, как 40:60. В присутствии ацетата цинка наибольший выход продукта взаимодействия соответствует соотношению экстракт каштана: ацетат цинка 80:20. В случае елового экстракта экспериментальная зависимость соответствует аддитивной (расчётной), что может свидетельствовать об отсутствии взаимодействия в этих растворах.

Исследование кинетики сорбции растительных экстрактов на гольевом порошке позволило установить, что максимальная степень поглощения растительных экстрактов из раствора наблюдается через 60 минут обработки, а наиболее высокие значения сорбции характерны для экстракта ели. Определённый гравиметрическим методом коэффициент сорбции на белковом субстрате для экстракта ели составил 82,14 г/г, а для экстракта каштана 78,57 г/г.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ КОЖЕВЕННОЙ ПЫЛИ В ПРОИЗВОДСТВЕ КИРПИЧА

Сергеев А.М., гр. ЛТК-120

Научный руководитель доцент Дормидонтова О.В.

Кафедра Технологии кожи и меха

В настоящее время проблема переработки и рационального применения отходов кожевенного производства становится актуальной во всем мире, так как в процессе производства натуральных кож образуется 30-50% отходов от массы сырья, в которых содержится до 50% белковых и многих других побочных продуктов. В результате такой деятельности человека происходит отчуждение земель, загрязнение почвы и подземных вод, что связано с замедлением процессов биологического разложения кожевенных отходов из-за присутствующих в них соединений хрома (III) и хрома (VI), применяющихся при производстве кожевенных материалов.

Дубление кожи является одним из главных технологических процессов, определяющих эффективность работы кожевенных и меховых предприятий. Дублёные отходы – это кожевенная стружка, спилковая хромовая обрезь, а также пыль, возникающие при строгании, распиливании, шлифовании полуфабрикатов, имеющие структурные образования вследствие взаимодействия коллагена с солями хрома (III) и многих других дубящих соединений. На сегодняшний момент существует множество направлений и патентных разработок по переработке дублённых кожевенных отходов. По одному из них твёрдые хромовые отходы собирают, измельчают в мельнице и проклеивают связующими компонентами, изготавливая таким образом различные материалы специального назначения. Эффективным и простым является применение дублённых коллагенсодержащих отходов для получения строительных плит, для чего отходы сильно измельчают, смешивают с полиэтиленом и полипропиленом, добавляют связующее вещество, расплавляют и прессуют. Содержание полимера в смеси – примерно 40-70%. Получающиеся пластины толщиной 6-7 мм и размером 10×25 см обладают высокой прочностью, не теряют своих свойств под действием влаги и не подвергаются действию насекомых.

Новый композит может заменить в строительстве такие известные теплоизоляционные материалы, как плиты на основе древесных опилок и стружек, а образованные из пластин шумо- и теплоизолирующие покрытия отличаются высокой экологичностью, декоративностью и низкой ценой.

Проведённый литературный обзор показал возможность применения для производства кирпича осадка сточных вод (шлама) кожевенного производства в объеме 10% от сухого веса. Пористость таких кирпичей выше пористости обычных. Прочность на изгиб и морозостойкость достаточны.

СРАВНИТЕЛЬНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ВОЛОСЯНОГО ПОКРОВА ШКУР ЛИСЫ И ПЕСЦА

Тагай П.В., гр. ЛТХ-121

Научный руководитель старший преподаватель Окутин А.С.
Кафедра Технологии кожи и меха

В данной научно-исследовательской работе была проведена характеристика образцов шкур лисы и песца с использованием различных методов исследования, таких как определение плотности, длины, толщины и коэффициента мягкости.

Волосной покров выполняет важную защитную и биологическую функции кожи животных, таких как терморегуляция, защита от механических повреждений и защита от воздействия ультрафиолетового излучения. Шкуры лисы и песца являются важным источником сырья для производства меховых изделий. Несмотря на то, что мех лисы и песца выглядят схожим образом, существуют различия в строении и свойствах их волос, которые могут оказывать влияние на качество меховых изделий. Исследование волосяного покрова шкур лисы и песца может иметь важное значение для развития научной базы по биомиметике – области, которая активно развивается в России. Биомиметика или биомимикрия – это имитация моделей, систем и элементов природы с целью решения сложных человеческих проблем. В работе Белова и соавторов (2018 г.) был проведён анализ структуры волос различных животных с целью создания материалов с заданными механическими свойствами. Авторы обратили внимание на уникальные свойства волос лисы, такие как их высокая прочность и эластичность, и предложили использовать эти свойства при создании новых материалов, например, в производстве лёгких и прочных композитов.

Таким образом, исследования структуры волос шкур лисы и песца являются актуальными в России и могут иметь практическое применение в различных отраслях промышленности, а также способствовать развитию биомиметики. Получены следующие основные результаты исследования.

Структура волосяного покрова у лисы и песца имеет свои особенности и различия, такие как длина, толщина, густота и жёсткость волос. Волосы песца также имеют более светлый и нежный оттенок по сравнению с волосами лисы. Оценка микроскопических изображений волос показала, что на шкуре песца преобладают пуховые волосы, тогда как на шкуре лисы в большем количестве встречаются остевые волосы.

В целом, проведённое исследование подтвердило наличие различий между волосяным покровом лисы и песца.

СРАВНИТЕЛЬНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ВОЛОСЯНОГО ПОКРОВА ШКУРОК НОРКИ И ХОРЬКА

Черкесова А.Э., гр. ЛТХ-121

Научный руководитель старший преподаватель Окутин А.С.

Кафедра Технологии кожи и меха

Для сравнительного анализа были использованы кусочки волосяного покрова шкурок норки и хорька. Во время проведения измерений был применён определённый алгоритм: вырезание кусочка 0,5×0,5 см; отделение волосков; измерение каждого остевого и пушного волоска с помощью сантиметровой линейки и пинцетов.

Был приготовлен временный препарат на основе глицерина для микроскопического исследования волоса. Первым проверяемым материалом стала норка. Было проведено измерение 25 остевых и пуховых волос. Получены следующие результаты: средняя длина остевых волос составляет 1,4 см; средняя длина пуховых волос составляет 0,7 см; общее количество остевых волос составляет 410 шт.; общее количество пуховых волос составляет 2002 шт. Далее проверяем волосяной покров хорька. Как и при измерении норки используем 25 остевых и пуховых волос. Получено, что средняя длина остевых волос составляет 0,5 см; средняя длина пуховых волос составляет 0,2 см; общее количество остевых волос составляет 320 шт.; общее количество пуховых волос составляет 1607 шт.

Исходя из вышеуказанных данных можно сделать следующие выводы. Меховое покрытие норки более плотное и густое. Мех блестит и имеет насыщенный пуховый волос, который очень мягкий и хорошо сохраняет тепло. Меховое покрытие хорька недостаточно качественное по сравнению с такой «идеальной» норкой. Остевые волосы более жёсткие, а пуховой волосяной покров гораздо реже, что не позволяет быть такой же тёплой, как норка.

АНАЛИЗ МОДИФИКАЦИЙ КОНСТРУКТИВНЫХ УЗЛОВ ВТАЧНЫХ РУКАВОВ ПЛЕЧЕВЫХ ТРИКОТАЖНЫХ ИЗДЕЛИЙ

Аушева Е.И., гр. ТТ-118з

Научный руководитель преподаватель Заваруев Н.В.

Кафедра Проектирования и художественного оформления текстильных изделий

Изменение внешнего вида и формы рукавов является одним из действительных способов расширения ассортимента выпускаемых трикотажных изделий. При этом форма рукава определяется не только модой или традициями, но практическими и социальными факторами. Втачной рукав – это рукав, который пришивается к пройме в местах естественного перехода плеча в руку.

На основе анализа исторического материала и коллекции одежды современных дизайнеров были определены основные виды и художественно декоративное оформление втачных рукавов. Установлено, что новый вид изделия можно придать путем изменения формы рукава. Так самое простое платье можно сделать необычным только при помощи формы рукавов.

Основным способом изменения формы одежды является метод конструктивного моделирования, который позволяет путем изменения размера и объёма отдельных участков конструкции детали придавать сложную пространственную форму. На основе анализа конструкции втачного рукава были определены ее основные конструктивные узлы, влияющие на внешний вид и декоративные оформление втачных рукавов, а также способы их моделирования.

Предложена классификация конструктивных признаков конструкции втачных рукавов, комбинаторика которых позволяет разрабатывать конструкции втачных рукавов любой сложности. К таким конструктивным признакам относятся длина рукава, конструкция линии плечевых швов, степень и участки расширения или сужения (форма головки, локтевого переката и низа рукавов), оформление низа рукава, форма и глубина проймы. Данная классификация была использована при разработке серии макетов втачных рукавов плечевых трикотажных изделий.

ФОРМООБРАЗОВАНИЕ ПЛОСКИХ ТРИКОТАЖНЫХ ДЕТАЛЕЙ НА БАЗЕ НЕПОЛНЫХ ПЕТЕЛЬНЫХ РЯДОВ

Гончарова А.К., гр. АТТ-1-122

Научный руководитель доцент Фомина О.П.

Кафедра Проектирования и художественного оформления текстильных изделий

В настоящее время широко применяются следующие способы получения плоской трикотажной детали заданной формы.

Раскройный способ. При раскройном способе производства трикотажных изделий плоские трикотажные детали различной формы выкраиваются из куска трикотажного полотна.

Изменение ширины изделия путем сбавки петель. Существует три способа выполнения сбавок петель при вязании плоских деталей: сброс петель с крайних игл при выключении этих игл из работы; перенос петель и выключение освобожденных от петель игл; перенос группы петель от края изделия к середине при выключении крайних игл.

Изменение ширины изделия путем прибавки петель. Существует два способа увеличения ширины изделия путем дополнительного включения игл в работу: включение игл по краю изделия; перенос группы петель от центра детали к ее срезу.

Формирование участков детали с различным видом переплетений при постоянном числе работающих игл. Такое изменение ширины детали осуществляется за счет зависимости петельного шага от строения петельной структуры трикотажа. Данный способ используется в основном для придания деталям объемной формы, примером могут служить формирование участка пятки в чулочно-носочных изделиях и вытачка в изделиях верхнего и бельевого трикотажа.

Изменение конфигурации трикотажных деталей различной формы путем вывязывания участков неполных петельных рядов. При вязании участков неполных петельных рядов, в плоскую трикотажную деталь вводятся дополнительные участки треугольной формы с горизонтальной и вертикальной стороной, с различным направлением прямой вертикальной стороны. Достоинствами такого способа является сохранение строения и параметров структуры на всех участках трикотажного полотна, отсутствие дополнительных технологических циклов петлепереноса и возможность осуществления данного способа на универсальных трикотажных машинах.

ПРОЕКТИРОВАНИЕ ПАРАМЕТРОВ ТРИКОТАЖА НЕРАВНОМЕРНЫХ ПЕРЕПЛЕТЕНИЙ С РЕЛЬЕФНО-ФАКТУРНОЙ ПОВЕРХНОСТЬЮ

Лозовская А.А., гр. ТП-119

Научный руководитель доцент Фомина О.П.

Кафедра Проектирования и художественного оформления текстильных изделий

Одним из способов декоративного оформления трикотажа является формирование на поверхности полотна узора в виде рельефных участков различного размера и конфигурации. Внешний вид и технология формирования такого узора зависит от вида структуры трикотажного переплетения, выбор которого является основной задачей при проектировании трикотажных полотен.

Наиболее распространенным переплетением при получении рельефного узора является трикотаж неравномерных переплетений. Технология получения такого трикотажа заключается в формировании дополнительных элементов петельной структуры с их последующим роспуском и перетяжкой в остовы петель основного переплетения. Следует отметить, что сброс элементов петельной структуры с игл требует выполнения дополнительного технологического цикла. Тогда, при зигзагообразном контуре рельефного участка выполнение операции сброса приходится осуществлять после вязания каждого петельного ряда.

При разработке наиболее оптимального способа трикотажного полотна с заданными свойствами и оформлением поверхности, наиболее часто используется способ комбинирования различных трикотажных переплетений. Так, для получения рельефного узора сложной зигзагообразной формы в работе осуществлено сочетание структур неравномерных и перекрестных переплетений. В такой комбинированной петельной структуре формирование дополнительных элементов по зигзагообразному контуру осуществляется при выполнении сдвигов игольниц плосковязальной машины друг относительно друга. В этом случае сброс дополнительных элементов с игл можно осуществлять только после вязания последнего петельного ряда зигзагообразного рельефного участка.

Сочетание структур и технологии вязания трикотажа равномерных и перекрестных переплетений позволяет значительно сократить время выработки трикотажа с рельефным узором зигзагообразной формы.

На базе предложенных технологий была разработана серия образцов трикотажа с рельефным узором различной конфигурации, которая была реализована на плосковязальной машине с электронным управлением фирмы «Steiger» модели VESTA 130-E.

РАЗРАБОТКА СТРУКТУРЫ И ТЕХНОЛОГИИ ВЯЗАНИЯ КУЛИРНОГО ТРИКОТАЖА С ПЕРЕКРУЧЕННЫМИ ОСТОВАМИ СОСЕДНИХ ПЕТЕЛЬ

Карамова А.С., гр. ТТП-120

Научный руководитель доцент Фомина О.П.

Кафедра Проектирования и художественного оформления текстильных изделий

При производстве текстильных полотен технического назначения широкое применение находят трикотажные полотна с сетчатой структурой, состоящей из сквозных ячеек. Вертикальные сторонки таких ячеек состоят из одного или нескольких, соединенных между собой, петельных столбиков, а горизонтальные сторонки ячеек из протяжек, которые соединяют соседние вертикальные сторонки. Полотна сетчатой структуры, как правило, вырабатываются на основовязальных машинах, филейно-уточными переплетениями.

В настоящее время подавляющее большинство трикотажных предприятий оснащены плосковязальным кулирным оборудованием. Поэтому, разработка структур и технологии вязания сетчатого кулирного трикотажа является актуальной задачей. Известные структуры кулирного трикотажа со сквозными ячейками вырабатываются на базе ажурных и ананасных переплетений. Основным недостатком таких переплетений является низкая формоустойчивость вертикальных сторонок ячеек, так как они состоят из остовов петель, сдвоенных с соседней петлей или наброском. Для формирования более плотной и стабильной структуры вертикальных сторонок предлагаем осуществлять перекрещивание соседних остовов петель друг с другом, при котором остовы будут обвивать, друг друга формируя перекрученную петельную структуру. При этом, число витков перекручивания остовов петель может быть различна. Технология получения таких структур основана на процессе вязания трикотажа перекрестных переплетений. В структуре таких переплетений соседние лицевые и изнаночные остовы петель перекрещиваются в горизонтальной плоскости относительно поверхности трикотажного полотна. Такие перекрещивания осуществляются при выполнении серии сдвигов игольниц в различных направлениях. При этом, перед выполнением каждого сдвига осуществляется перенос перекрещиваемых петель с игл одной игольницы на иглы другой игольницы. Структуры кулирного трикотажа с перекрученными остовами были реализованы на стенде плосковязальной двухфонтурной машине. Анализ полученных образцов показал повышенную формоустойчивость и стабильность структуры таких полотен.

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ СТРУКТУР И ТЕХНОЛОГИЙ ФОРМИРОВАНИЯ НА ТРИКОТАЖНОМ ПОЛОТНЕ СКЛАДОК МЯГКОЙ ФОРМЫ

Ягнова Е.А., гр. ТТП-119

Научный руководитель доцент Фомина О.П.

Кафедра Проектирования и художественного оформления текстильных изделий

Использование мягких складок при производстве трикотажных изделий позволяет создать на полотне различные декоративно-рельефные узоры, а также изделия одежды различного силуэта и сложной конфигурации. Структура мягких складок (сборок) образует нефиксированный овальный по форме изгиб участков полотна. При их формировании мягкие складки фиксируются на детали изделия либо только на линии закладывания складки, либо на ограниченную величину от линии закладывания. В зависимости от количества взаимного расположения и глубины закладывания (припуска) различают следующие виды мягких складок: защипы, сборки, рюши, буфы, фалды, драпировки.

Обычно для формирования ярко выраженного рельефного эффекта сборок разница между исходными размерами детали и ее размерами после закладывания складок составляет как минимум 100-150%. Технологии образования мягких складок: швейно-раскройный; использование сырья различной растяжимости и усадки; образование на соседних участках деталей трикотажных переплетений различных структур (замена величины размера участка детали за счет захода лицевых и изнаночных остовов петель друг за другом; раздвижка петельной структуры за счет увеличения размеров остовов петель; замена остовов петель в структуре трикотажа на протяжки и заходы; образование различного числа петельных рядов на участках изделия путем образования участка из неполных петельных рядов).

На основе данных технологий была выработана коллекция трикотажных образцов с различными видами мягких складок, такая технология была реализована на плосковязальном трикотажном оборудовании с электронным управлением фирмы «Steiger».

СТРУКТУРЫ И ТЕХНОЛОГИЯ ВЫРАБОТКИ ТРИКОТАЖА АНАНАСНО-ПЕРЕКРЕСТНЫХ ПЕРЕПЛЕТЕНИЙ

Жгулева Е.В., гр. МАГ-ТТ-722

Научный руководитель доцент Фомина О.П.

Кафедра Проектирования и художественного оформления текстильных изделий

Актуальной задачей трикотажной промышленности является улучшение и обновление ассортимента трикотажных полотен. Одним из перспективных направлений в создании нового ассортимента трикотажных полотен является разработка новых видов комбинированных переплетений.

В работе предлагается спроектировать петельные структуры и процесс выработки трикотажа комбинированных ананасно-перекрестных переплетений с реализацией таких структур на двухфонтурных универсальных плосковязальных машинах. В таких структурах протяжка, соединяющая соседние остовы петель, образованные на основной игольнице, одновременно прокладываются на иглы соседней игольницы и таким образом, вытягивается на дополнительную длину. После чего такая протяжка переносится на иглу основной игольницы превращаясь в протяжку-набросок. Для образования в структуре трикотажа перекрещивание таких протяжек-набросков с остовов петель перед операцией петлепереноса осуществляется сдвиг игольниц на заданную величину в определенном направлении. Такая структура в отличии от трикотажа классических перекрестных переплетений, в которых осуществляется перекрещивание соседних остовов петель, обладает меньшей материалоемкостью так как изгиб нити в протяжке-наброске будет меньше, чем изгиб нити в олове петли. При этом, возможно формирование встречного направления наклонов протяжек-набросков в одном соседнем ряду, а также наслоение протяжек-набросков одного наклона друг на друга в соседних петельных рядах.

На основе рассмотренной технологии была выработана серия образцов трикотажа ананасно-перекрестных переплетений с различным ритмом и направлением перекрещивания набросков с остовами петель. Перекрещивание остовов петель и набросков в структуре трикотажа позволяет создавать новые виды комбинированного трикотажа ананасно-перекрестных переплетений с оригинальной фактурной поверхностью полотна и оптимальными потребительскими свойствами.

ИССЛЕДОВАНИЕ ТЕХНОЛОГИИ ВЫРАБОТКИ ГЕОТЕКСТИЛЬНЫХ МАТЕРИАЛОВ НА СОВРЕМЕННЫХ ОСНОВОВЯЗАЛЬНЫХ МАШИНАХ

Алексашин А.А., гр. ТТ-118з

Научный руководитель доцент Боровков В.В.

Кафедра Проектирования и художественного оформления текстильных изделий

Технология выработки геотекстильных материалов заключается в провязывании на основовязальных машинах системой прошивных нитей предварительно скреплённого холста с прокладыванием основных (продольных) и уточных (поперечных) нитей. Вырабатываемые полотна могут быть использованы в качестве геотекстильных материалов для строительства дорог, туннелей, хранилищ; укрепления откосов и берегов; основ под покрытия при изготовлении защитной одежды, палаток, брезентов; изнаночного слоя ковровых изделий; покрытий для строительства и изоляции плоских крыш и фасадов зданий; вспомогательных материалов для выращивания растений, материалов для сельского хозяйства; прокладочных материалов для одежды.

Характерные особенности вырабатываемых на машине полотен: образование закрытой поверхности; возможность регулирования в широких пределах прочности и растяжимости вязально-прошивного полотна во всех направлениях; имеющий пространственную ворсистую структуру волокнистый холст обеспечивает высокую прочность связи полотна со слоем вещества образующего покрытие и может выполнять различные функции в зависимости от назначения полотна (разделение слоёв материалов с разными свойствами, фильтрация жидкостей и дренаж, предохранение слоёв нитей от механических повреждений); материал характеризуется высокими прочностными показателями; благодаря прочному соединению основных, уточных нитей и волокнистого холста петлями прошивных нитей полотно в процессе проведения дополнительной обработки устойчиво сохраняет свою структуру.

За счет применения различных переплетений, образуемых прошивными нитями, изменения способа заправки основных нитей и способа раскладывания уточных нитей на поверхности грунтового полотна можно изготавливать различные многослойные вязально-прошивные полотна, содержащие плотные или редкие слои нитей.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ DESIGNAKNIT ПРИ ВЫРАБОТКЕ ВЕРХНЕТРИКОТАЖНЫХ ИЗДЕЛИЙ

Берзой Е.Ю., гр. ТТ-118з

Научный руководитель доцент Боровков В.В.

Кафедра Проектирования и художественного оформления текстильных изделий

Особенности моделирования трикотажной одежды связаны со свойствами трикотажных полотен и особенностями трикотажного производства. Программа DesignaKnit предназначена для разработки изделий, узоров, выкроек, подключения вязальной машины к компьютеру и сочетает в себе современные возможности плосковязальных машин, программного обеспечения и годами отработанные традиции изготовления трикотажных изделий. Программное обеспечение позволяет создавать модели изделий, проектировать и распечатывать выкройки, подгонять стандартные выкройки для конкретного использования, создавать собственные узоры, размещать узоры на выкройке, обрабатывать сканированный рисунок для получения возможности его воспроизводства в трикотаже, интерактивного вязания (вязания под управлением компьютера). Вопреки сложившемуся мнению что эта программа для использования с компьютерными вязальными машинами, хочется отметить, что DesignaKnit может использоваться с любыми перфокарточными и ручными вязальными машинами, а также для вязания на спицах. Программа содержит в себе пять модулей: моделирование стандартного изделия, создание оригинальной модели, дизайнер узоров, интерактивное вязание, графическая студия.

В качестве объекта проектирования выбрана модель женской водолазки с улучшенными эксплуатационными свойствами, для средней возрастной группы, предназначенная для повседневной носки. Водолазка приталенного силуэта, классической длины, прикрывающий верхнюю часть бедра, полочка и спинка цельнокроеные, рукав длинный, одношовный, втачной, зауженный к низу, горловина обработана вырезом лодочкой, края изделия обработаны швом в подгибку с открытым срезом.

С использованием программы DesignaKnit смоделированы выкройки переда и спинки, а также рукавов проектируемой женской водолазки; разработана технология выработки деталей с применением контурного вязания на плосковязальной машине Silver Reed; рассчитаны раппорта прибавок и сбавок игл при изменении ширины вырабатываемых участков.

АНАЛИЗ КОНСТРУКТИВНЫХ ОСОБЕННОСТЕЙ ЖЕНСКИХ ДЖЕМПЕРОВ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ

Бурлак Д.Э., гр. ТТ-118з

Научный руководитель доцент Боровков В.В.

Кафедра Проектирования и художественного оформления текстильных изделий

Основной целью трикотажной промышленности является производство продукции, на которую будет спрос. В соответствии с модными тенденциями каждый год внешний вид трикотажных изделий меняется, увеличивается количество разнообразных моделей.

Главной задачей при проектировании нового ассортимента трикотажных изделий является поиск основных тенденций в моде на будущий сезон, в частности в сегменте производства женской одежды. Был проведен анализ трикотажных изделий в коллекциях ведущих домов моды на 2022-2023 гг. Последние показы продемонстрировали огромное количество оригинальных конструкторских находок. Из всех средств композиции женской одежды первое место, несомненно, будет принадлежать оригинальности конструкции. Обилие всевозможных тем и образов, их свежесть в этом сезоне реанимируется именно кроем и рисунками явно компьютерного происхождения. Даже постоянные стилизации модных образов прошлого, к которым прибегают дизайнеры, не являются простыми копиями.

Определены основные модные тенденции и конструктивные решения по ассортименту женских джемперов на предстоящий сезон: стили, силуэтные формы, образы, пропорции, цветовые решения, рисунки, отделка, волокнистый состав, аксессуары. Так, джемпер, как предмет женского гардероба, обладает целым спектром конструктивных особенностей: может иметь приталенный, прямой или свободный силуэт, быть удлиненным, стандартным или укороченным, облегающим или свободного кроя, иметь рукава разной длины и объёмности с различной шириной в низу с манжетами или без, иметь различного вида горловины с воротником или без.

Анализ тенденций в современной моде позволил выявить разнообразие конструкций женских джемперов, отличающихся силуэтом, длиной изделия, длиной и объёмом рукавов, вырезом горловины, наличием различных декоративных элементов – карманов, пуговиц и т.д., а также определить самые востребованные конструкции изделий на потребительском рынке, их характерные признаки для создания конкурентной продукции, пользующейся спросом.

РАЗРАБОТКА КОНСТРУКТОРСКО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЙ ДОКУМЕНТАЦИИ НА МУЖСКОЙ ЖИЛЕТ

Душевский Д.В., гр. ТТ-118з

Научный руководитель доцент Боровков В.В.

Кафедра Проектирования и художественного оформления текстильных изделий

Современная мода характеризуется разнообразием стилевых и образных решений, вобравших элементы разных лет. Будучи долгое время скромным классическим дополнением в комплектах повседневного назначения, жилет сегодня превратился в самостоятельный вид одежды. И если раньше жилет являлся неотъемлемой частью мужского костюма и чаще всего изготавливался из аналогичной ткани, то сегодня он поражает разнообразием моделей и используемых материалов. На сегодняшний день жилет – это неотъемлемый элемент мужского гардероба. Мода на этот элемент одежды не только не прошла, а скорее совсем наоборот, наблюдается небывалый интерес. Модели мужского жилета нередко можно встретить в коллекциях модных дизайнеров.

В данной работе представлена разработка конструкторской документации на мужской жилет полуприлегающего силуэта для повседневной носки, выполненный из полушерстяной костюмной ткани с добавлением полиэфирных волокон. Техническое описание, входящее в состав рабочей документации, содержит следующий материал: зарисовка модели, описание внешнего вида, технические требования к изделию, спецификация материалов, таблицу измерения изделия в готовом виде, порядок приемки, маркировки, упаковки, таблицу площадей лекал, нормировочную карту (с приложением схемы раскладки). Даны перечень и характеристики пакета используемых материалов, представлены методы поузловой швейной обработки и величины технологических припусков, учитывающие свойства материалов, способ соединения деталей, необходимость влажно-тепловой обработки. Приведены размерные признаки для разработки конструкции изделия, алгоритм расчета основы конструкции мужского жилета, алгоритм расчета прибавок, карта расхода материалов на изделие, технологический режим пошива изделия, спецификации деталей верха, лекал деталей подкладки, клеевых прокладок, вспомогательных лекал и фурнитуры, таблица измерений изделия в готовом виде. При разработке технологического процесса для каждой операции установлены параметры и режимы обработки, учитывающие вид, модель, конструкцию изделия и применяемые материалы.

АНАЛИТИЧЕСКИЙ ОБЗОР СВОЙСТВ НОВЫХ ВИДОВ СЫРЬЯ, ИСПОЛЪЗУЕМЫХ В ТРИКОТАЖНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

Савченко К.Д., гр. ТТ-118з

Научный руководитель доцент Боровков В.В.

Кафедра Проектирования и художественного оформления текстильных изделий

Требования к качеству трикотажных изделий, вызываемые повышением жизненного уровня потребителей, непрерывно возрастают. От новых изделий требуют прежде всего, чтобы они характеризовались высокой эстетичностью, хорошим внешним видом, были удобны и устойчивы в носке, не требовали больших затрат на сохранение внешнего вида. Соответствие трикотажных изделий современным требованиям в первую очередь зависит от сырья, из которого они изготовлены. Поэтому при выборе сырья должны учитываться физические свойства волокон, структура нитей и опыт применения их в одежде.

Основываясь на изучении рынка, направлений развития трикотажной промышленности, а также цен на сырье, можно сказать, что выбор сырья для производства верхних изделий различных видов не может быть однозначным. Для верхних трикотажных изделий основным сырьем является шерстяная пряжа и хлопчатобумажная пряжа, как чистая, так и в сочетании с полиакрилонитрильной пряжей, полиэфирными волокнами, полиамидными волокнами. В последние годы создан ряд новых видов пряж, используемых в трикотажной промышленности и ручном вязании. В основу положено использование нетрадиционного сырья: пух монгольских коз, помесная шерсть ангорских коз, верблюжья шерсть, кроссбредная шерсть низких сортов, что позволило разработать камвольную пряжу 31,6 Текс с эффектом торчащих грубых волокон, придающих ей пушистость. Были созданы пряжа с вложением чистошерстяных отходов гребнечесания, позволяющая рационально использовать сырье, привнести новый колорит и разнообразить структуру трикотажа, а также смеси шерсти с люрексом, вискозой и нейлоном.

В работе приведены численные показатели физико-механических свойств натуральных, искусственных и синтетических волокон, такие как: теплостойкость, гигроскопичность, разрывная длина, удлинение в сухом и мокром состоянии. Таким образом, для выработки нового ассортимента трикотажной продукции с учетом покупательского спроса выполнен анализ свойств новых видов сырья, используемых в производстве изделий верхнего трикотажа.

ОСОБЕННОСТИ РАЗРАБОТКИ КОНСТРУКЦИИ ТРИКОТАЖНОГО ЖЕНСКОГО ПЛАТЬЯ С УЧЕТОМ ТЕНДЕНЦИЙ МОДЫ

Хаврошечкина Т.М., гр. ТТ-118з

Научный руководитель доцент Боровков В.В.

Кафедра Проектирования и художественного оформления текстильных изделий

Для производителей одежды самая главная проблема – это выявление модных тенденций, которые основываются на современных социокультурных и политических мировых течениях, семейных ценностях, истории, науки и религии, инновациях в области материалов и технологий. Их формирование и распространение обосновано экономическими расчётами достижения или сохранения конкурентоспособности на потребительском рынке и в индустрии моды.

Проведенный анализ трикотажных изделий в коллекциях ведущих домов моды 2022-2023 гг. позволил сформировать основные черты модных стандартов, используемые дизайнерами как авторские решения при создании новых коллекций. С помощью моделирования конструкции можно привнести в изделие что-то оригинальное и новое, а необычное переплетение сделает образ более интересным.

Главным фаворитом модного трикотажа в предстоящем сезоне будет длинное платье прямого кроя, с объёмными рукавами и фактурными узорами. Большинство современных конструкторских решений при моделировании платья могут быть использованы при реализации из трикотажа. Методика конструирования трикотажных изделий довольно сильно отличается от тканей, ведь необходимо учитывать растяжимость и усадку трикотажа по ширине и длине, эластичность и мягкость, закручиваемость и распускаемость, уметь сочетать различные переплетения, учитывать специфику технологической обработки.

В ходе исследования технологии моделирования и конструирования трикотажного женского платья были решены следующие задачи: проанализированы современные тенденции моды женского платья и оценена возможность использования применяемых конструкций для трикотажного платья, рассмотрены особенности конструирования и моделирования трикотажного платья, выявлены актуальные конструкторские решения при проектировании, проведён расчет и построена конструкция женского трикотажного платья; разработан конструктивный эскиз модели, подобраны переплетения для реализации данной конструкции и проведена оценка их достоинств.

АНАЛИЗ ПЕРВОСТЕПЕННЫХ ПАРАМЕТРОВ, ВЛИЯЮЩИХ НА ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ СПОСОБ ВЫРАБОТКИ ПЛЕЧЕВЫХ ТРИКОТАЖНЫХ ИЗДЕЛИЙ ДЛЯ ДЕТЕЙ ДОШКОЛЬНОЙ ГРУППЫ

Леонтьева А.К., гр. МАГ-ТТ-721

Научный руководитель преподаватель Бабкова Е.С.

Кафедра Проектирования и художественного оформления текстильных изделий

На данный момент мы наблюдаем активный рост потребительского спроса на детские изделия, в том числе и на трикотажные. Особенности силуэта одежды для детей и её пропорций в своем большинстве связаны с анатомическим ростом, а также психологическим развитием свойственным каждой возрастной группе. Существует шесть основных детских возрастных групп: 1 – новорожденные (до года), 2 – ясельный возраст (1-3 года), 3 – дошкольники (3-7 лет), 4 – младшая школьная (7-11,5 лет), 5 – старшая школьная (11,5-14,5 лет), 6 – подростковая (14,5-18 лет).

Особенности анатомического развития детей 3 возрастной группы заключаются в активном физическом росте, ребенок становится стройнее: грудная клетка становится плоской, выпуклость живота уменьшается, длина ног увеличивается. Пропорции фигуры для детей от 3 до 7 лет определяются как: 1:5-1:5,5 (высота головы относится к длине туловища).

Важно также учитывать психологические факторы. Детям, относящимся к 3 возрастной группе, очень важно освоить навык самостоятельного одевания. В результате появляются требования к дополнительным конструктивным особенностям, направленным на облегчение данной задачи.

Важной технологической особенностью изделий, предназначенных для детей данной возрастной группы, является максимально возможное удобство расположения застежек и простота их использования. В связи с чем, при проектировании детских трикотажных изделий для детей дошкольной возрастной группы, рекомендовано использовать следующие виды застежек: для выработки на низких классах вязальных машин: пуговицы, молнии, липучки; на высоких классах вязания: кнопки и крючки. Для обеспечения удобства, оптимальное расположение застежек по передней стороне изделия, в верхней части ростка или в плечевом шве. Выполнение планок и застежек возможно с использованием различных трикотажных переплетений и их комбинаций.

ЭТНОКУЛЬТУРНЫЕ ТРАДИЦИИ КОРЕННЫХ НАРОДОВ ЧУВАШИИ КАК ОСНОВА ДЛЯ ПРОЕКТИРОВАНИЯ СОВРЕМЕННОЙ КОЛЛЕКЦИИ ТРИКОТАЖНОЙ ОДЕЖДЫ

Мартемьянова Я.А., гр. ТТП-119

Научный руководитель преподаватель Бабкова Е.С.

Кафедра Проектирования и художественного оформления текстильных изделий

Составная часть культуры чувашского народа – одежда и украшения, которые выступают в своем развитии как памятники, созданные человеческим трудом в течение тысячелетий. В них находят отражение социальные, экономические и природные условия, художественные вкусы, понятие о нравственном идеале, миропонимание народа в различные исторические эпохи. В костюме запечатлены связь времен, взаимоотношения племен и народов. Издавна возникло деление одежды на верхнюю и нижнюю (нательную). По форме она подразделяется в соответствии с этнографическими группами – тури (верховые чуваша), анат енчи (средненизовые) и анатри (низовые чуваша). Хотя по набору предметов одеяния одежда всех групп однородна.

Основные конструктивные элементы традиционной рубашки: переднее и заднее полотнища, боковые клинья, вырез для шеи – ворот, рукава, ластовица – клин, вшиваемый в пройму и рукав под мышкой, подол. Длина рубахи у всех групп доходила до щиколотки, рукава к кисти суживались, разрез делался посередине груди. Вышивка рубашек низовых и средненизовых чувашей – плотная, верховых – ювелирная. Платье носили с фартуком или передником. Он отличался яркостью и обилием украшений. Праздничный наряд женщины надевали с вышитым или узорно тканым поясом. Концы поясов завязывались на боку и спускались вниз помпонами. В группах анатри и анат енчи носили один пояс с украшенными концами.

Современные художники модельеры не реконструируют традиционный наряд, а создают костюмы-образы на основе ассоциативных представлений и изучения музейных подлинников. Они стремятся понять происхождение и значение узоров, сохранить ценность ручной работы натуральных материалов.

МНОГОПОЛЬЗОВАТЕЛЬСКАЯ РОЛЕВАЯ ОНЛАЙН-ИГРА «WORLD OF WARCRAFT» В ОСНОВЕ ФОРМИРОВАНИЯ КОЛЛЕКЦИИ МУЖСКОЙ ОДЕЖДЫ

Моляков А.Н., гр. ТТП-119

Научный руководитель преподаватель Бабкова Е.С.

Кафедра Проектирования и художественного оформления текстильных изделий

Важной особенностью в формировании визуальной стороны каждого предмета и локации, ролевой онлайн-игры «World of Warcraft», послужили приемы, где можно отчетливо увидеть симметричные отражения, цветовой подбор и упор на форму, по этой причине многие игроки всячески стараются собрать свой особенный образ для персонажа. Такого рода кастомизация внешнего вида и придала данной игре особый интерес, а приятным дополнением являются большой путь и история, ведь каждый предмет в игре имеет свой способ добывания, определенное подземелье, время года, если говорить про тематические события и другое.

Для разработки коллекции мужской трикотажной одежды источником вдохновения послужили локации «Цитадель Ледяной короны». В игре используется техника отражения, которая делает каждый образ цикличным, симметричным, при сохранении целостности образа. Для баланса и завершения образа, одежда живописно украшена различной металлической фурнитурой. Как и в реальной жизни мы можем воплотить всевозможные рисунки, образы и мысли в трикотаже. Возможность нанести задуманный рисунок на трикотажное полотно или изделие с учётом специфики материала и необходимостью сохранения заложенных свойств для комфортной эксплуатации, реализуется способом вывязывание рисунка различных переплетений. Используя многоцветные жаккардовые переплетения, можно реализовать уникальный рисунок, который будет являться отражением орнаментов, различных объектов культур народов игрового мира, где в полной мере будут играть краски, детали и форма.

Исходя из вышеизложенного, можно с уверенностью сказать, что источник вдохновения является важной частью, которая с самого начала формирует будущий проект. Начиная с идей, появляется эскиз, после – программа, за ней следует формирование изделия и как результат – конечный оригинальный продукт. Говоря про «WoW», на сегодняшний день данная игра по-прежнему остаётся одной из самых популярных в мире, продолжая расти в области проработки игрового мира и общего антуража, а любителей мира «World of Warcraft» продолжает вдохновлять каждая новая деталь, добавленная в игру.

ГЛАВНЫЙ ПАРФЮМЕРНЫЙ СИМВОЛ СОВЕТСКОЙ ЭПОХИ «КРАСНАЯ МОСКВА» КАК ХУДОЖЕСТВЕННЫЙ ИСТОЧНИК ДЛЯ ПРОЕКТИРОВАНИЯ КОЛЛЕКЦИИ ТРИКОТАЖНОЙ ОДЕЖДЫ

Мотаева В.В., гр. ТТП-219

Научный руководитель преподаватель Бабкова Е.С.

Кафедра Проектирования и художественного оформления текстильных изделий

Разработка коллекции одежды начинается с основной концептуальной мысли – идеи, которая затем служит основой для выбора творческого источника, определяющего образ будущих изделий. Целенаправленное обращение к художественному источнику может иметь место как при выборе цвета и фактуры, так и при определении формы будущего костюма.

Каждое десятилетие – это некое модное явление, подвергающееся особому циклу возрождения. Наиболее яркие «стильные десятилетия» возвращаются в определенных чертах или деталях одежды. Возобновление старой моды и возникновение нового направления в моде способствуют к созданию нового модного объекта. Следуя принципу цикличности, сегодня виток развития дизайна попал на стиль элегантности и функциональности, способным удовлетворить потребность человека в индивидуальном образе. Благодаря своей графичности, многочисленным вариациям, чистым линиям, стилизованным мотивам и эстетике материалов – одним из таких примеров может служить мода 60-ых годов. Знаменитые духи «Красная Москва» были знакомы каждому в Советском Союзе, сочетание чеканности линий с мягкостью завитков и определило тот авангардный стиль, который тогда начинал использоваться в оформлении парфюмерной продукции во всем мире, а в нашей стране проявился впервые. Теплый красный цвет отвечал теплоте аромата духов, также и золото, передающее оттенок жара. Завитки означают томную игривость, резкие изломы линий соответствовали революционности названия.

Целью данной работы является разработка технологии производства женской трикотажной коллекции, на основе ассоциаций с флаконом главного парфюмерного символа советской эпохи. Многие кутюрье в продолжение своих коллекций создают парфюмерные линии, зачастую дизайн флаконов и основные ноты ароматов передают стиль и настрой модной линии. В результате проведенной работы разработана авторская коллекция женских трикотажных изделий в выбранной стилистике. Коллекцию объединяет единое цветовое решение, декоративные элементы и форма на основе ассоциации с духами «Красная Москва».

РАЗРАБОТКА ИСХОДНОЙ ИНФОРМАЦИИ ДЛЯ ТЕХНОЛОГИИ ПРОЕКТИРОВАНИЯ КРЫЖМЫ НА ОСНОВЕ ТРАДИЦИЙ ПРАВОСЛАВИЯ

Сухинина Ю.Е., гр. ТТП-219

Научный руководитель преподаватель Бабкова Е.С.

Кафедра Проектирования и художественного оформления текстильных изделий

Одним из древнейших обрядов церкви является крещение ребенка. Крещение – одно из семи таинств Православной Церкви обозначающее духовное рождение верующего. При проведении Таинства Крещения, обязательным является наличие крыжмы. Традиционно крестильная крыжма представляет собой белое полотно для принятия ребенка от купели. В России наиболее часто священное действие свершают во младенчестве, таким образом, для проектирования и разработки технологического процесса была выбрана модель трикотажной крыжмы для новорожденного. Размер крыжмы зависит от возраста ребенка, при проведении анализа выявлено, что изделие предпочтительнее выработать в форме квадрата с размерами сторон 75 см. Также установлено, что для выработки изделия необходимо использовать однотонную, преимущественно белую пряжу, обладающую высокими показателями гигроскопичности. Наиболее полно удовлетворяет заданным требованиям хлопчатобумажная пряжа. Однако, необходимо отметить, что изделия из такой пряжи могут давать усадку, долго сохнут, малоэластичны. Эти недостатки в значительной степени устраняет процесс мерсеризации.

Крыжма может быть украшена православной символикой, цветочным или листовым орнаментом, а также на полотне могут быть отображены инициалы. Следовательно, структура проектируемого изделия должна обеспечить получение двухлицевого рисунка фона изделия, при этом позволив реализовать на фоне главный символ православия – крест, а также гарантировать полное отсутствие закручиваемости по краям.

В работе рассмотрена возможность получения различных рисунчатых эффектов при сочетании изменения структуры трикотажа базового переплетения. Базой для получения рисунков в процессе вязания служат главные переплетения, в свою очередь рисунок может быть получен путем изменения в определенной закономерности: строения, ориентации петель и других элементов. На основе полученной в ходе анализа информации были разработаны структуры для нового ассортимента трикотажных изделий, также выработана серия опытных образцов. Полученные результаты могут быть рекомендованы для реализации в промышленных условиях.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ КОНСТРУКТИВНО-ДЕКОРАТИВНЫХ ЭЛЕМЕНТОВ ДЛЯ РАЗРАБОТКИ КОЛЛЕКЦИИ ЖЕНСКОЙ ОДЕЖДЫ В СТИЛЕ «АВАНГАРД»

Ханмагомедова М.Б., гр. ТТП-219

Научный руководитель преподаватель Бабкова Е.С.

Кафедра Проектирования и художественного оформления текстильных изделий

Одним из самых оригинальных направлений в мире моды можно назвать авангардный стиль. Одежда, выполненная в стиле «авангард» отличается смелыми цветовыми решениями и формами, которые сочетают в себе современные тенденции и художественные образы прошлых лет.

Композиционное решение разрабатываемой коллекции женской одежды осуществляется по принципу обогащения основы. Основная форма дополняется конструктивно-декоративными элементами, в виде художественных линий образуемыми накладной отделкой на полотне.

В современной одежде широко используется украшение костюма элементами, выполненными из отделочных или специальных материалов. Отделка служит элементом композиции одежды, дополнением, украшающим изделие и способным изменить его функциональное назначение. Таким образом, изделие несложной конструкции для повседневной носки при применении элементов отделки может стать нарядным туалетом.

Объектом исследования стало оформление гладкой поверхности трикотажного изделия накладными деталями, как один из способов конструктивно-декоративного оформления трикотажных изделий. Особую роль в создании фактуры поверхности трикотажного полотна играет отделка, с помощью которой на гладкокрашеном трикотажном полотне проектируется объемный узор. Накладная отделка представляет собой оформление полотна посредством настрачивания деталей на основной фон полотна. Наиболее интересным вариантом оформления гладкой поверхности трикотажного полотна являются рюши. Рюши – это элемент декоративной отделки одежды в виде присборенной, плиссированной или гофрированной полоски, настроенной по центру её осевой линии, способствует увеличению объема и композиционных вариантов образов за счёт совмещения материалов различных фактур и цвета. Один из способов получения рюши – это вязание с переходом на другое переплетение, позволяющее реализовывать различные ажурные эффекты в процессе вязания. Данная работа выполнена на базе полученных знаний с учетом современных тенденций.

ПРОЕКТИРОВАНИЕ КОЛЛЕКЦИИ ТРИКОТАЖНЫХ ИЗДЕЛИЙ В «СТИЛЕ КРОП-ТОП»

Агапова Т.В., гр. ТТП-219

Научный руководитель преподаватель Бабкова Е.С.

Кафедра Проектирования и художественного оформления текстильных изделий

Кроп-топ – это укороченный верх с рукавами или без, обнажающий талию или нижнюю часть торса. Изделие укороченного фасона, как правило, имеет ограничение только по длине – максимальная длина такого фасона может быть до талии или на 1-3 сантиметра ниже. Цвет, ширина, наличие и длина рукава, вид воротника и материал, из которого изготавливается данное изделие, могут быть абсолютно различными.

Кроп-топ – понятие довольно широкое, но главной особенностью предмета одежды – достаточная открытость, смелость линий, которые подчеркивают фигуру, привлекательность обладательницы трендовой вещи. Такие изделия невероятно универсальны и могут вписаться в образы в самом разном стиле. Сегодня на подиумах можно заметить целое разнообразие укороченных топов.

Повышенной популярностью пользуются короткие вязаные свитера, джемперы и пуловеры. Дизайнеры не выделяют фасон в отдельную группу, а относят к стилистике «кроп-топ». Несмотря, на то, что к группе больше относятся футболки и топы, укороченный пуловер или джемпер по внешнему виду соответствует данному определению.

В работе проведен анализ моделей женских плечевых верхне-трикотажных укороченных изделий, так как представляют для производителей одежды и модельеров повышенный интерес.

В результате проведенного анализа выявлены специфика элементов внешней формы, конструкции и фасонных особенностей. Также изучены виды структур трикотажных переплетений используемых для изготовления моделей. По итогу разработан комплект технических эскизов проектируемых моделей, приведены результаты исследований особенности получения форм деталей изделий путем комбинирования двойных неполных переплетений с различным раппортом прокладывания нити. Для проектирования деталей изучены основные свойства ластичных трикотажных переплетений, на основе проведенных исследований была получена серия экспериментальных образцов. Также разработана технологическая последовательность производства женского трикотажного джемпера в стиле «кроп-топ».

ЭКЛЕКТИКА В ТРИКОТАЖЕ

Пелевина Д.А., гр. ТТП-119

Научный руководитель старший преподаватель Туболушкина А.Г.

Кафедра Проектирования и художественного оформления текстильных изделий

Эклектика – это смешение, соединение разнородных стилей, идей, взглядов и т.п. Термин появился во II веке, а новое звучание в полной мере приобрел уже в наши дни, когда на первый план выходит особенность и неповторимость образа будь то в архитектуре, интерьере, одежде или других предметах дизайна.

Анализ демонстрационных линеек одежды Модных домов современности Prada, Gucci, DolceGabbana и других, позволил сделать вывод, что эклектика в одежде не имеет жестких ограничений, но предполагает следующие особенности: диффузия разных стилей, объединенных единым авторским замыслом (например, сочетание легкой и воздушной юбки с грубыми и тяжелыми ботинками); разнофактурность используемых материалов (например, полупрозрачную органзу и матовую плотную эко-кожу); яркая цветовая палитра, где может сочетаться зеленый с красным и т.д. (если в целом образ в спокойных тонах, то необходимы яркие акцентирующие аксессуары); многослойность материалов и комбинаторика вырезов, наслоений, асимметрии.

Оформление поверхности трикотажного полотна рисунчатыми эффектами в сложной комбинации (ажурными участками, объемными структурными элементами и цветными узорами) позволяет создать эклектичность вязаной модели, а применение пряжи различного сырьевого состава и вида дополнительной обработки (фасонная, меланжевая и т.д.) дополняет эту диффузию, поскольку появляется разнофактурность участков трикотажа.

В данной исследовательской работе были изучены художественно-технологические приемы, которые можно использовать при производстве трикотажных полотен, на примере трех рисунчатых переплетений: двойного четырехцветного двухлицевого жаккардового переплетения с выключенными четными иглами по изнаночной стороне; неполного (глазкового) и двухизнаночного переплетений.

Все спроектированные образцы были связаны на двухфонтурной плосковязальной машине с электронным управлением.

ЦЕЛЬНОВЯЗАНЫЕ ТРИКОТАЖНЫЕ МНОГОЦВЕТНЫЕ ДЕТАЛИ СЛОЖНОЙ ГЕОМЕТРИЧЕСКОЙ ФОРМЫ

Розанцева Л.Н., гр. ТТП-119

Научный руководитель старший преподаватель Туболушкина А.Г.

Кафедра Проектирования и художественного оформления текстильных изделий

Расширение ассортимента выпускаемых трикотажных изделий является актуальной производственной задачей. Причем повышается необходимость проектирования одежды необычных форм и расцветок, что дает возможность придать образу черты индивидуальности и особого стиля.

Цель данной научно-исследовательской работы – проектирование верхнетрикотажного изделия типа пончо регулярным способом производства с использованием разноцветного монораппортного узора. В соответствии с этим были поставлены задачи: разработать авторскую конструкцию пончо; создать многоцветный узор крупного формата; спроектировать цельновязанные детали трикотажного изделия с учетом производительности двухфонтурной двухсистемной плосковязальной машины.

В ходе данной работы была разработана общая конструкция пончо, состоящая из полочки и спинки сложной геометрической формы в виде трапеции с вогнутыми основаниями. Поверхность трикотажного полотна представлена авторским четырехцветным узором на полочке изделия. Основным переплетением является двойное двухцветное полное жаккардовое переплетение. Но за счет того, что при проектировании трикотажной детали вся поверхность поделена на горизонтальные участки, где вяжут только два нитеводителя, причем цвет применяемой пряжи при смене участка меняется – рисунок на полочке зрительно воспринимается как четырехцветный.

Стоит отметить, что разработана технология вязания деталей пончо в направлении от горловины к низу изделия. За счет этого сокращается время вязания, т.к. на процесс «прибавок» уходит меньше времени.

В заключение следует отметить, что все задачи, поставленные в данной научно-исследовательской работе, полностью выполнены. Последовательно проведена вся технологическая цепочка создания трикотажного изделия типа пончо от фор-эскизов, поэтапного проектирования программы вязания в среде Model до изготовления готовых изделий регулярным способом на плосковязальной двухсистемной машине с электронным управлением с учетом ее производительности и ресурсосбережения.

ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ ЛОГОТИПА В ТРИКОТАЖЕ ЖАККАРДОВЫХ ПЕРЕПЛЕТЕНИЙ

Шевцова П.М., гр. ТТП-119

Научный руководитель старший преподаватель Туболушкина А.Г.

Кафедра Проектирования и художественного оформления текстильных изделий

Трикотажные изделия пользуются большим спросом у потребителей. Но важно не только создать одежду, но и сделать ее конкурентоспособной и узнаваемой на рынке, защитить ее от подделок. Это достигается с помощью создания логотипа – некоторого графического символа.

Технология трикотажного производства дает возможность воспроизвести графический символ через цвето-фактурные эффекты петельной структуры изделия (ажурные, цветные или рельефные).

В данной научно-исследовательской работе был разработан дизайн логотипа кафедры Проектирования и художественного оформления текстильных изделий (ПХОТИ), а затем спроектирован в среде Model в виде различных двойных жаккардовых переплетений. Проведен анализ связанных образцов трикотажа, который показал, что в полном жаккардовом переплетении рисунок значительно вытягивается в высоту, причем с увеличением цветности пряжи, его удлинение увеличивается, одновременно увеличивается и толщина трикотажа; в неполном – узор на полотне более соразмерим по соотношению длина-ширина, а по изнаночной стороне идет шахматное расположение всех цветов используемой пряжи; в двухлицевом жаккардовом трикотаже при вязании из двух цветов нитей рисунок является зеркальным, при увеличении цветности четкость изнаночной стороны уже не такая явная, также при использовании буквенно-цифрового логотипа двустороннее применение невозможно; выключение некоторых игл (например, всех четных) по изнаночной стороне на протяжении всего полотна значительно облегчает вес трикотажного полотна и экономит сырье; помимо вышеизложенного аргумента выключение некоторых игл по лицевой стороне в соответствии с узором способно придать трикотажу жаккардового переплетения дополнительно к цветному эффекту, еще и рельефный.

Таким образом, логотип, созданный на трикотажном полотне за счет использования жаккардовых переплетений, является дополнительным дизайнерским элементом декора.

ТРИКОТАЖНЫЕ ЭЛЕМЕНТЫ СЛОЖНОЙ КОНСТРУКТИВНОЙ ФОРМЫ ОСЕТИНСКОГО НАЦИОНАЛЬНОГО КОСТЮМА

Калаева А.Д., гр. ТТП-219

Научный руководитель старший преподаватель Туболушкина А.Г.

Кафедра Проектирования и художественного оформления текстильных изделий

В современной моде при создании коллекции одежды дизайнеры не редко используют общие конструктивные формы изделия и дополнительные модельные элементы, которые могут быть съемными, благодаря чему появляется разноформатность одежды.

Цель данной научно-исследовательской работы: на основе осетинского национального костюма создать трикотажные детали сложной конструктивной формы в среде Model. Для разработки деталей были определены главные конструктивные элементы осетинского костюма. Такие как нагрудник, нарукавник и внутренний рукав. В программе Model были спроектированы стилизованные детали одежды из трикотажа.

Для создания нагрудной части, имитирующей застежки, использовано базовое переплетение – кулирная гладь, с участками сложной геометрической формы неравномерного (глазкового) переплетения. Форма детали образуется в виде перевернутой трапеции и вырабатывается регулярным способом, за счет поэтапного процесса сбавок симметрично с обеих боковых сторон. Разработанный внутренний рукав в развертке представляет собой геометрическую фигуру сложной формы с треугольным элементом на тыльной стороне ладони. Деталь выработана комбинированным переплетением (чередование рядов ластика и глади) с учетом технологических операций закрытия ряда петель и сбавок по боковым срезам. Переплетение отличается незакручивающимся краем, что актуально при создании цельновязаной детали изделия, которая в дальнейшем не обрабатывается бейкой или кеттлевкой. Спроектирована деталь нарукавника сложной формы, нижняя часть которой вырабатывается в виде прямоугольника, затем осуществляется закрытие части петель по краям изделия. Форма лепестка нижней части съемного рукава приобретает за счет применения увеличенных петель глазкового переплетения, которые покрывают область в виде перевернутого треугольника.

В ходе работы были определены главные элементы осетинского костюма, разработан полный цикл работ по проектированию и изготовлению цельновязаных деталей на плосковязальной машине.

КЛАССИФИКАЦИЯ РЕЛЬЕФНЫХ ЭФФЕКТОВ НА ТРИКОТАЖНЫХ ПОЛОТНАХ

Нагаева И.Х., гр. ТТП-219

Научный руководитель старший преподаватель Туболушкина А.Г.

Кафедра Проектирования и художественного оформления текстильных изделий

Наиболее ярким рисунчатым эффектом на трикотажном полотне является создание рельефа разной степени выраженности. Рельефные эффекты в трикотаже достигаются путем комбинирования выпуклостей и впадин, образованных группой петель, набросков и протяжек. Характеристика поверхности трикотажного полотна воспринимается зрительно от того, как падает свет, поглощает и отражает его, и осязательно, проводя рукой. Выпуклые части оказываются освещенными, а углубления в большинстве случаев в тени. Очень важна цветовая гамма используемого сырья, поскольку пряжа более светлых тонов придает рельефу большую визуальную объемность благодаря наличию более выраженной светотени. Глаз всегда верно определяет рельефность полотна: волнистая, бугристая, плоская, ворсистая и т.п.

Целью данной работы является классификация и проектирование возможных вариантов трикотажных структур, создающих объемные поверхностно-полостные формы.

Изучена классификация рельефа по таким параметрам, как высота фактурного элемента относительно принятого нулевого уровня, способ образования (вид переплетения) и различная локализация рельефных точек на поверхности полотна.

В работе был разработан ряд кулирных переплетений: двухизнаночные переплетения, неполные двойные переплетения и их комбинация с прессовыми петлями, глазковое переплетение, комбинированное переплетение на базе трубчатой глади, двухлицевое двухцветное жаккардовое переплетение, способных создать рельефных эффект на трикотажном полотне.

Проектирование трикотажных образцов было проведено в цифровой среде Model с учетом установки всех необходимых технологических параметров (плотность, скорость вязания, сила оттяжки готового полотна), изготовление трикотажа выполнено на плосковязальном оборудовании с электронным управлением фирмы Штайгер 7 класса.

Анализируя полученные образцы, можно отметить, что рельефные эффекты разнообразны по внешнему виду и способу образования. С помощью их применения можно значительно расширить ассортимент выпускаемой трикотажной продукции.

РУКАВА ОБЪЕМНОЙ ФОРМЫ С МОНОРАППОРТНЫМ АБСТРАКТНЫМ УЗОРОМ

Пташкина Э.Г., гр. ТТП-120

Научный руководитель старший преподаватель Туболушкина А.Г.

Кафедра Проектирования и художественного оформления текстильных изделий

Запоминающиеся, яркие конструктивные элементы трикотажной одежды значительно расширяют ее ассортимент, увеличивают спрос потребителей, особенно в молодежной возрастной группе. Цель данной работы: проанализировать возможности создания объемного трикотажного рукава. В соответствии с целью поставлены следующие задачи: исследовать конструктивные особенности рукава; изучить кулирные рисунчатые переплетения, способные создавать рельефный эффект на трикотажном полотне; провести анализ мелко- и крупнораппортных узоров.

Одним из способов создания пышного акцента на рукаве является модельное решение самой конструкции (увеличение объема в области оката рукава, локтевой части или ближе к запястью – так называемые рукава-буфы, фонарики, баллоны и т.д.) Объемность такой формы часто подчеркивают облегающей манжетой. Также возможны различные варианты со складками, накладными воланами, оборками и другими конструктивными дополнительными деталями.

В работе проведен аналитический обзор рисунчатых переплетений, способных создавать фактурный эффект на поверхности полотна (двухизнаночные, глазковые, перекрестные, двойные ажурные, прессовые, некоторые виды жаккардовых, футерованные, плюшевые). Получаемый рельеф за счет их использования может отличаться высотой структурных элементов относительно принятого нулевого уровня поверхности; областью покрытия – единичные точки либо крупные участки; поверхностным или полостным рельефным эффектом. Также существует технологический способ создания на полотне выпуклых участков при использовании частичного вязания, когда часть петель удерживается, а другие иглы продолжают работать.

Подчеркнуть объемность формы можно за счет применения вида и цветности рисунка. Мелкий и крупный раппорты создают различные эффекты, а контрастная цветовая палитра также способна к визуализации пышности.

В соответствии с проведенным анализом, разработаны фор-эскизы рукавов и спроектированы рисунчатые кулирные переплетения их поверхности.

СОЧЕТАНИЕ АСИММЕТРИИ И НАТУРАЛЬНОСТИ В ТРИКОТАЖЕ

Хакимова Л.А., гр. ТТП-120

Научный руководитель старший преподаватель Туболушкина А.Г.

Кафедра Проектирования и художественного оформления текстильных изделий

Один из композиционных приемов в одежде – это создание асимметрии. Негармоничные ритмы являются характерной чертой, наблюдаемой в природе: ветви деревьев, рельефы гор и т.д. Цель данной работы – разработать фор-эскизы для коллекции женской трикотажной одежды, вдохновленной природным асимметричным началом. В соответствии с этим было изучено понятие асимметричности как в одежде, так и в природе; составлен тематический мудборд; исследованы возможности некоторых рисунчатых кулирных переплетений; выполнены фор-эскизы юбок и блузок на основе визуальных образов асимметричных форм.

Асимметрия в одежде может проявляться в случае несимметричного расположения или отсутствия конструктивных деталей, швов, складок, сборок, отделки относительно определенной оси; либо при использовании цвето-фактурного оформления поверхности изделия. В трикотажных изделиях крупные асимметричные пятна можно создать за счет способа соединения интарзией, когда участки трикотажа, отличающиеся друг от друга по виду переплетения, по типу и линейной плотности использованной пряжи), соединены между собой петельными «замками». Футерованные и плюшевые переплетения могут создавать различные по внешнему виду и тактильности трикотажные зоны. Прессовые петли также способны привнести асимметричный эффект на поверхности. Неравномерно распределенные ажурные отверстия разных размеров (глазковые, ажурные, неполные) могут создать динамику восприятия рисунчатых эффектов.

Применение фасонной пряжи (меланжевой, с узелками, утолщениями, воздушными петлями, с включенными при крутке частями штапельного волокна и т.д.) является одним из вариантов проектирования неоднозначности природного начала в трикотажном образе.

Таким образом, при разработке проекта трикотажного изделия на основе концепции асимметричности и природной натуральности необходимо комбинировать и виды рисунчатых переплетений, и технологические способы производства, и типы используемой пряжи.

ОСОБЕННОСТИ ПРОИЗВОДСТВА ТРИКОТАЖНЫХ ЧЕХЛОВ НА КРУГЛОВЯЗАЛЬНОМ ОБОРУДОВАНИИ

Никитина А.А., гр. МАГ-ТТ-722

Научный руководитель преподаватель Заваруев Н.В.

Кафедра Проектирования и художественного оформления текстильных изделий

Производство трикотажных полотен для современных матрасов – сложный технологический процесс, каждый этап которого влияет на получение конечного продукта с высокими потребительскими качествами: износостойкость, воздухопроницаемость, требуемая степень растяжимости, несминаемость, доступность по цене, стильный внешний вид.

Целью данной научно-практической работы является исследование особенностей изготовления трикотажных полотен для чехлов матрасов. В соответствии с поставленной целью были реализованы следующие задачи: подобран сырьевой состав – смешанная пряжа из хлопка и многофиламентной синтетической комплексной полиэфирной нити; предложены химические составы для предварительной подготовки сырья к вязанию (для хлопчатобумажного волокна требуется дополнительная обработка – парафинирование, а для синтетической комплексной нити необходимо замасливание), благодаря которым улучшаются технологические возможности пряжи; обоснован выбор трикотажного оборудования – кругловязальная двухфонтурная машина немецкой фирмы MAYER & CIE модели OV JA 1.6 EM 20 класса с диаметром цилиндра 30 дюймов и 48 петлеобразующими системами, способная выпускать полотна большого диаметра, а также являющаяся высокопроизводительной за счет увеличенной скорости вязания и большого количества вязальных систем; спроектировано комбинированное уточно-жаккардовое переплетение, отличающееся рельефным эффектом на полотне. Помимо этого, уточные нити синтепон, находящейся между лицевой и изнаночной сторонами полотна, дополнительно фиксируются, что обеспечивает равномерное распределение наполнения по всей площади чехла и его качественное закрепление. Доказано, что при бытовом использовании данный вид трикотажа не деформируется при циклических нагрузках.

Исследован дополнительный вид равномерного фиксирования наполнителя – простегивание, которое может осуществляться тремя вариантами: термофиксация, челночным или цепным стежком на компьютеризированных многоигольных стегальных машинах. Эта технологическая операция осуществляется с одновременным наложением готовой сетки рисунка.

ИССЛЕДОВАНИЕ СПОСОБОВ ПОЛУЧЕНИЯ МЕЛКОРАППОРТНЫХ МОТИВОВ В ГРУППЕ РИСУНЧАТЫХ ТРИКОТАЖНЫХ ПЕРЕПЛЕТЕНИЙ

Магомедова М.Р., гр. ТП-119

Научный руководитель доцент Пивкина С.И.

Кафедра Проектирования и художественного оформления текстильных изделий

Выбор переплетений для проектирования изделия ориентируется на понравившиеся орнаменты и на цветовое сочетание в нем. На протяжении уже нескольких лет в каждой коллекции дизайнеров можно встретить мелкоряпортный орнамент, он привлекает взгляд. Для создания изделий мелкоряпортный орнамент является наиболее актуальным.

В исследовательской части работы рассмотрена классификация видов мелкоряпортных орнаментов. Предложены способы их выработки на базе жаккардовых и комбинированных рисунчатых переплетений. Установлено, что жаккардовые переплетения могут быть: регулярными и не регулярными; образовываться за одинаковое и разное число циклов петлеобразования; и т.д. Мелкоряпортный орнамент в отличие от моноряпортного может быть выработан всеми видами жаккардовых переплетений.

Проведено исследование способов получения мелкоряпортных мотивов в группе рисунчатых трикотажных переплетений. Путем комбинирования различных видов рисунчатых переплетений можно получать орнаменты разной сложности и даже корректировать фактуру полотна, то есть получая фактурно-рельефные эффекты. Было установлено, что мелкий орнамент можно получать при комбинировании поперечно-соединенного трикотажа с такими переплетениями как: двухизнаночная гладь; прессовые; ажурные; ананасовые; неравномерные переплетения. Поперечно-соединенный трикотаж в соединении с двухизнаночной гладью, позволяет получить необычный орнамент с лицевой и изнаночной стороны. Комбинирование прессового переплетения с поперечно-соединенным трикотажем приводит к получению прерывистого орнамента. Соединение ажурного переплетения с поперечно-соединенным трикотажем получит волнистые или даже зигзагообразные линии. В зависимости от проводимой далее отделки на полотнах помимо рисунчатых эффектов можно получить рельефные и ажурные эффекты.

Опытные образцы были выработаны в лаборатории кафедры на специализированном оборудовании фирмы Steiger и Stoll. Программы выработки составлены в системах Model и M1+.

ИССЛЕДОВАНИЕ ОСОБЕННОСТЕЙ ВЫРАБОТКИ ЖАККАРДОВЫХ МНОГОЦВЕТНЫХ РИСУНКОВ НА ПЛОСКОВЯЗАЛЬНОМ ОБОРУДОВАНИИ

Каржаневич В.Д., гр. ТТП-219

Научный руководитель доцент Пивкина С.И.

Кафедра Проектирования и художественного оформления текстильных изделий

На сегодняшний день максимально близко к оригиналу изображение можно воспроизвести именно с помощью жаккардового переплетения. Жаккардовые переплетения – это техника вязания, которая используется для создания сложных узоров на трикотажных полотнах. Жаккардовые переплетения могут быть одноцветными или многоцветными, и могут имитировать различные текстуры и узоры, включая геометрические и органические узоры, рисунки, буквы и логотипы. В проведенном исследовании были рассмотрены различные виды жаккардовых переплетений и технология их вязания на плосковязальном оборудовании.

Установлено, что при выработке одинарного жаккардового переплетения с многоцветным узором, на изнаночной стороне могут образоваться удлиненные протяжки, длина которых превышает технологически возможную. При выработке монорапортных многоцветных рисунков с использованием двойных видов жаккардового переплетения, следует учитывать изменение индекса жаккардовых петель в зависимости от выбранного способа прокладывания нити по изнаночной стороне полотна. Известно, что наибольшее количество петель с увеличенным индексом образуется при выработке полного жаккардового переплетения, что приводит к значительному вытяжению узора по длине, а также к возможному «проглядыванию» узорных нитей сквозь петли, образующие фон многоцветного узора. В ходе исследования установлено, что одной из особенностей выработки жаккардовых переплетений является сложность создания дизайна и программирования машины для создания определенного узора. Также важно контролировать качество и точность вязания, чтобы получить четкий и чистый узор. В зависимости от распределения многоцветного узора на трикотажных полотнах рекомендованы следующие способы его выработки. При равномерном распределении узора рекомендуется использование техники вязания двухстороннего образования полотна. При локальном расположении монорапорта, рекомендовано использование жаккардового переплетения неполного вида.

В данном исследовании были запрограммированы и выработаны образцы различных видов жаккардовых переплетений, подобраны технологические параметры вязания.

ИССЛЕДОВАНИЕ СПОСОБОВ ОБРАЗОВАНИЯ ФАКТУРНОЙ ПОВЕРХНОСТИ НА ТРИКОТАЖНЫХ ПОЛОТНАХ

Ковынева О.К., гр. ТТП-219

Научный руководитель доцент Пивкина С.И.

Кафедра Проектирования и художественного оформления текстильных изделий

Фактура – это одно из свойств окружающего нас предметного мира. Фактура материала – средство, выражающие строение материала, способ обработки его поверхности. Фактура помогает выявлять форму и силуэт костюма. Фактура трикотажной поверхности прежде всего совокупность факторов, способных создать разнообразные комбинации. Характеристика фактуры трикотажа зависит от используемых пряжи, переплетения и отделки. Выбор сырья обусловлен спросом потребителя и назначением будущего изделия. На фактуру полотна влияют состав пряжи, крутка, неравномерно извитые участки нитей, утонения, ворс и т.п. Значительно влияют на фактуру поверхности трикотажного полотна и виды переплетений. Именно за счёт переплетения зачастую и создаются структурные эффекты, такие как рельефные бугорки, впадины, полосы, складки (плиссе, гофре), зажимы и зацепы, косы, ажурные отверстия, плюш, и другие рельефные эффекты.

Рельефная поверхность трикотажа – это различные узоры, созданные путем изменения размера или ориентации петель на поверхности полотна. Рельефные поверхности создают как на лицевой, так и на изнаночной сторонах изделий, либо с использованием сырья с объемными элементами на базе главных переплетений, либо с использованием группы рисунчатых переплетений таких как ажурные, прессовые, неполные и др. В данной работе рассматривались способы получения фактурной поверхности путем комбинирования различных типов петель и их сочетаний.

Интересные фактуры различной сложности были получены в дессинаторской лаборатории университета на базе двухизнаночных переплетений. Установлено, что определенные закономерности чередования лицевых и изнаночных элементов приводят к формированию различных свойств полотна, так чередование по столбикам групп лицевых и изнаночных петель образует поверхность с эластическими свойствами, а диагональное сочетание участков лицевых и изнаночных петель позволяет получить ярко выраженную рельефную поверхность, напоминающую узор «косы».

На основании исследований разработана конструкция изделия с рельефно-фактурной поверхностью на базе сочетаний трикотажных переплетений неполного ластика и двухизнаночной глади.

ИССЛЕДОВАНИЕ ПРИЕМОВ ДЕКОРА ТРИКОТАЖНЫХ ПОЛОТЕН, ВЫРАБОТАННЫХ НА ОСНОВЕ СЫРЬЯ ИЗ ЧИСТОЙ ШЕРСТИ

Москалева М.Е., гр. ТТП-219

Научный руководитель преподаватель Заваруев Н.В.

Кафедра Проектирования и художественного оформления текстильных изделий

Шибори – традиционно это метод окрашивания текстильного материала, позволяющий получать сложные узоры и текстуры. Способ включает формирование, скручивание, связывание или сжимание материала, прежде чем они окрашиваются, что позволяет создавать различные узоры и эффекты. Существует несколько различных методов Шибори, которые используют различные технологии складывания и связывания материалов. Традиционно, Шибори производятся с использованием натуральных красителей, таких как индиго или кошениль. В данной работе проводилось исследование свойств шерсти и возможности получения эффектов различных декоративных техник в стиле «Шибори» на основе трикотажных полотен, то есть возможности использования специальных техник сложения и скручивания полотна для придания трикотажу из чистой шерсти рельефной, объемной поверхности Шибори. Основана данная техника на свойстве шерсти усаживаться при воздействии высоких температур. На трикотажном полотне закрепляют различные объемные предметы и далее полотно подвергают кипячению, что приводит к усадке трикотажа по фигуре и получаются стойкие объемные формы. Установлено, что при таком способе декора может быть нарушена форма деталей, что может привести к деконструкции всего изделия. Для этого необходимо разработать трикотажное полотно с рельефной поверхностью, которая позволит закреплять объемные элементы без нарушения геометрии детали.

Для получения рельефного трикотажа в ходе анализа различных переплетений был выбран неравномерный (глазковый) трикотаж, характеризующийся наличием увеличенных петель. Такая поверхность формируется переплетением, при котором размеры петель могут быть увеличены благодаря прокладыванию и последующему сбросу дополнительных петельных элементов, располагающихся на свободных иглах противоположной игольницы.

Опытные образцы были выработаны в лаборатории кафедры проектирования и художественного оформления текстильных изделий с использованием оборудования фирм Steiger 7 класса и Stoll 5 класса (1x1 техника). В качестве сырья выбрана шерстяная пряжа 31x2x2 Текс.

ИССЛЕДОВАНИЕ СПОСОБОВ ПОЛУЧЕНИЯ АНАТОМИЧЕСКОЙ ФОРМЫ ТРИКОТАЖНЫХ ИЗДЕЛИЙ

Филатова А.Д., гр. ТТП-119

Научный руководитель преподаватель Заваруев Н.В.

Кафедра Проектирования и художественного оформления текстильных изделий

На этапе создания своих коллекций деятели современной фэшн-индустрии часто используют принцип цикличности моды и культуры. Одним из возрожденных представителей моды XVIII века является корсет. Повседневный предмет, подчёркивающий женскую красоту, преобразовался в популярный аксессуар, который можно наблюдать как на модных показах, так и на полках масс-маркета.

Цель исследовательской работы – изучение способов получения анатомической формы трикотажных изделий с использованием различных материалов для получения обтягивающего силуэта. В ходе исследования были изучены особенности анатомических форм изделия, на основании изучения способов получения прилегающего силуэта разработана модель изделия анатомического типа.

Проведенный анализ различных изделий показал, что анатомическая форма может достигаться различными методами, такими как: использование в изделии дополнительной фурнитуры (китовый ус, металлические кости и т.д.); особенности кроя (анатомический крой изделия и т.д.); использование эластичных тканей при пошиве; добавление высокоэластичных/ высокоусадочных нитей при вязании полотна.

На основании проведенного исследования была разработана конструкция изделия корсетного типа, с авторским узором по всему полотну. Полотно выработано на базе двухлицевого жаккардового переплетения с использованием высокоэластичной нити (Spandex). Применение высокоэластичной нити в структуре полотна жаккардового переплетения обеспечивает не только получение трикотажного полотна с высокоэластичными свойствами, но и создание узорно-рельефной поверхности, придающей оригинальный внешний вид изделию. Для построения лекал изделия был изучен и использовался метод муляжирования сложных форм, позволяющий понять природу кроя костюма, и зафиксировать изменение геометрии его линий в зависимости от формы фигуры человека.

Таким образом, использование высокоэластичных нитей в структуре полотна в совокупности с современными методами кроя обеспечивает возможность разработки и проектирования трикотажных изделий анатомической формы.

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ТЕНДЕНЦИЙ МОДЫ В 20 И 21 вв.

Шилова Е.Д., гр. ТТП-121

Научный руководитель доцент Николаева Е.В.

Кафедра Проектирования и художественного оформления текстильных изделий

Индустрия моды – это отрасль сферы услуг, которая является социальным феноменом и заключается в формировании образа «модных» товаров, их производством и непосредственной реализации идей. Наиболее важной функцией модной продукции является удовлетворение эстетической потребности человечества. Проанализируем основные изменения модных тенденций с 1920 по 2010 гг. Для анализа предложен ряд критериев: форма изделий, силуэт, колористика, особенность влияния временного периода.

В 1920-ых годах имели популярность укороченные и прямые платья свободного кроя, с заниженной талией, без корсета и с застежками на грудной клетке. В 1930-ых годах девушки предпочитали приталенный силуэт с косым краем юбок, который позволял подчеркнуть красоту женской фигуры. В 1940-ых годах основным трендом стал костюм лаконичного кроя с укороченной юбкой до колена, где жакет имел подплечники квадратной формы, белые воротники и манжеты, а ремень имел подобие армейскому. В 1950-ых годах прилегающий контур с прямым краем платьев или пышной юбкой акцентировал внимание на достоинствах женской фигуры. В 1960-ых годах в моду входит длина мини у юбок, расклешенные джинсы, сарафаны с А-образным вырезом, а также новые направления и стили. В 1970-ых годах девушки носили мужской костюм, а наиболее популярными стали джинсы из денима и направление «диско». В 1980-ых годах женственность подчеркивали с помощью ярких платьев, у которых был акцент на талии. В 1990-ых годах мода сформировалась из простых молодежных вещей, в которые входили объемные свитера, футболки с различными принтами, джинсы и кроссовки. В 2000-ых годах предпочитали облегающие платья с глубоким декольте, а также блестящие украшения. В 2010-ых годах стильный образ заключался в сочетании вещей по вашему вкусу: в моде главенствовала индивидуальность.

Анализируя все вышесказанное, можно резюмировать, что каждое десятилетие вносит свои тенденции и направления в индустрию моды, благодаря которым она активно развивается. С учетом проведенного анализа созданы фор-эскизы изделий, которые отражают в себе тренды прошлых лет.

ОСОБЕННОСТИ ХУДОЖЕСТВЕННО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКОГО ПРОЕКТИРОВАНИЯ ТРИКОТАЖНЫХ ИЗДЕЛИЙ С РАЗЛИЧНЫМИ ВИДАМИ СКЛАДОК

Нефедова А.И., гр. ТТП-119

Научный руководитель доцент Николаева Е.В.

Кафедра Проектирования и художественного оформления текстильных изделий

Актуальность применения декоративных элементов в виде складок в трикотажных изделиях, связана с обновлением и расширением ассортимента, который должен отвечать нынешним требованиям моды и обладать высоким качеством. Регулярный способ выработки изделий с формированием складок на полотне, позволяет уменьшить количество ручных операций, сократить количество отходов и повысить качество выпускаемой продукции.

Целью данной работы является художественно-технологическое проектирование трикотажных изделий с различными видами складок и ритмом их расположения. В результате работы рассмотрены складки плиссе, гофре, бантовка, изучены различные способы их формирования и закрепления на трикотажном полотне с учетом таких факторов, как базовое переплетение, ритм выключения игл из работы, количество выключенных игл для формирования сгиба складки, линейная плотность пряжи, вид используемого сырья, плотность вязания.

Разработаны и реализованы образцы складок разных видов, а также варианты их перехода на другие переплетения. Переход со складки на другое переплетение может осуществляться разными способами в зависимости от дизайнерской идеи, например: по прямой, под наклоном и т.д. Для осуществления перехода необходимо произвести перенос петель, позволяющий избежать нарушения процесса петлеобразования, что необходимо учесть на этапе программирования.

В работе предложена коллекция изделий спортивного назначения с элементами складок, разработана подпрограмма вязания женского платья со складкой плиссе (в среде Model), расположенной под наклоном к основному полотну. Платье выработано регулярным способом и реализовано на плосковязальном оборудовании с электронным программным управлением фирмы «Штайгер».

ОСОБЕННОСТИ ВЫРАБОТКИ ОБЪЕМНЫХ ЭЛЕМЕНТОВ НА ВЯЗАЛЬНЫХ МАШИНАХ

Сунцова Е.Ю., гр. ТТП-121

Научный руководитель доцент Николаева Е.В.

Кафедра Проектирования и художественного оформления текстильных изделий

В вязальном производстве существует множество трикотажных переплетений, использование которых при реализации изделий направлено на достижение определенного декоративного или художественного эффекта. Также часто используют декорирование краев изделий (бахромой, зубчиками, волнами, петельными элементами и т.п.), вышивку, украшение бусинами, ажурные узоры, вязаный декор и аппликации.

Целью данной работы является анализ трикотажных переплетений с точки зрения выработки объемных элементов. В результате работы проанализированы различные рисунчатые переплетения, на базе которых можно создать структуры большой рельефности. Так, целесообразным является применение глазкового переплетения, в котором увеличенные петли вывязываются непосредственно по заданному рисунку, а получаемые при этом выпуклые структурные элементы заполняются наполнителем. В этом случае для надежного закрепления наполнителя необходимо предусматривать подкладочный материал. Интерес также представляет рельефное жаккардовое переплетение, которое, кроме объемности, позволяет использовать и колористические эффекты.

В работе также рассмотрены вопросы создания цельного с основным полотном элемента в виде кармана и дальнейшего его преобразования с помощью набивки в объемный элемент. С помощью такого приема можно получить эффект, например, пришитой мягкой игрушки. Такой декор можно применить к различным видам одежды. Наиболее востребован может данный прием быть в детской одежде.

ОСОБЕННОСТИ ХУДОЖЕСТВЕННО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКОГО ПРОЕКТИРОВАНИЯ ТРИКОТАЖНЫХ ИЗДЕЛИЙ ИЗ ВЫСОКОЭЛАСТИЧНЫХ НИТЕЙ

Колесникова А.Б., гр. ТТП-119

Научный руководитель доцент Николаева Е.В.

Кафедра Проектирования и художественного оформления текстильных изделий

Расширение ассортимента комфортной спортивной одежды с использованием высокоэластичных нитей является одной из задач текстильной промышленности.

Целью данной работы является исследование высокоэластичных полотен и проектировании изделий из данных материалов. В результате работы проанализированы отличительные особенности высокоэластичных нитей и сырья для их изготовления. Проанализированы особенности применения высокоэластичных нитей при выработке трикотажных изделий. Проведен анализ коллекций современных домов моды, выпускающих изделия из высокоэластичных полотен, на базе которого разработана коллекция изделий из высокоэластичных полотен спортивного назначения. Спроектированы параметры применяемых полотен и изделий коллекции с учетом использования высокоэластичных нитей и разработана технология их изготовления.

Для проектирования женских комбинезонов выбрано высокоэластичное основовязаное полотно, состоящее из 80% полиамида и 20% эластана. Предложено переплетение шарме – трико встречной кладки и полной проборки. Поверхностная плотность полотна составила 250 г/м². Изделие, выработанное из такого полотна, не позволяет остыть мускулам и способствует лучшему кровообращению, следовательно к мышечной структуре поступает больше кислорода. Облегающий спортивный комбинезон позволяет лучше чувствовать и контролировать движения тела в тренажерной студии.

При проектировании лекал изделий использован метод конструирования Мюллер и Сын безвытачной базовой конструкции изделий с последующим изменением лекал в соответствии с эскизом. Учетный расчетный коэффициент растяжимости данного полотна по горизонтали составил 0,8, а по вертикали – 0,87.

РАЗРАБОТКА РЕЛЬЕФНЫХ СТРУКТУРНЫХ ЭФФЕКТОВ С ПРИМЕНЕНИЕМ ЭЛЕМЕНТОВ ПЕТЛЕПЕРЕНОСА

Ушакова-Шамшина В.Д., гр. ТТП-219

Научный руководитель преподаватель Заваруев Н.В.

Кафедра Проектирования и художественного оформления текстильных изделий

Невозможно представить современную легкую промышленность без трикотажа. Его производство играет огромную роль, а изделия многообразны и востребованы. Так, большим спросом пользуются различные рельефно-структурные эффекты, образованные на поверхности полотна. Актуальность данной работы обусловлена большой востребованностью рельефного трикотажа, отвечающего эстетическим и практическим характеристикам потребителя.

В результате работы рассмотрены способы получения рельефного грифа полотна. Придание рельефа полотну возможно с использованием

различных технологий, например, с использованием специальных видов отделки, швейных операций или непосредственно структурой переплетения.

Одним из переплетений, позволяющим получать рельефные эффекты является ажурное с применением группового петлепереноса. Перенос петли возможен со съемом игл или без съема, когда вместо полных петель переносятся наброски. Существует несколько видов переноса петель, создающие различные эффекты на полотне. В случае переноса петель без их снятия с игл ажурные отверстия образуются с меньшим диаметром, при этом в следующем ряду образуются замкнутые петли, что создает небольшой рельеф трикотажа. С использованием одновременного переноса нескольких петель получают ажурные и оттеночные эффекты. В этом случае происходит наклон петельных столбиков с поочередным образованием набросков в каждом последующем ряду. Кроме того, на базе ажурного трикотажа можно добиться эффекта кос при помощи попарно переносимых петель во встречном направлении, образуя рельеф в уплотненных участках перекрывания петель.

В процессе проведения данной работы выявлены и учтены особенности проектирования полотна, влияющие на фактурность, технические и визуально-художественные характеристики, разработана коллекция полотен и изделий с рельефным эффектом и предложена технология выработки одного из изделий с использованием оборудования с электронным программным управлением.

СВОЙСТВА СВЕТООТРАЖАЮЩИХ НИТЕЙ И ОСОБЕННОСТИ ИХ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ПРИ ВЫРАБОТКЕ ТЕКСТИЛЬНЫХ ИЗДЕЛИЙ

Зуева П.А., гр. ТТП-121

Научный руководитель доцент Николаева Е.В.

Кафедра Проектирования и художественного оформления текстильных изделий

В настоящее время существует множество способов применения светоотражающих полотен, так как со светоотражающими вставками на одежде повышается видимость человека в темное время суток и плохо освещенных помещениях. В большинстве случаев изготавливаются полотна для использования на предприятиях и производствах в рабочей зоне, для детских изделий и др.

Целью данной работы является анализ светоотражающих нитей и выявление способов применения деталей одежды из данного материала в повседневной жизни. В результате работы проанализированы свойства светоотражающих нитей полиэстер и поликоттон. Полиэстер обладает

высокой прочностью и износостойкостью, имеет минимальную плотность, обладает высокой гибкостью. Поликоттон – смесь полиэстера и хлопка. Способ производства данного материала более экологичный, материал имеет плотность выше, чем полиэстер, полотно меньше мнется. Эти материалы служат основой для самого изделия.

В целом светоотражающие материалы обладают огромным количеством положительных свойств, например, могут подвергаться стирке без потери свойств до 50 раз, имеют хорошую несминаемость и практически не подвергается дефектам и т.д. Но существуют ситуации, в которых полотно может приносить вред. Свет является сильным источником излучения. При постоянном ношении светоотражателей на солнце могут возникать ожоги. Ультрафиолетовый свет от солнца проходит сквозь ткань и сильно воздействует на кожу.

Способ светоотражения зависит от поверхности полотна, на которую поступает освещение. Полотно «светится» благодаря способности отражаться от источника светового потока до поверхности со специальным покрытием.

В работе предложены способы применения деталей одежды из данного материала и варианты изготовления трикотажных полотен с применением светоотражающих нитей. Рассмотрены особенности использования светоотражающей нити на вязальном оборудовании: существующие светоотражающие нити могут перерабатываться на вязальных машинах до 20 класса на небольших скоростях вязания.

ОСОБЕННОСТИ КАСТОМИЗАЦИИ ТРИКОТАЖНЫХ ПОЛОТЕН НА БАЗЕ РАЗЛИЧНЫХ ПЕРЕПЛЕТЕНИЙ

Ефремова Г.В., гр. ТТП-119

Научный руководитель доцент Николаева Е.В.

Кафедра Проектирования и художественного оформления текстильных изделий

Кастомизация изделий в настоящее время становится все более актуальной, так как позволяет доступными способами не только обновить изделие, но и придать ему индивидуальный стиль.

Целью данной работы является выявление особенностей кастомизации трикотажных полотен и изделий и их дальнейшее художественно-технологическое проектирование. В результате работы проведен анализ особенностей процесса крашения текстильных полотен, вырабатываемых из различных видов сырья; изучен процесс кастомизации с точки зрения совершенствования художественного образа современных текстильных изделий; разработаны и реализованы на вязальном оборудовании с электронным программным управлением фирмы

«Штайгер» трикотажные полотна на базе главных и производных кулирных переплетений с различным грифом полотна и проанализированы особенности их кастомизации. Полотна выработывались с различной глубиной кулирования, что позволило рассмотреть особенности нанесения краски на полотна с разной плотностью. Разработана коллекция женских трикотажных изделий с элементами кастомизации и спроектированы технологические параметры одного изделия из разработанной коллекции. Предложена технология изготовления спроектированного изделия.

ХУДОЖЕСТВЕННО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ ТРИКОТАЖНЫХ ПОЛОТЕН С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ НАЦИОНАЛЬНЫХ УЗОРОВ АДЫГЕИ

Шевхужева А.М., гр. ТТП-219

Научный руководитель доцент Николаева Е.В.

Кафедра Проектирования и художественного оформления текстильных изделий

Современная мода часто отражает национальные традиции разных народов, что прослеживается в работах молодых дизайнеров, уверенно использующих во многих своих коллекциях этнический стиль, выражающийся в вышивках, узорах, колористике.

Целью данной работы является разработка трикотажных полотен с использованием национальных адыгских мотивов и их реализация в современном костюме. В работе проведен анализ коллекций известных брендов, использующих в своих изделиях национальный орнамент. Выявлены виды орнаментов, их отличительные черты, цветовая гамма, ритмы размещения орнаментов на полотнах и изделиях в зависимости от вида изделия. В частности, рассмотрены колористические и композиционные особенности узоров Адыгеи. Композиция узора, как правило, представляет строго симметричное изображение, центром которого являются геометрические фигуры в виде ромба или треугольника, дополненные растительными элементами в виде листочков, завитков и т.д. Часто встречаются растительные орнаменты, выполненные в зеленой гамме, а также орнаменты в виде кинжала или копья с использованием черного и золотого цветов. В случае наличия в орнаменте резких линий его выполняют в красно-черной колористике.

С использованием результата анализа разработана коллекция орнаментов для женских платков, на базе которых выработаны образцы полотен на плосковязальном оборудовании Steiger марки Vesta 130.E неполным жаккардовым переплетением.

Один из орнаментов с элементами флага Адыгеи в желто-зеленой колористике выбран для производства женского платка. Рисунок изделия

состоит из различных растительных и геометрических узоров. Разработана технология вязания изделия, спроектированы его технологические параметры.

ОСОБЕННОСТИ ПРОЕКТИРОВАНИЯ ТРИКОТАЖНЫХ ИЗДЕЛИЙ В СТИЛЕ ТЕКВИР

Кузнецова В.К., гр.ТТП-219

Научный руководитель доцент Муракаева Т.В.

Кафедра Проектирования и художественного оформления текстильных изделий

В современных условиях появляется большое количество новых видов сырья, что обуславливает изготовление высокотехнологичной одежды. Это является причиной актуализации использования стиля теквир (Techwear) в одежде. При производстве трикотажных изделий данный стиль реализуется использованием, например, светоотражающих нитей или различных пропиток, придающих изделиям специальные свойства, и т.д.

Целью данной работы является исследование трикотажных переплетений и технологий их получения с точки зрения выработки изделий в стиле теквир из термохромных нитей. В результате работы проведен анализ трикотажных структур для реализации изделия с применением термохромных нитей. Так как такие нити выпускаются на основе полиэфира и имеют небольшой коэффициент трения, то необходимо при выборе переплетения учитывать особенность их переработки на вязальном оборудовании. Кроме того, в изделии такие нити должны выходить на лицевую сторону трикотажа и желательно не соприкасаться с телом человека.

Анализ показал, что наиболее подходящими для реализации таких изделий является комбинация платированного и жаккардового переплетений. При таком комбинировании структур жаккард обеспечит получение рисунка на изделии, а платированное переплетение – положение термохромных нитей на лицевой стороне петельной структуры. Кроме того, с помощью жаккардовых переплетений можно получать различные эффекты на поверхности полотен и изделий, что может усилить эффект от использования термохромных нитей.

Также в работе проведен анализ технологий выработки таких переплетений, выявлены их особенности, например, при выработки платированных переплетений необходимо следить за углом прокладывания нитей во избежание изменения местоположения нитей в петлях. Кроме того, рассмотрены условия переработки термохромных нитей, лучшие варианты пряжи в дополнение к ним, рациональная линейная плотность используемых нитей для плосковязального оборудования 7 класса.

ХУДОЖЕСТВЕННО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ ТРИКОТАЖНЫХ ИЗДЕЛИЙ С МЕЛАНЖЕВЫМ ЭФФЕКТОМ

Грачев И.С., гр. ТТП-119

Научный руководитель доцент Муракаева Т.В.

Кафедра Проектирования и художественного оформления текстильных изделий

Актуальность разработки трикотажных полотен и изделий с меланжевым эффектом обусловлена современными экономическими условиями. Кроме того, использование меланжа позволит расширить ассортимент изделий при использовании сырья, имеющегося в наличии. Также использование такого эффекта позволит экономить сырье, изделия из меланжевой пряжи пользуются популярностью у потребителей и могут быть использованы для создания любого образа. Поэтому целью данной работы является художественно-технологическое проектирование изделий с меланжевым эффектом. В результате работы рассмотрен процесс создания меланжевых пряж, выявлены его особенности, достоинства и недостатки. Такой процесс является достаточно сложным и имеет ограничения по цветовой гамме.

Также в работе проведен анализ структур, с помощью которых, можно получить меланжевый эффект на полотне, выделены наиболее подходящие для выработки такого эффекта. Рассмотрены особенности технологии их выработки. Разработаны образцы полотен с меланжевым эффектом на базе рассмотренных переплетений, проведена его оценка, выявлены достоинства и недостатки. Так на базе жаккардового переплетения наблюдается повторяемость раппорта, поэтому необходимо использовать монораппортный узор. Такой узор трудоемок для разработки с данным эффектом.

В ходе работы проведен опрос ряда респондентов, на основе которого определено переплетение для разработки коллекции изделий, разработано и таким переплетением является платированное на базе двухизнаночной глади, на базе которого выполнен джемпер женский с меланжевым эффектом.

ОСОБЕННОСТИ ПРОЕКТИРОВАНИЯ УЗОРОВ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ИМИТАЦИИ ДЕФЕКТОВ И ПОРОКОВ ТРИКОТАЖА НА ИЗДЕЛИЯХ

Джанаари Д.Э., гр. МАГ-ТТ-721

Научный руководитель доцент Муракаева Т.В.

Кафедра Проектирования и художественного оформления текстильных изделий

Сегодня на пике моды изделия, выполненные в стиле гранж с имитацией дефектов полотен. Особенно эффектно такие изделия смотрятся при выполнении их из трикотажа.

Целью работы является разработка технологии выработки полотен с имитацией дефектов и пороков трикотажа. Для реализации поставленной цели в работе рассмотрены основные дефекты и пороки трикотажных полотен и изделий, их вид на поверхности полотна и причины их возникновения. На основе полученных результатов определены способы реализации имитации дефектов и пороков с целью создания художественных образов. Такими способами являются механические (разрывы, разрезы), химические (крашение особым способом, протравливание), технологические. Технологические способы получения таких имитаций на трикотаже представляют особый интерес.

В работе рассмотрены способы получения имитаций различных дефектов и пороков: дыр, сброса петель с последующим роспуском, неровноты, изменения плотности. Выявлено, что получение таких имитаций может быть выполнено различными способами, например для получения имитации дыр можно использовать интарзийный метод и перенос петель. Выработку имитации роспуска – переносами петель с выработкой протяжек или методом сброса.

Разработаны образцы с различными имитациями дефектов: роспусков, дыр, эффекта неравномерной плотности полотна, распускающегося края изделия. Проведен анализ технологий их выработки, даны рекомендации по выполнению данных процессов с целью улучшения получаемых эффектов. Разработаны программы для выработки данных образцов с помощью аппарат Color Arrangement в среде M+, образцы реализованы на плосковязальном оборудовании фирмы Stoll

Использование таких эффектов позволит расширить и обновить ассортимент трикотажных изделий за счет создания новых художественных образов.

ОСОБЕННОСТИ И ИСТОРИЯ КОВРОТКАЧЕСТВА

Емельянцева О.В., гр. ТТП-121

Научный руководитель доцент Муракаева Т.В.

Кафедра Проектирования и художественного оформления текстильных изделий

Ковроткачество одно из наиболее древних и интересных технологий, возникновение которого уходит в древние века. До сих пор нет единого мнения, когда и где впервые был получен первый ковер: в Древнем Египте в 14-ом веке до н.э. или же в среде кочевых племен Центральной Азии более 2500 лет назад. Первый древний ковер был найден в сохранившемся виде в 1949 году во время раскопок царского могильного кургана скифского периода в Горном Алтае, в долине Пазырык. Для получения этого шерстяного ковра был использован двойной симметричный узел «хордиес». Эпохой персидских ковров можно назвать период с 16 века по первую половину 18 века. Кропотливая работа, затейливые узоры, использование высококачественного сырья и редких красок обуславливают их высокую стоимость. Также особый стиль ковров с символами буддизма можно выделить у китайских и тибетских изделий этого периода.

В Европу первые ковры были привезены венецианскими купцами из Персии, Турции, Египта, Кавказа и Средней Азии. Таким образом, самым крупным центром торговли коврами в Европе стала Венеция. И в 17 веке на территории Европы появляются свои оригинальные ковры. Они отличаются влиянием стилей и местных этнографических традиций в оригинальных дизайнах орнаментов. С изобретением Жозефа Жаккарда самодействующего ткацкого станка в 1806 году начинает развиваться машинное производство ковров в Европе.

Основным центром ковроткачества в России был город Судж Курской губернии, где ковры производились из грубой шерсти на конопляной или льняной основе. Суджанские ковры украшались геометрическим или растительным орнаментом.

Таким образом, анализ ковроткачества по различным историческим периодам и территориям позволил выделить особенности их выработки и художественного решения. Эволюция ковров протекала под влиянием социальных, экономических и модных тенденций. Изобретение искусственных нитей и новых видов красителей, увеличение ширины ткацких станков и создание высокопроизводительного оборудования привели ковры на рынок массового потребителя.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ МЕТОДА АССОЦИАЦИЙ ПРИ РАЗРАБОТКЕ ТЕКСТИЛЬНЫХ ИЗДЕЛИЙ

Макарова Д.А., гр. ТТП-121

Научный руководитель доцент Муракаева Т.В.

Кафедра Проектирования и художественного оформления текстильных изделий

В настоящее время дизайнеры стараются ориентироваться на большую аудиторию, расширить ее. Для достижения этой цели используются художественные приемы, которые присущи и другим видам искусства, например отсылки, метафоры. Благодаря им зритель быстрее обрабатывает информацию и понимает заданный посыл. Для поиска вдохновения к созданию изделий на основе этих приёмов используется метод ассоциаций, который рассматривается в данной работе.

Отражение в искусстве находят различные сферы жизни, однако самая обширная и узнаваемая – это бытовая сфера. Предметы, связанные с ней, люди идентифицируют быстрее всего, так как каждый пользуется ими. В связи с этим, эффективно использовать для вдохновения предметы быта при создании одежды или аксессуаров с помощью метода ассоциаций.

Целью данной работы являются изучение способов ассоциативного использования элементов бытовых предметов в текстильных изделиях и проектирование собственных изделий на их основе. В работе были рассмотрены несколько вариантов реализации проектируемых изделий, основанных на выделенных свойствах бытовых предметов – форме, колористике и текстуре. Также было спроектировано платье с задействованием всех вышеупомянутых свойств в ассоциативной корреляции.

Для каждого из изделий были рассмотрены предполагаемые материалы, детали и технологии создания. Кроме того, были подобраны оптимальные вариации выработки полотен для сохранения как ассоциаций, так и качества создаваемых изделий.

Таким образом, благодаря возможностям современных технологий и оборудования путь к воплощению проектов на основе вдохновения через метод ассоциаций находится достаточно быстро, что, безусловно, делает работу дизайнера комфортнее и эффективнее. Можно подчеркнуть, что за счёт известной и интересной ассоциации будет привлечена более обширная аудитория покупателей. Так как художественные приёмы, которые вызывают эмоции и заставляют задуматься, семиотически определяют какой-либо предмет как произведение искусства.

ХУДОЖЕСТВЕННО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ ТРИКОТАЖНЫХ ПОЛОТЕН И ИЗДЕЛИЙ С ЭЛЕМЕНТАМИ ДЕКОНСТРУКЦИИ

Хон К.Л., гр. ТТП-119

Научный руководитель доцент Муракаева Т.В.

Кафедра Проектирования и художественного оформления текстильных изделий

Одним из широко используемых приемов при создании одежды является деконструкция. Модели изделий в таком стиле держатся на пике моды не один год. Не исключением является и трикотажная одежда. Это обусловлено тем, что трикотажные переплетения позволяют вырабатывать эффектные элементы деконструкции на поверхности полотна. Такие элементы в сочетании с петельной структурой позволяют создавать новые образы. Таким образом работа по созданию полотен и изделий из трикотажа с элементами деконструкции является актуальной, а такие изделия востребованы потребителями.

В результате работы рассмотрены варианты выработки элементов деконструкции таких, как отверстия различной величины и имитация роспусков с удлиненными протяжками.

Одной из структур, позволяющих получать такие эффекты является ажурное переплетение, вырабатываемое на базе одинарного трикотажа с применением петлепереноса и последующим выключением игл из работы. Проведенный анализ технологии вязания элементов деконструкции путем петлепереноса показал, что для получения этих эффектов необходимо вырабатывать отверстия различной величины в хаотичном порядке. Для выполнения этого необходимо проектировать достаточно большой раппорт с отверстиями различной величины, в противном случае повторяемость раппорта создаст ровный рисунок, не отвечающий стилю деконструкции.

В процессе работы были выявлены и учтены особенности технологии выработки элементов деконструкции такие, как выполнение отверстий разного размера, выработка протяжек увеличенной длины и т.д. Рассмотрены особенности проектирования и программирования таких элементов, спроектированы образцы полотен, которые реализованы на плосковязальном оборудовании, разработана технология выработки изделия с элементами деконструкции.

ХУДОЖЕСТВЕННО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ ТЕКСТИЛЬНЫХ ПОЛОТЕН И ИЗДЕЛИЙ С АНИМАЛИСТИЧЕСКИМ ПРИНТОМ

Королева А.А., гр. ТТП-119

Научный руководитель доцент Муракаева Т.В.

Кафедра Проектирования и художественного оформления текстильных изделий

Анималистические принты возвращаются на модный олимп с завидной регулярностью. Это в первую очередь обусловлено его естественной выразительностью и самодостаточностью, а также многообразием видов и колористических решений.

Целью данной работы является художественное проектирование полотен и изделий с анималистическими принтами и разработка технологии их выработки. В процессе работы были рассмотрены виды анималистических принтов и эффектов на поверхности кожи и шкур животных, выделены основные цвета и фактуры. На основе полученных результатов определены критерии для проектирования полотен с анималистическими принтами.

Проведенный анализ коллекций различных домов мод, использующих анималистические принты позволил определить основные направления для разработки трикотажных изделий с такими принтами. Выделены способы получения анималистических принтов: химический (окрашивание, принтование), швейный способ (вышивка, аппликация и т.д.), механический способ (выстригание на меховой поверхности или вытравливание, вывязывание принтов.

Анализ способов показал, что для трикотажных полотен и изделий наиболее подходящим является способ получения анималистических принтов с помощью различных переплетений, так как, например швейные способы достаточно трудоемкие, нанесение принтов на трикотаж за счет особенностей структуры не всегда дает нужный результат, четкий принт, яркость цвета.

Для решения задачи были рассмотрены различные структуры, обеспечивающие выработку анималистических рисунков на поверхности трикотажа, разработаны образцы на базе этих структур, рассмотрены технологии их выработки, определены достоинства и недостатки.

На базе жаккардового переплетения спроектировано и реализовано изделие с анималистическим рисунком на вязальном оборудовании с электронным программным управлением фирмы «Staiger».

ЛАВСАН: ОТ ФОРМУЛЫ ДО ПРИМЕНЕНИЯ

Генерозова В.А., гр. ЛТТ-122

Научный руководитель доцент Бондарчук М.М.

Кафедра Проектирования и художественного оформления текстильных изделий

Полиэфирные нити лавсана получают при соединении этиленгликоля и терефталевой кислоты. Жидкую массу вытягивают и пропускают через специальные отверстия. От их диаметра зависит толщина будущего волокна. В процессе производства тонкие частички, похожие на паутину, склеиваются в нити, которые затем наматывают на бобину.

Первые исследования свойств стартовали в 30-ых годах прошлого столетия в Великобритании, они проводились учеными Д.Р. Уинфридом и Д.Т. Диксоном, запатентованы и опубликованы исследования были в 40-ых годах.

В Советском Союзе материал был получен в 1949 году в лаборатории академии высокомолекулярных соединений академии наук. Название ткани – аббревиатура из начальных букв полного наименования учреждения. Есть небольшая разница в способах и методах получения, использованных разработчиками в разных странах, поэтому все они оформили в соответствии с требованиями патенты на получение полиэфира, каждая группа – на свой технологический процесс с присущими ему особенностями. Лавсан был получен благодаря Э. Айзенштейну, самостоятельно разработавшему оригинальную технологию синтеза термопластика, без изучения проведенных немного ранее исследований английских ученых. Позднее в разных странах термопластик получил другие промышленные названия: тревир, теторон, мелинекс, текадур и так далее, пока не пришел к интернациональному полиэстер.

Лавсан пользуется большим спросом в различных областях легкой промышленности. Он подходит в качестве ткани для красивых и стильных скатертей, постельного белья. Из него изготавливают паруса, спецодежду, пожарные рукава. Также лавсан – прекрасная ткань для уютных штор. Полотно активно идет в ход и при обивке мебели.

Лавсан-нить – нерассасывающийся плетеный или крученый шовный материал из полиэфирных комплексных нитей. Нити лавсан обладают высокой биологической инертностью, прочностью, хорошими манипуляционными свойствами, поэтому могут применяться как швейные и хирургические нити.

БИОТЕХНОЛОГИИ В ПРОИЗВОДСТВЕ ТЕКСТИЛЬНЫХ ВОЛОКОН

Смагин М.М., гр. ТТТ-120

Научный руководитель доцент Голайдо С.А.

Кафедра Проектирования и художественного оформления текстильных изделий

При производстве волокон в настоящее время широко используются биотехнологии. На основе биотехнологии ученые разработали несколько способов получения химических волокон, которые по своим свойствам мало отличаются от натуральных. К свойствам натуральной шерсти вплотную приблизилось биоПАН волокно. В процессе производства это синтетическое полиакрилонитрильное волокно обрабатывается специальной биомассой из особых микроорганизмов. Проведя разрушительно-созидательную работу, бактерии выдают почти готовый к употреблению продукт, заменяющий шерсть.

Приверженцы бионики пытаются скопировать природные «технологии» получения многих веществ, засекреченных бесконечно долгой эволюцией развития органической жизни. Обычная паутина обладает необыкновенно высокой прочностью и эластичностью и состоит из протеинов. Биологи нашли гены, ответственные за процесс протеинового синтеза у насекомых. Они пытаются привить их клеткам дрожжевых микроорганизмов методами генетической инженерии. Кроме пауков, «плести» волокна могут микроскопические грибки плесени.

Переворот в молекулярной и биологической отраслях науки привел к тому, что в настоящее время ученые способны не только изобретать новые, но и использовать уже известные и считавшиеся непригодными материалы в качестве потенциального сырья для создания волокна и пряжи. Сельскохозяйственные культуры, органические отходы, а также отрасли животноводства, ранее не представлявшие интереса для мира модных тканей, теперь являются новыми источниками производства полотна. Появление многих из этих новшеств стало возможным благодаря возрастающей сложности научных методов. Подобное расширение возможностей применения науки подкрепляется достижениями инжиниринга и усовершенствованием производственного процесса. К примеру, недавние исследования позволили превратить кукурузу и сою в главное сырье для производства волокна. Компанией Chinese Puyang Huakang Bio-Chemical Engineering Group было создано волокно на основе белка сои (soybeanproteinfibre, SPF). Оба изделия претендуют на высокую степень экологической чистоты – как со стороны производства, так и с точки зрения новых способов использования существующих сельскохозяйственных культур.

АНГОРСКАЯ ШЕРСТЬ

Цепенникова А.В., гр. ЛТТ-222

Научный руководитель доцент Бондарчук М.М.

Кафедра Проектирования и художественного оформления текстильных изделий

Первоначально ангорских коз начали разводить в Турции во времена Средневековья. Порода получила свое название в честь столицы, которая тогда называлась Ангорой. Долгое время экспорт коз находился под строгим запретом, пока в 1849 году султан Абдул-Меджида I не подарил двух особей американцу Джеймсу П. Дэвису в знак признательности за помощь в разведении хлопка. Но коз так и не разрешали вывозить за границу, пока в середине 19 века африканские переселенцы не закупили 13 животных – 12 самцов и 1 самку. Турки, во избежание распространения породы за границей, кастрировали козлов. Но козу при отправке никто не догадался осмотреть и в Африке на свет появился еще один козлик. Так ангорские козы распространились по миру.

Изначально ангору изготавливали из шерсти коз особой ангорской породы. Так было до появления пряжи из пуха кролика. С тех пор «алмазное волокно» из шерсти ангорских коз называется мохером.

Самые дорогие виды материала по-прежнему ткут из шерсти ангорских козочек. Однако крупные производители находятся уже в трех странах: Турции, Южной Африке и США (штате Техас). Однако в современном понимании ангора – это материал, сырьём для которого является пух ангорских кроликов. Каждый кролик производит от десяти до шестнадцати унций роскошно мягкого волокна в год. А это от 280 до 330 граммов. Шерсть кроликов обрезается ножницами, срезается электрическими кусачками или выщипывается вручную, когда длина волос составляет от 7 до 12 см. Благодаря выщипыванию шерсти производится высший сорт ангорской шерсти из-за высокого мехового качества, которое он дает ткани. Некоторые страны сочли выщипывание бесчеловечным и негуманным способом добычи шерсти и объявили эту практику вне закона.

Самое высококачественное волокно ангоры имеет белый цвет, но на современном рынке товаров доступно волокно в других красивейших цветах, включая серый цвет, палевый (светлый коричневый цвет), коричневый цвет и черный цвет. Ангора не слишком хорошо впитывает красители, поэтому покрашенное волокно обычно имеет более светлый цвет, чем другие волокна в смеси.

ПОРОДНОЕ ОВЦЕВОДСТВО УЗБЕКИСТАНА

Азимов А.Т., гр.ТТ-218зу

Научный руководитель доцент Грязнова Е.В.

Кафедра Проектирования и художественного оформления текстильных изделий

В Узбекистане овцеводство широко представлено каракулеводством и курдючным овцеводством. Каракульская порода овец считается одной из наиболее популярных в мире. Животные этой породы среднего размера, с крепкой конституцией тела. Средний вес баранов – 80 кг, маток – 50 кг. Средняя высота в холке баранов - 78 см, маток – 73 см, тело узкое и длинное. Шерсть каракульских овец относится к грубошерстному типу, представляет собой смесь грубых и тонких волокон длиной от 15 до 25 см. Используется для производства ковров, одеял и верхней одежды, а также превосходно поддается валянию. Стрижка происходит весной и осенью. За год настриги с маток достигают 3,5 кг, с баранов – до 5 кг. Но наибольшую ценность представляют каракулевые смушки. мех новорожденных ягнят каракулей отличается своим уникальным внешним видом и мягкостью, благодаря которым его широко используют для изготовления одежды и аксессуаров.

К курдючным породам мясо-сального направления относятся джайдара и гиссарская. В Узбекистане овцы породы джайдара занимают 70% общего количества разводимых здесь овец. Овцы джайдара отличаются крепкой конституцией. Характерная особенность этой породы овец – коротконогость и растянутость туловища. Животные имеют крепкий, хорошо развитый костяк и правильные формы телосложения. Масса баранов 95-100 кг, маток 70-72 кг. Шерсть грубая, с высоким содержанием пуха (до 61%), с высоким (до 16%) содержанием мертвого волоса, остальное – ость и переходный волос, длина косиц достигает 11 см. Годовой настриг с баранов – 2,5-3,5 кг, с маток – 2-3 кг. Шерсть используют для выработки кошмы, ковров и различных кустарных изделий. Гиссарская порода является самой крупной. Костяк животных крепкий, мускулатура хорошо развита. Высота в холке может достигать 1 метра, вес матки составляет 80-150 кг, а барана – 140-190 кг, в зависимости от качества жизни и кормления. Выход шерсти очень низкий – до 1,6 кг у баранов и до 1,4 кг у самок за одну стрижку. Шерсть довольно плохого качества и непригодна для производства хороших тканей. Она жесткая и содержит много мертвого волоса, используется в основном для создания войлока.

ТЕКСТИЛЬНАЯ КОНОПЛЯ: ОСОБЕННОСТИ И СПОСОБЫ ПРИМЕНЕНИЯ

Ордынец Р.О., гр. ТТЭ-122

Научный руководитель доцент Бондарчук М.М.

Кафедра Проектирования и художественного оформления текстильных изделий

Конопля относится к типу покрытосеменных растений, поскольку она имеет элементы сосудов в древесном ядре (ксилеме), подобном лиственной древесине. Она относится к эудикотилледам, таким как лиственные породы, многочисленны кусты и травы, поскольку имеет две семядоли (то есть листья семян). Одна из причин, по которым ценится конопляное волокно, связано с его длиной. Первичные лубяные волокна в коре имеют длину 5-40 мм и объединены в пучки волокон, длина которых может составлять 1-5 м (вторичные лубяные волокна имеют длину около 2 мм). Древесные сердечниковые волокна имеют короткую длину около 0,55 мм, и как волокна лиственных пород выделяются вместе со значительным лигнином.

Другими желательными характеристиками волокон конопли являются прочность и долговечность (особенно устойчивость к разложению). Если провести сравнение льна и конопли, то волокно длиннохвостной конопли, в отличие от льняного, требует отвода воды для подготовки высококачественных прядильных волокон для производства тонкого текстиля.

Традиционная процедура производства волокон из конопли – это вымачивание в поле, естественный процесс, который приводит к волокнам переменного качества из-за различий в погодных условиях. Во время забора воды конопляный луб разделяется на крупные пучки волокон. Требуется дополнительная обработка для дефибрирования пучков волокон в отдельные волокна и небольшие пучки волокон, пригодные для производства нити из конопли. Это происходит путем деградации или разрушения средних ламелей между отдельными волокнами. Обработка ферментами, мокрое окисление и обработка NaOH могут деградировать пектин и лигнин в средних ламелях между отдельными волокнами. Отмоченные пучки волокон длиной 0,5-2 м традиционно используются непосредственно для производства пряжи для производства канатов. Первое чесание делается в два этапа, чтобы выпрямить волокна и удалить короткие неупорядоченные волокна с помощью металлической щетки; это приводит к появлению параллельных волокон, полезных для прядения.

ОСОБЕННОСТИ ПРОИЗВОДСТВА АРМИРОВАННЫХ НИТОК

Елатманова А.А., гр. ТТТ-120

Научный руководитель доцент Голайдо С.А.

Кафедра Проектирования и художественного оформления текстильных изделий

Швейная нитка – это протяженная, тонкая, ровно скрученная, пряжа или нить с особыми свойствами, позволяющими использовать её при шитье. Швейные нитки являются основным материалом для скрепления деталей одежды из тканей, трикотажных и нетканых полотен, меха, кожи и других материалов. В процессе шитья нитка подвергается многократным растяжениям и изгибам, трению и истиранию (например, об ушко иглы и о соединяемый материал и т.п.). Эти воздействия частично нарушают целостность нитки и снижают ее прочность. При эксплуатации готового изделия нитка в шве также подвергается различным воздействиям – незначительным по величине, но многократным растяжениям и изгибам, трению, воздействию моющих средств при стирке и химических препаратов при химчистке, высоким температурам и давлению при глаженье. Эти воздействия также разрушают нитки в швах.

Специализированное швейное производство по изготовлению спецодежды нуждается в особых материалах. Это касается не только тканей, но и ниток. Они должны быть не просто прочными, а способными выдержать сверхнагрузки. Поэтому в данной области применяются армированные нитки – с обмоткой сердечника полиэфирным волокном и специальным покрытием для блеска и гладкости. Данный тип ниток используется для пошива одежды, которая отвечает нормам безопасности при ношении на предприятиях химической промышленности, в горячих цехах, в качестве обмундирования пожарных. Структура и свойства специализированных ниток с эффектом армирования позволяют достигать требуемого уровня износостойкости, прочности, долговечности. Особые свойства полиэфирного волокна сердечника и обмотки придают нитям следующие свойства: отсутствие ворсистости, устойчивость к трению, прочность на разрыв, высокая упругость, стойкость к высокой температуре.

Эти нити прочно скрепляют детали одежды, благодаря чему работники защищены от разрывов и рисков, связанных с трудом в сложных условиях. При этом упругие нити позволяют одежде комфортно сидеть на теле, не стесняя движений. Армированные нитки не дают усадки при стирке при температуре до 150°C, а также обладают стойкостью к воздействию химических веществ (растворителя, щелочи, кислоты).

ОСОБЕННОСТИ И СВОЙСТВА КАШЕМИРА

Глушко А.Н., гр. ЛТТ-222

Научный руководитель доцент Грязнова Е.В.

Кафедра Проектирования и художественного оформления текстильных изделий

Кашемир – это мягкая и теплая ткань из пуха кашмирской козы. Впервые козий пух стали добывать в Индийском штате Кашмир, от названия которого и произошло название материала. К основным поставщикам относятся Китай и Монголия. Эти страны поставляют самый дорогой и ценный кашемир из всех производимых в мире. Тибет и Непал также считаются хорошими поставщиками, в то время как Иран и Афганистан производят кашемир более низкого качества.

Отличие кашемира от всех других видов шерсти, даже качественных, заключается в его происхождении: кашемир получают путем расчесывания животного, а не стрижки шерсти, как в случае со всеми другими видами. Пух для кашемировых изделий выщипывают или вычесывают вручную весной, когда у коз начинается линька, и они скидывают теплый зимний подшерсток. С одной козы получают 180-400 граммов неочищенного или первичного кашемира в год. После очистки и обработки волокна остаётся от 80 до 120 граммов. Соответственно, для массового производства кашемировой пряжи необходимо выщипать большое количество животных.

Производство кашемировой пряжи и тканей – это процесс трансформации, в котором участвуют специализированные производства, использующие лучшие селекционные топсы на последующих четырех этапах производства: сортировка и стирка, обезжиривание, прядение и ткачество.

Кашемир ценится во всем мире за легкость и чрезвычайную нежность, этот материал невероятно приятен на ощупь. Кроме того, он отлично сохраняет тепло, отличается воздухопроницаемостью и гипоаллергенностью. Несмотря на высокую прочность, кашемир не прослужит долго, если не относиться к нему с должным вниманием. Этот материал очень требовательный.

Изделиям из кашемира нужен отдых и воздух, поэтому их не рекомендуется носить ежедневно. Хранить свитера, кофты и шарфы лучше в сложенном виде в горизонтальном положении. Пальто и костюмы хранят на вешалке, чтобы избежать заломов ткани и складок.

КОНОПЛЯНАЯ ТКАНЬ И ЕЕ ПРИМЕНЕНИЕ

Клячева С.Н., гр. ЛТТ-122

Научный руководитель доцент Бондарчук М.М.

Кафедра Проектирования и художественного оформления текстильных изделий

По археологическим данным, коноплю использовали для ткачества 4 тысячелетия назад. Из грубой прочной материи изготавливали паруса, шторы, белье и одежду простого люда. Веревки и тросы также делали из волокон растения. Первые упоминания о материале в России датированы XVII веком. В странах Латинской Америки и на Руси из него шили просторную одежду для работы. Культивация каннабиса в качестве сырья для полотен и канатов приходится на времена правления Петра I. Волокно из конопли, именуемое на Руси пенька или пенек, нашло применение в конопатке срубов.

В Сан-Франциско в 1853 году Леви Страусс со своим двоюродным братом Девидом открыли магазин «LeviStrauss&Co.», где представили покупателям первые образцы рабочие штаны, созданные для золотодобытчиков. Их отличало наличие 5 карманов и металлических заклепок. Конструкцию братья запатентовали. Так родились первые джинсы, которые шили из износостойкой конопляной ткани.

Массовое производство тормозил трудоемкий процесс получения сырья и развернувшаяся в США кампания по борьбе с наркотиками. Поэтому на смену грубому полотну пришел более мягкий текстиль, поставляемый из Франции.

Растение посевное двудомное. На латыни его название звучит так: «cannabissativa». Данный вид не содержит психотропных компонентов и выращивается для получения волокон. Женские экземпляры называют «матерка». Является сырьем для изготовления канатов, веревок и других предметов хозяйственного назначения. За время пребывания на воздухе волокна становятся мягкими. С осадками излишки минералов растений уходят в землю. На смену ручного труда теперь пришли машины, которые одновременно со сбором конопли отделяют волокна от мякоти.

Полученное сырье на следующем этапе подлежит отбеливанию и сушке. Затем оно поступает на прядильные и ткацкие станки. В отдельных случаях нити проходят процесс вычесывания и шлифования для придания им мягкости и упругости. При изготовлении посконных полотен в отличие от хлопка используется минимальное количество химии. Ткань из конопли – это плотный экологичный материал с шероховатой жесткой фактурой. Хорошо пропускает воздух, держит форму, не линяет. Готовый текстиль внешне схож с плотными образцами льна и хлопком.

НЕПРЕРЫВНЫЕ БАЗАЛЬТОВЫЕ ВОЛОКНА МОДИФИЦИРОВАННОГО СОСТАВА

Смагин М.М., гр. ТТТ-120

Научный руководитель доцент Полякова Т.И.

Кафедра Проектирования и художественного оформления текстильных изделий

Непрерывные базальтовые волокна являются перспективным армирующим материалом композитов с матрицами различных типов. Сфера применения базальтовых волокон и их производство постоянно расширяются. Совершенствование технологии получения непрерывного базальтового волокна достигается путем модифицирования его состава соединениями бора и кальция. При получении непрерывного базальтового волокна используется сырьевая композиция базальт – колеманит. Подготовка сырьевой смеси включает дробление базальтового щебня до частиц размером менее 3 мм, дозировку и смешение компонентов. При введении колеманита в состав сырьевой композиции снижается температура плавления базальта, вязкость расплава и кристаллизационная способность стекла. Это обеспечивает снижение температуры формования волокна на 50-70°C, увеличение безопасного интервала формования. При получении волокон на лабораторной установке, включающей плавильную ванну с системой электрообогрева, блок управления и наматывающее устройство, установлено положительное влияние оксида бора на качество волокна и стабильность процесса его формования. Прочность на растяжение базальтовых волокон модифицированных составов составляет не менее 2100 МПа и увеличивается с ростом содержания модификаторов. Показатели водостойкости базальтовых волокон модифицированных составов составляют 99,4-99,6%, показатели щелочестойкости – 91,1-92,8%.

Использование колеманита в производстве непрерывного базальтового волокна ускоряет процессы формирования расплава, обеспечивает существенное снижение температуры формования в сравнении с базовым аналогом. Показатели прочности и химической устойчивости базальтовых волокон модифицированных составов соответствуют уровню лучших аналогов. Модифицирование состава базальтовых волокон обеспечит снижение энергозатрат и повышение производительности процесса производства. Производство модифицированного базальтового волокна возможно на действующем основном технологическом оборудовании при условии использования измельченного базальта и смешивания сырьевой смеси.

ЭКОЛОГИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ ПРИ ПРОИЗВОДСТВЕ ТЕКСТИЛЬНЫХ ИЗДЕЛИЙ

Вовк А.А., Ялымова Д.С., гр.КД-9-122

Научный руководитель доцент Федорова Н.Е.

Кафедра Проектирования и художественного оформления текстильных изделий

Экология – это объединяющее начало всей разумной человеческой деятельности на Земле. Охрана окружающей среды и рациональное использование природных ресурсов – одна из важнейших социально-экономико-экологических проблем современности. Выбросы в окружающую среду от сектора легкой промышленности оказывают серьезное воздействие на экологию. Объем отходов в легкой промышленности в России составляет более 6 млн. т.

В работе проведен анализ текстильных отходов при производстве и потреблении согласно федеральному классификационному каталогу отходов (ФККО), подробно рассмотрены текстильные отходы четырех основных групп: волокнистые отходы производства, текстильные отходы производства, текстильные отходы производства и потребления, низкосортные отходы производства. Проведено ранжирование важных экологических задач для минимизации негативных воздействий на окружающую природную среду в текстильной промышленности, от решения которых зависит внедрение будущих технологических решений в этой области, статус принимаемых к внедрению и работе технологических процессов.

В работе рассмотрены возможные варианты для уменьшения нагрузки текстильной отрасли на экологию. Основой этого, по мнению многих ученых, служит внедрение полного цикла производства с повторной переработкой отходов, использование красителей с наименьшим загрязняющим эффектом, разработке новых красителей и синтетических загустителей, увеличивающих степень фиксации.

Рассмотрены мировые практики перехода на наилучшие доступные технологии (НДТ), которые должны изменить ситуацию и помочь решить экологические проблемы. Наилучшие технологии – это технологии, позволяющие наиболее эффективным способом достичь общего высокого уровня защиты окружающей среды в целом, критериями их идентификации являются технологические показатели выбросов в атмосферу, сбросов в водную среду и образовавшихся отходов, показателей потребления ресурсов и энергии на единицу продукции.

«ЗЕЛЕНый КУРС» ТЕКСТИЛЬНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

Синютина Е.А., гр. КД-9-222

Научный руководитель доцент Федорова Н.Е.

Кафедра Проектирования и художественного оформления текстильных изделий

В работе рассмотрены актуальные экологические проблемы текстильной промышленности: загрязнение водного бассейна сточными водами предприятий отрасли, выбросы в атмосферу, отходы производства.

Для решения экологических проблем необходимо предпринимать эффективные решения по следующим вопросам: улучшение степени очистки воздуха рабочей зоны и улавливание вредных веществ и пыли, выбрасываемых в атмосферу в ходе производства; повышение действенности анализа содержания неорганических и органических элементов в сточных водах текстильных предприятий, использование экспресс-методик и выработки технологий, существенно снижающих концентрацию этих веществ до пределов, устанавливаемых международным экологическим нормированием; развитие экологической сертификации и нормирования текстильной продукции при создании новых технологий; решение экологических задач на ранних стадиях проектирования.

Эко-текстиль – растущее, развивающееся производство текстиля, дружелюбное окружающей среде и использующее минимальное количество химикатов. В работе приведен анализ экологичных природных волокон, также приведены примеры и анализ синтетических волокон, с которыми работают ученые для повышения их экологичности.

Проведен обзор красителей и текстильно-вспомогательных веществ. На сегодняшний день при производстве текстильных изделий активно происходит возрождение природных красителей органической природы, которые являются безопасными, а некоторые также дополнительно проявляют целебные свойства.

Экологическая сертификация – это процедура подтверждения соответствия продукции, услуги, объекта предъявляемым экологическим требованиям. В России «Листок жизни» – система добровольной экологической сертификации продукции, работ и услуг по их жизненному циклу, с 2011 года организация аккредитована в Международной программе взаимного доверия и признания ведущих экомаркировок мира (GENICES). В работе также приведены данные о международных экологических маркировках и сотрудничестве России и Китая в сферах экосертификации, «зеленого» производства, устойчивого развития и популяризации темы экопотребления в обеих странах.

МОДИФИКАЦИИ ВОЛОКОН ДЛЯ ТКАНЕЙ СПЕЦИАЛЬНОГО НАЗНАЧЕНИЯ

Свистина К.Д., гр. КШК-9-122

Научный руководитель доцент Федорова Н.Е.

Кафедра Проектирования и художественного оформления текстильных изделий

Волокно, улучшенное по ряду свойств по сравнению с основным типом данного волокна, называют модифицированным волокном, это достигается изменением условий формирования, химического строения молекул волокна, добавлением в прядильный раствор других полимеров.

Основные виды волокон по сырьевой базе, отработанной технологии производства и свойствам отвечают большинству современных потребительских требований. Для каждого вида волокна сложились определенные направления применения. Традиционные виды волокон имеют ряд специфических особенностей, которые при определенных условиях могут оказаться их недостатками. Поэтому для качественных изменений изделий возникает желание дальнейшей оптимизации и улучшения свойств волокон и текстиля на их основе.

Модифицирование волокон является одним из наиболее простых и перспективных путей регулирования свойств волокон, позволяющих на базе существующих видов создать волокна с улучшенными характеристиками. Все методы модифицирования волокон (нитей) можно подразделить на три основные группы: физические, композитные и химические.

В работе рассмотрены и проанализированы наиболее распространенные методы физической и химической модификации, химическая модификация на стадии отделки текстильных полотен.

Подробно рассмотрены вопросы модификации волокон для тканей специального назначения. Для изготовления высококачественной спецодежды наибольший интерес представляют кислотостойкие волокна, масло и водоупорные волокна, а также огнезащитные волокна. Проведен анализ методов получения волокон, обладающих необходимыми качественными характеристиками.

Рассмотрены примеры волокон и основные стадии традиционной технологии их получения: арамидное волокно, базальтовое волокно.

Основное предназначение текстильных материалов, используемых для производства изделий специального назначения – защита от механических воздействий, повышенных температур и агрессивных сред, новинки на рынке – ткани для защиты растворов кислот высокой концентрации, алюминизированные термостойкие ткани для защиты от высоких тепловых потоков.

ОТЛИЧИТЕЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ АНГОРСКОЙ ШЕРСТИ

Чеснокова А.С., гр. ТТЭ-122

Научный руководитель доцент Грязнова Е.В.

Кафедра Проектирования и художественного оформления текстильных изделий

Ангора изготавливается из пуха ангорского кролика, отличается тонкостью и высокой пористостью. Ангорский пух характеризуется шелковистой текстурой, красивым блеском и мягкостью. Из-за поллой сердцевины волокон пряжа из ангоры имеет небольшой вес и невысокую плотность. Кроличий пух очень тонкий и скользкий, поэтому волоски выбиваются из пряжи. Из-за такой особенности, ангора редко используется в чистом виде. Чаще всего применяются смеси с другими натуральными или искусственными волокнами, например, с мериносковой шерстью, полиамидом и акрилом.

Самое высококачественное волокно ангоры имеет белый цвет, но на современном рынке товаров доступно волокно в других красивейших цветах, включая серый цвет, палевый (светлый коричневый цвет), коричневый цвет и черный цвет. Ангора не слишком хорошо впитывает красители, поэтому покрашенное волокно обычно имеет более светлый цвет, чем другие волокна в смеси.

Ангора обладает высокой теплопроводностью, гигроскопичностью, хорошей воздухопроницаемостью, отличными теплосберегающими свойствами. Пряжа из ангоры отличается мягкостью и легкостью. Из нее вяжут шапки, снуды, свитера, кардиганы. Такие изделия получаются пушистыми, объемными, очень теплыми и воздушными, хорошо согревают. Вещи, в состав которых входит ангорская шерсть, требовательны в уходе.

Рекомендации по уходу за изделиями из ангоры как правило похожи на уход за изделиями из других видов шерсти: осторожная ручная стирка со специальными моющими средствами, сушить изделие нужно на горизонтальной поверхности в расправленном состоянии.

ЛЕН. ЛЬНЯНАЯ ТКАНЬ

Березина Д.А., гр. ЛТТ-122

Научный руководитель доцент Бондарчук М.М.

Кафедра Проектирования и художественного оформления текстильных изделий

Льняная ткань – ткань с гладкой поверхностью и матовым блеском, получаемая из льна, растения семейства льновых. Волокно получают из кожицы растения. Льняная ткань имеет очень долгую историю, которая насчитывает около 5 тысяч лет. До сих пор историки не установили, где

впервые было изготовлено льняное полотно. Лён входил в число земледельческих культур на ныне швейцарских землях во времена каменного и бронзового веков. В древности льняная ткань являлась показателем роскоши в Древнем Египте и на Ближнем Востоке, была также популярна на берегах Каспийского и Чёрного морей. Издревле мастера добивались высочайшего качества льняных изделий. Полотно получали тонким, но крепким и носким, с характерным приглушённым блеском. В христианстве, как в древности, так и в настоящее время, льняные одежды считают символом чистоты, поэтому священники носят одежду из чистого льна без добавления других волокон. Впоследствии ручное ткачество отошло в прошлое и появились ткацкие мануфактуры. В Европе дорогостоящее льняное бельё относят к классу «люкс», а вот в России лён – доступнее и дешевле. В настоящее время самые качественные ткани производят в Италии, Бельгии и Ирландии, а больше всего льняной ткани выпускают США и Канада.

Обработка и получение льняного волокна включает: замачивание льняного волокна для разрушения клеящих веществ, после этого наступает черед физического воздействия (смятие, изгибание), обеспечивающего получения мягкого льна, чередование чесания и трепания волокна, итогом которого становится получение так называемого льняного волокна.

Льняная ткань подразделяется на техническую и бытовую. Однако первые производятся в большем количестве, чем вторые, поскольку найдены более дешёвые заменители из химических волокон или нетканых материалов. Они могут быть по содержанию чистыми льняными или смесовыми. Для этого в них добавляются хлопчатобумажные, вискозные, лавсановые. В зависимости от назначения льняная ткань подразделяется на полотняную, столовую, холст, костюмно-плательную, бортовку, парусину, постельную и бельевую.

Для пошива одежды используют такие, как батист, бортовка, рогожка, коломенок, виссон. Холсты для рисования изготавливают из равендука и холста. Для обивки мебели используется тик и дамаск. Спецодежда, обувь, туристические принадлежности изготавливаются из парусины.

СВОЙСТВА ШЕРСТИ ЛАМЫ

Давыдова Е.С., гр. ТТЭ-122

Научный руководитель доцент Грязнова Е.В.

Кафедра Проектирования и художественного оформления текстильных изделий

Лама – один из представителей семейства верблюдов, которые обитают в высокогорьях Анд. Шерсть этого животного начали использовать для изготовления пряжи сразу же после одомашнивания. Ее

отличительными чертами являются высокие теплоизоляционные качества и очень хорошая носкость. На свойства шерсти непосредственно влияет климат. У лам, которые выросли в предгорьях, качество шерсти ниже, чем у лам, обитающих в высокогорьях. По цветам шерсть бывает самая разная – от черного и темно-коричневого до белого. Белая в свою очередь легко окрашивается в любые оттенки.

Шерсть ламы состоит из двух слоев: защитного волоса и подшерстка (пуха). Верхний защитный волос толстый и не скручивается, из него делают жгутовые изделия (шнуры, тесьму, ленты). Подшерсток является мягким и роскошным, подходящим для более тонких предметов одежды. Отдельные волокна имеют от 20 до 40 микрон в диаметре.

При полной стрижке снимают оба слоя шерсти, что требует операции очистки от защитного волоса в процессе подготовки сырой шерсти к прядению. При вычесывании получают только подшерсток.

Как и у других животных из отряда верблюжьих, шерсть ламы – полая, что делает ее естественно термостатичной. Однако, в отличие от иных видов, шерсть ламы обладает способностью регулировать свою влажность в диапазоне, удобном для человека. Эти уникальные свойства позволяют использовать шерсть ламы для улучшения качества существующих видов одежды и создания нового ассортимента изделий.

Шерсть ламы не имеет памяти формы, что делает из нее идеальный материал для переплетений. А при добавлении эластичного искусственного волокна она будет хорошо держать форму.

Из-за отсутствия животного жира шерсть очень легкая и практически не загрязняется. Вещи из нее нуждаются только в проветривании, стирке же крайне редко. Из шерсти ламы изготавливают широкий ассортимент изделий: от носков и перчаток до платьев и верхней одежды.

ДЖУТ. ДЖУТОВОЕ ВОЛОКНО

Кислова А.В., гр. ЛТТ-222, Редич А.А., гр. ТТЭ-122

Научный руководитель доцент Бондарчук М.М.

Кафедра Проектирования и художественного оформления текстильных изделий

С давних времен джутовое волокно использовали для изготовления веревок, канатов, грубой одежды, а молодые побеги растения использовались в пищу. В настоящее время джут применяется для производства шпагатов, мешочной тары, различных видов мебельной и упаковочной ткани, для выработки основы линолеума. Лучшие сорта джута идут на промышленные ткани, производство джутовых ковров и циновок. Это прядильная культура, относящаяся к роду трав и кустарников, широко распространенная в странах Азии. Длина побега может достигать в высоту

около 3,5 метров. Стебель джута от корня до центра отличается гладкостью и отсутствием разветвлений. Листья имеются только в верхней части. Промышленно выгодные сорта джута: Белый (короткоплодный) и Тосса (длинноплодный).

Со временем, жители стран Азии научились обрабатывать джутовые стебли и, в результате, получили джутовое волокно. Спустя многие годы, в условиях совершенствования ручного труда и его механизации, из джутового волокна стали производить нетканые полотна: иглопробивные и иглопрошивные, в зависимости от способа производства.

Джут имеет тонкие волокна, которые, несмотря на это, обладают высокой стойкостью на разрыв. Прочность джута объясняется наличием лигнина (около 20%). Это полимер, который скрепляет целлюлозу, делая ее более гигроскопичной и прочной при воздействии на растяжение. Несмотря на то, что джутовое волокно известно человеку давно и является старейшим материалом, оно до сих пор не утратило своей популярности. Сам по себе джут достаточно жёсткий, поэтому долгое время из него изготавливали только мешковину.

Однако современные технологии, добавление других материалов (хлопок, лён) позволяют изменить его свойства, сделать более мягким, податливым. Так джут постепенно выходит за рамки традиционных применений, что дает возможность изготавливать из него самую разнообразную продукцию.

ОСОБЕННОСТИ ХЛОПКОВОДСТВА В УЗБЕКИСТАНЕ

Гофурова Ф.Б., Сатторов С.Р., гр. ТТ-218зу

Научный руководитель доцент Грязнова Е.В.

Кафедра Проектирования и художественного оформления текстильных изделий

Узбекистан является самой северной зоной возделывания хлопчатника в мире. Границы данной культуры – до 43 градусов северной широты и 35 – южной (Австралия).

Основными хлопководческими районами являются Бухара, Фергана, Самарканд и низовья Сырдарьи, ввиду обилия здесь воды для орошения хлопковых посевов, более низких цен на землю.

Для хлопководческих регионов Узбекистана характерны засушливость, обилие тепла и света. Годовая продолжительность солнечных дней здесь составляет 2500-3000 часов. Низкая влажность воздуха в сочетании с высокой температурой, интенсивной солнечной радиацией определяют высокую испаряемость: в год от 900 мм на севере до 1500 мм на юге республики. Средняя многолетняя продолжительность безморозного периода для хлопководческих районов Узбекистана

колеблется в пределах от 155 до 245 дней. В условиях искусственного орошения сельскохозяйственных культур их потребность в воде регулируется на протяжении всего вегетационного периода по потребности. Посев хлопчатника рекомендуется начинать при устойчивом весеннем переходе среднесуточных температур воздуха через +10-12°C при посеве опушенными семенами и +12-14°C – оголенными. К этому периоду среднесуточная температура почвы на глубине 10-15 см достигает +12-14°C.

Правильный выбор сорта, учет его агротехнических особенностей и поиск новых приемов подготовки посевных семян гарантируют максимальное использование природно-климатических условий регионов для получения высоких и стабильных урожаев хлопка-сырца.

В настоящее время на международном рынке благодаря высокому качеству волокна большим спросом пользуются такие сорта узбекистанских селекционеров, как «с-6524», «бухара-6», «бухара-8», «бухара-102», «наманган-77», «султан». Достойную конкуренцию этим сортам могут составить новые скороспелые и перспективные «гулистан», «порлок-3», «порлок-4», «бухара-10», «андижан-37», «хоразм-150», «с-8290», «с-8286».

НАТУРАЛЬНАЯ ШЕРСТЬ. ВЕРБЛЮЖЬЯ ШЕРСТЬ

Дмитриева Л.М., гр. ТТЭ-122

Научный руководитель доцент Бондарчук М.М.

Кафедра Проектирования и художественного оформления текстильных изделий

В мире обитают удивительные млекопитающие – верблюды. Это крупное животное, массой 500-600 кг, их существует три вида: одногорбый, двугорбый и дикий верблюд. Верблюд полезное животное, но самое ценное у него – шерсть. Натуральная шерсть – это прекрасный материал, который издревле используется человеком. Верблюжья шерсть состоит из двух компонентов: защитного волокна и подшерстка. Защитная шерсть – это внешний защитный мех, который является грубым и негибким. Подшёрсток, который короче и тоньше, чем остиевой волос, менее защитный на более изолирующей. Именно этот пуховый подшёрсток – самая ценная часть верблюжьей шерсти. Верблюжью шерсть собирают путём стрижки или расчёсывания. Самый нежный и мягкий пух у верблюжат меньше года. Его аккуратно вычесывают у малышей на грудке. Этот пух отличается от шерсти взрослых особей белым цветом. Окрашиванию этот материал плохо поддается, поэтому изделия из верблюжьей шерсти имеют натуральный оттенок от белых и кремовых до темно-бурых и красновато-коричневых. Секрет хорошей теплоты изделий из верблюжьей шерсти кроется в особой структуре волокон. Каждый волос внутри пустой – это обеспечивает низкую теплопроводность. При промышленной переработке шерсти важны:

танина, длина и крепость волокон. Наиболее тонкую шерсть с высоким содержанием пуха получает от годовиков тайлаков, у которых тонина колеблется от 14,53 до 17,2 мкм. Тонина пуха с возрастом изменяются в большую сторону. При классировке шерсти гриву и свалок отделяют, остальную рунную шерсть распределяют по сортам. Выход первого и второго сорта зависит от вида, возраста, пола верблюда и состояния шерсти по засоренности. Основными поставщиками верблюжьей шерсти являются: Иран, Россия, Китай и Австралии.

Верблюжья шерсть традиционно использовалась для изготовления палаток, ковров и плащей берберами. Особенно в Иране, где в ковровом производстве повсеместно применяется грубая верблюжья шерсть. У верблюжьей шерсти есть ещё одна особенность: в ней большое количество ланолина (животного воска), который при нагревании оказывает воздействие на мышцы и суставы человека, а значит, может лечить заболевания опорно-двигательного аппарата.

ХАРАКТЕРИСТИКА И ОПИСАНИЕ ПОРОДЫ ОВЕЦ СОВЕТСКИЙ МЕРИНОС

Кириенко Д.А., гр.ТТТ-119

Научный руководитель доцент Грязнова Е.В.

Кафедра Проектирования и художественного оформления текстильных изделий

Порода овец советский меринос возникла в южных районах Европейской части СССР при скрещивании старых русских камвольных типов овец (мазаевских и новокавказских мериносов), улучшенных рамбулье. Далее образовавшиеся стада улучшали асканийской, кавказской, ставропольской, грозненской и алтайской породами, отбирали лучших помесей. Работа над выведением велась с 1920 по 1951 гг.

Различают два типа советских мериносов: шерстный и мясошерстный. Более современным типом считается мясошерстный.

Советские мериносы отличаются крепкой конституцией, пропорциональным туловищем, мощным костяком, их отличительная особенность – развитые поперечные 1-2 складки на шее. Вес барана составляет около 125 кг, овцы – около 100 кг. Матки – комолые, у баранов – сильно развитые рога. Руно с равномерной извитостью, шерсть мериносовая, густая, уравненная по тонине, длина – 7,5-10 см. Тонина преимущественно 64 качества.

Наиболее высокая шерстная продуктивность – у советских мериносов шерстного типа, где настриг с маток составляет 6,5-7,5 кг, у баранов – 11-12 кг при 43% выходе чистого волокна. У баранов-производителей настриг шерсти достигает 17 кг.

Советский меринос – одна из наиболее распространенных пород тонкорунных овец в России. Наилучший климат для разведения – засушливые равнины и сухие степи. Из-за разнообразия природных условий регионов разведения порода подразделяется на большое количество внутривидовых типов и линий разведения. В породе также имеются отродья – северокавказское и сибирское. Лучшие стада находятся в Калмыкии, Ростовской области и Ставропольском крае.

Большое преимущество особей этой породы – сильно развитые кожа и костяк, шерсть высокого мериносового качества. Также к плюсам породы относят хорошую заботу маток о потомстве, высокую плодовитость, уравнивание шерсти по руно и в штапеле.

ОДЕЖДА БУДУЩЕГО: КОЖА ИЗ ЛИСТЬЕВ АНАНАСА

Кутузова В.В., гр. ТТЭ-122

Научный руководитель доцент Бондарчук М.М.

Кафедра Проектирования и художественного оформления текстильных изделий

На сегодня индустрия моды – это вторая потребительская индустрия после продуктов питания. Последние годы оказались одним из самых тяжелых не только для человечества, но и для экологии и климата. Эти, и многие другие экологические проблемы заставили ученых всего мира развернуть кампанию по поиску наиболее безопасного сырья для производства продуктов массового потребления. Так и возникла идея создавать биоразлагаемые материалы, простым языком, под влиянием воды, солнца, воздуха и микроорганизмов изделие должно разложиться на вещества, которые, являются природными питательными веществами для других микроорганизмов.

В начале девяностых испанский предприниматель Кармен Хиджоса приехала в командировку на Филиппины с целью ознакомления с производством кожаных изделий. Там не соблюдались элементарные правила гигиены, использование химических веществ превышало допустимые нормы в несколько 10 раз. Тогда предприниматель подумала: «А нельзя ли применить аналогичное сырье для изготовления инновационных материалов?». Так появился ананасовый текстиль. Pinatex (дословно – ананасовый текстиль) собрал все лучшие свойства животной и искусственной кожи. Искусственная ананасовая кожа не боится воды, и её можно стирать, как ткань. Материал производится без вреда для природы и живых существ. И получается долговечным, прочным, красивым, мягким и максимально простым в уходе. По внешним данным материал практически не отличается от кожи. У него есть такие же продольные и поперечные линии, характерные для дермы. Главное преимущество данной кожи – не

нужно специально выращивать сырье. Ананасные плантации существуют и так. Плод идет на продажу, а его листья считаются обыкновенными отходами.

Исключительно на Филиппинах происходит первая обработка листьев. Из них выделяют волокна, которые сначала промывают в речной воде, а затем сушат на открытом воздухе. Позже полученные компоненты проходят процесс дегуммирования – из них создают нетканую сетку. После обработки специальным раствором полотно становится подобным коже. В дальнейшем сетку переправляют в Испанию, где на одном из текстильных заводов из нее производят кожеподобный материал.

Из листьев ананаса и ананаса изготавливают женские сумочки, клатчи, рюкзаки, различные ремни, куртки. Также из листьев ананаса и ананаса изготавливают верхнюю часть спортивной обуви.

СВОЙСТВА И ХАРАКТЕРИСТИКИ ТКАНИ ИЗ ШЕРСТИ АЛЬПАКИ

Джемилов Э.Э., гр. ЛТТ-222

Научный руководитель доцент Грязнова Е.В.

Кафедра Проектирования и художественного оформления текстильных изделий

Альпака – животное семейства верблюжьих, обитающее в высокогорных районах Перуанских Анд. Альпака подразделяется на два вида: уакайя и сури. Животные породы уакайя самые многочисленные, они составляют 95% всего поголовья, а сури является наиболее редкой и ценной породой. Её шерсть в два раза дороже руна уакайя, волокна длиннее, тоньше, с лёгкими завитками на концах.

Волокно альпаки по структуре похоже на волокно овечьей шерсти, но более прочные и мягкие. Мягкость волокон обусловлена тем, что они имеют более гладкую поверхность чешуек, чем овечья шерсть. Разница в отдельных чешуйках волокон по сравнению с овечьей шерстью также создает гляцевый блеск, который так ценится в альпаке.

Ткани и пряжа из шерсти альпаки отличаются многими ценными качествами: шелковистостью и однородностью структуры волокна; мягким благородным отблеском; приятной мягкой текстурой, которая не колется; уникальными терморегулирующими свойствами; высокой прочностью и износостойкостью; гипоаллергенностью; влагостойкостью.

Шерсть альпаки – высококачественное дорогое сырье, но при смешивании с другими видами натуральной шерсти, химическими волокнами можно снизить стоимость изделий при сохранении основных качеств и привлекательности.

Альпака используется для производства верхней и повседневной одежды, аксессуаров, головных уборов, пледов, одеял, ковров, а также пряжи для ручного вязания.

Отличная терморегуляция, прочность и прекрасные эстетические качества делают одежду из шерсти альпаки по-настоящему универсальной и подходящей для носки круглый год.

КОЖА ИЗ КАКТУСА

Арсентьева П.А., гр. ТТЭ-122

Научный руководитель доцент Бондарчук М.М.

Кафедра Проектирования и художественного оформления текстильных изделий

Кожа была и остаётся актуальным материалом. Она встречается в повседневной жизни во многих вещах: мебель, салоны автомобиля, обувь, куртки, перчатки и т.п. Кожа везде и всюду, но так ли кожа экологична и безвредна? Время идёт, меняются люди, меняется и одежда. Может самое время переходить на веганские аналоги, которые будут чище и дешевле.

Кожа является побочным продуктом мясной промышленности и с экологической точки зрения кожевенная промышленность перерабатывает продукт, который ушёл бы в утиль. Но существующие методы кожевенного производства используют агрессивные и токсичные вещества наносящие вред экологии нашей планеты.

Кожа из кактуса является свежей разработкой, которая прошла только два года исследования, но уже подаёт неплохие надежды. На данный момент благодаря этой технологии изготавливают обувь, кожаные автомобильные салоны, одежду, аксессуары, мебель и продают материал на рынке для личного пользования. Кактус оказался устойчивой альтернативой, не требующей особого ухода, достаточно легким в выращивании и урожайным. Альтернативная кожа может стать конкурентоспособной на рынке. Однако данный материал не проверен временем и пока содержит только 65% биоосновы.

ИСТОРИЯ РАЗВИТИЯ РАСТИТЕЛЬНОГО ОРНАМЕНТА

Карамова А.С., гр. ТТП-120

Научный руководитель доцент Грязнова Е.В.

Кафедра Проектирования и художественного оформления текстильных изделий

Орнамент – базисное явление художественной культуры. В орнаменте утверждается единство человеческой художественной культуры – фундаментальные ценности всех эпох, всего человечества, объединяющие

прошлое с настоящим. Ничто так ярко, как орнамент, не скажет об исторической эпохе, об особенностях породившей его культуры, ее отношении с миром. Одним из видов орнамента является растительный орнамент. Растительный орнамент – вид декора, выполняемый с использованием одного и того же, повторяющегося многократно растительного мотива. Применяется как украшение национальной одежды, предметов быта, архитектурных сооружений, оружия, орудий труда и так далее на протяжении тысячелетий. Данный вид орнамента является вторым по распространенности после геометрического.

К наиболее распространенным растительным формам с древнейших времен относятся аканит, лотос, папирус, пальмы, хмель, лавр, виноградная лоза, плющ, дуб. Растительные орнаментальные мотивы традиционно остаются самыми многочисленными из всего разнообразия узоров на материале. В современном динамичном мире информационных технологий растительные орнаменты не перестают терять своей актуальности. Идею оформления текстильных изделий флористическими изображениями органически вплелась в набирающую популярность идею экологии и сохранения живой природы, а также представлениям о будущем цивилизации. В связи с этим переосмыслено отношение к растительным орнаментам, теперь они становятся и инструментом демонстрации жизненной позиции.

Орнаментальное наследие многочисленно и многообразно. Оно многообразно так же, как и создававшая его культура народов. История искусства орнамента дает возможность четко проследить, как в творчестве человека соединились социальная, эстетическая и познавательная форма жизни.

100 ЛЕТ КАФЕДРЕ ПРОЕКТИРОВАНИЯ И ХУДОЖЕСТВЕННОГО ОФОРМЛЕНИЯ ТЕКСТИЛЬНЫХ ИЗДЕЛИЙ РГУ им. А.Н. КОСЫГИНА

Голованенко Е.В., Шиловская Ю.Н., гр.ТТТ-119

Научный руководитель доцент Королева Н.А.

Кафедра Проектирования и художественного оформления текстильных изделий

В 2023 г. кафедра Проектирования и художественного оформления текстильных изделий (ПХОТИ) отмечает свое 100-летие. Ее история начинается с 1923 г., когда в Московском текстильном институте были образованы кафедры ткачества, прядения хлопка, прядения шерсти (с 1930 г. технологии шерсти), технологии шелка (с 1964 г. переработки химических волокон). С течением времени открывались новые кафедры, которые в дальнейшем вошли в состав кафедры ПХОТИ: в 1926 г. кафедра технологии

трикотажного производства, в 1949 г. кафедра механической технологии волокнистых материалов (МТВМ), в 1975 г. кафедра технологии нетканых материалов.

В 2010 г. в результате объединения трех кафедр (пряжения хлопка, технологии шерсти, переработки химических волокон) была создана кафедра прядения. Следующие слияния произошло в 2014 г. Приказом О проведении реорганизации кафедр университета № 199-о от 30 июня 2014 г. утверждены новые названия кафедр. В состав кафедры Текстильных технологий вошли кафедры прядения, МТВМ и технологии нетканых материалов, заведующим кафедрой был назначен проф. В.П. Щербаков. В состав кафедры Проектирования текстильных изделий вошли кафедры ткачества и технологии трикотажного производства, заведующим кафедрой был назначен проф. С.С. Юхин. С 01 ноября 2014 г. кафедра была переименована в кафедру Проектирования и художественного оформления текстильных изделий. В 2022 г. в состав кафедры вошла кафедра Текстильных технологий. Так и образовалась одна большая кафедра ПХОТИ, на которой работают высококвалифицированные преподаватели, доценты и профессора, кандидаты и доктора наук.

Кафедра проводит научные исследования в области создания инновационных материалов, имеет современное высокотехнологическое оборудование. Студенты проходят различные виды практик на текстильных предприятиях, участвуют в творческих студенческих конкурсах и научных конференциях, живут насыщенной студенческой жизнью.

Поздравляем кафедру с юбилеем! Желаем успехов в научной и педагогической деятельности, благополучия, дальнейшего развития и процветания.

РАЗРАБОТКА ПРОГРАММЫ ДЛЯ ОБРАБОТКИ РЕЗУЛЬТАТОВ РОТАТАБЕЛЬНОГО КОМПОЗИЦИОННОГО ЦЕНТРАЛЬНОГО ЭКСПЕРИМЕНТА

Шиловская Ю.Н., гр.ТТТ-119

Научный руководитель доцент Федорова Н.Е.

Кафедра Проектирования и художественного оформления текстильных изделий

В рамках научно-исследовательской работы по моделированию технологии проектирования декоративных нетканых полотен на кафедре «Проектирования и художественного оформления текстильных изделий» разработана программа для обработки результатов ротатабельного композиционного центрального двухфакторного эксперимента на языке Mathcad Programming Language.

Обработка результатов происходит в интуитивно понятном интерфейсе в среде программы Mathcad, помогает обработать результаты исследований, проведенных по плану РЦКЭ, оперативно проводит оценку адекватности полученной регрессионной модели.

Программа предназначена для автоматизированной обработки результатов ротатбельного композиционного центрального эксперимента, позволяет сократить время расчетов при проведении исследований, направленных на изучение основных характеристик текстильных материалов и параметров технологических процессов. Программа оперативно рассчитывает данные, полученные при проведении эксперимента, сокращает вероятность получения ошибочных данных и почти полностью исключает человеческий фактор. Производится оперативный расчет коэффициентов регрессии, дисперсии воспроизводимости, проверка значимости коэффициентов, есть возможность для выполнения пересчета исключаемых коэффициентов. Программа позволяет проверить гипотезу об адекватности полученной регрессионной модели.

Разработанная программа позволяет сократить время расчетов при проведении исследований, направленных на изучение основных характеристик текстильных материалов, оперативно рассчитывает данные, полученные при проведении эксперимента, сокращает вероятность получения ошибочных данных и почти полностью исключает человеческий фактор.

МОДЕЛИРОВАНИЕ ТЕХНОЛОГИИ РАЗРАБОТКИ ДЕКОРАТИВНЫХ НЕТКАНЫХ ПОЛОТЕН

Шиловская Ю.Н., гр.ТТТ-119

Научный руководитель доцент Федорова Н.Е.

Кафедра Проектирования и художественного оформления текстильных изделий

Тема изучения и исследования возможных вариантов основ нетканых материалов для изготовления декоративных нетканых полотен и моделирование процесса для его оптимизации является актуальной и востребованной в сегодняшней экономической действительности.

В рамках научно-исследовательской работы по моделированию технологии проектирования декоративных нетканых полотен на кафедре «Проектирования и художественного оформления текстильных изделий» ФГБОУ ВО «РГУ им. А.Н. Косыгина» в исследовательской лаборатории кафедры было изучено влияние технологических параметров на свойства грунтовых основ для декоративных полотен. Задачи данного исследования – подбор наиболее технологически эффективных компонентов для

изготовления данного типа нетканых полотен, составление рекомендаций по оптимизации технологии производства нетканых полотен для декора. Объектами исследования были три вида нетканых грунтовых основ для декоративных полотен, полученные по комбинированной технологии из трех вариантов смесей: шерсть и бикомпонентное волокно, вискоза и бикомпонентное волокно, полиэфирное и бикомпонентное волокна, в разных долевых соотношениях. Эксперимент проведен с использованием метода математического планирования и анализа эксперимента – план КОНО-2. Вышеперечисленные свойства принимались за выходные параметры при расчете на ЭВМ. В качестве факторов варьирования эксперимента были следующие технологические параметры: поверхностная плотность волокнистого холста, г/м², количество бикомпонентных волокон в смеси, %. В ходе проведения эксперимента были получены девять вариантов образцов на каждые три варианта смесей в соответствии с рабочей матрицей. Полученные образцы испытаны на физико-механические и эксплуатационные свойства в соответствии с ГОСТ.

В результате расчета на ЭВМ были получены уравнения регрессии и построены графические зависимости (поверхности отклика) для всех выходных параметров. Совместный анализ уравнений регрессии и поверхности отклика позволил выявить наиболее подходящие образцы из каждой трех смесок и подробно объяснить зависимости выходных параметров от заданных.

ОПТИМИЗАЦИЯ ВОЗДУХОПРОНИЦАЕМОСТИ ТЕРМОСКРЕПЛЕННОГО НЕТКАНОГО ПОЛОТНА ДЛЯ КРОВЛИ

Голованенко Е.В., гр. ТТТ-119

Научный руководитель доцент Королева Н.А.

Кафедра Проектирования и художественного оформления текстильных изделий

В строительной сфере текстильные материалы используются на всех этапах, начиная от возведения фундамента до кровли, заканчивая внутренней отделкой. Важным элементом крыши является кровля, защищающая здание от дождя, снега, ветра, холода и других атмосферных влияний. При этом кровля должна быть достаточно прочной, выдерживать нагрузки от снега, ветра и рабочих при обслуживании во время эксплуатации или ремонта. Долговечность и надежность кровли обеспечивают материалы, обладающие определенными свойствами и отвечающие заданным требованиям.

В кровельном пироге в качестве разделительных слоев применяется геотекстиль. Он устойчив к резким температурным перепадам, деформации, влиянию ультрафиолетового излучения и гниению. Сырьем для таких

материалов могут быть различные волокна, но наиболее актуальными являются вторичные волокна из переработанных ПЭТ-бутылок. Был проведен двухфакторный эксперимент по определению воздухопроницаемости нетканого термоскрепленного полотна из вторичных полиэфирных волокон с добавлением бикомпонентных волокон. Выбрана матрица планирования КОНО-2. Исследования проводились при следующих факторах: X_1 – содержание бикомпонентных волокон в смеси; X_2 – давление при термоскреплении. Результаты обрабатывались в среде Mathcad. Получена адекватная математическая модель, в которой все коэффициенты регрессии значимы: $Q(x_1, x_2) = 48,8 - 7,6x_1 - 5,2x_2 - 8,1x_1^2 - 1,4x_2^2 + 3,8x_1x_2$.

Данная модель была использована для оптимизации. Вычисления также проводились в среде Mathcad с помощью функции Minimize с учетом двухсторонних ограничений $-1 \leq x_1 \leq 1$ и $-1 \leq x_2 \leq 1$. Было найдено минимальное значение воздухопроницаемости, которое составило $30,3 \text{ м}^3/\text{мин}$ на м^2 при кодированных значениях факторов $x_1 = 1$ и $x_2 = 1$.

Таким образом, термоскрепленное нетканое полотно для кровли рекомендуется вырабатывать при максимальном давлении $15 \text{ гс}/\text{см}^2$ и содержании бикомпонентных волокон 30%. При этом получается наиболее плотное полотно, которое плохо пропускает воздух из-за большого количества адгезионных склеек.

КИТАЙСКАЯ КОМПАНИЯ SAIL – ПОСТАВЩИК ОБОРУДОВАНИЯ ДЛЯ ПРОИЗВОДСТВА НЕТКАНЫХ МАТЕРИАЛОВ

Голованенко Е.В., гр.ТТТ-119

Научный руководитель доцент Королева Н.А.

Кафедра Проектирования и художественного оформления текстильных изделий

Сейчас текстильная промышленность России развивается, проектируются и открываются новые фабрики, уже работающие производства рассматривают возможность технического перевооружения. Новейшее автоматизированное технологическое оборудование обеспечивает выпуск продукции высокого качества и облегчает человеческий труд. Закупка машин у европейских производителей сейчас сталкивается с трудностями из-за санкций, проблем с логистикой. В данном случае, хорошим выходом из сложившейся ситуации будет импортное оборудование из Китая. Среди ведущих производителей машин для нетканых материалов стоит обратить внимание на компанию Sail.

Sail Nonwoven Machinery Co. Ltd – производит линии для иглопробивного и термоскрепленного материала, линии полного цикла для

геотекстиля, а также отдельное оборудование. Компания работает под заказ, так как важно знать, какие габариты и производительность машин нужны покупателю. Их оборудование активно экспортируется за рубеж, например, в США, Соединенное Королевство, Турцию, Польшу, Индию, Россию, Бразилию, Японию, Южную Корею, Вьетнам и другие страны.

Кипорыхлители Sail имеют встроенные электронные весы, которые могут дозировать волокна и выравнивать их на конвейере в соответствии с программным управлением. В предварительном разрыхлителе нового типа на переходе трубопровода для подачи волокон установлен сильный магнит для удаления металлических примесей. Скорость питающих механизмов может настраиваться на требуемые значения. Иглопробивные машины имеют высокую производительность – 1200 проколов в минуту, а также управление с помощью компьютерных технологий. Многие машины оснащены устройствами аварийной остановки и реверсивным механизмом, это делает их более безопасными и надежными.

Китай развивается системно, шаг за шагом, ведет работы по совершенствованию технологий, применяя цифровизацию в производстве. Использование оборудования компании Sail является хорошей альтернативой европейской технике, не уступая качеству и обладая приемлемой ценой.

АССОРТИМЕНТ ТЕКСТИЛЬНЫХ МАТЕРИАЛОВ ДЛЯ АВТОМОБИЛЕЙ

Костров В.С., гр.ТТТ-119, Звягина А.С., гр.ТТП-120

Научный руководитель доцент Аниськова В.А.

Кафедра Проектирования и художественного оформления текстильных изделий

Ассортимент нетканых материалов, используемых в производстве отечественных автомобилей, не очень разнообразен. Как правило, это иглопробивные полотна различной плотности и состава, с дополнительной термофиксацией или пропиткой. Кроме этого, для различных деталей автомобиля применяются комбинированные, дублированные, армированные и наполненные нетканые полотна.

Иглопробивные полотна ворсовые для декоративной отделки салона, багажного отсека, арок задних колес, обивки дверей и прочее, для отделки сабвуферов, акустических систем и материал для использования в качестве шумо- и звукоизоляции в автомобиле – это все стопроцентное полиэфирное волокно. Нетканые материалы являются основным и важным материалом в производстве фильтров. Они подходят для автомобильных воздушных фильтров, салонных фильтров, бытовых фильтров для очистки

воздуха, топливных фильтров, фильтров гидравлической системы и пылевых фильтров.

Целью данной работы является получение нетканых материалов для автомобилей с улучшенными свойствами. Свойства нетканых материалов зависят от способа скрепления холста. Нетканые материалы получают механическим (иглопробивным), термическим (подвергается термоусадке в термокамере или путём каландрирования), химическим (за счёт введения связующего полимера), а также комбинированными способами.

Нетканые полотна, прошедшие термоусадку, приобретают дополнительную прочность, меньше деформируются. Такие полотна более технологичны и легки в раскрое.

ГЕОТЕКСТИЛЬ – МАТЕРИАЛ БУДУЩЕГО

Гаммадова Ф.Р., гр. ТТТ-120

Научный руководитель доцент Голайдо С.А.

Кафедра Проектирования и художественного оформления текстильных изделий

Геотекстиль – это геотекстильный материал в виде тканого (геоткань) и нетканого полотна. Геоткань состоит из упорядоченных переплетений 2-х и более волокон, а нетканое полотно получают путем термического или прочего механического скрепления волокон.

Производится геотекстиль следующими способами крепления волокон: иглопробивным (механический способ) и спайкой волокон (термический способ).

Иглопробивной геотекстиль производится из бесконечных полиэфирных или полипропиленовых волокон с помощью иглопробивного способа, который позволяет пропускать воду и в продольном и поперечном направлении, не позволяя заливаться щебеночному слою.

Термоскрепленный геотекстиль производится также из бесконечных волокон, но путем соединения их термическим способом, волокна жестко скрепляются друг с другом, что увеличивает прочность материала на разрыв, но при этом вода пропускается лишь в поперечном направлении. В соответствии с этим свойством произведенный термоскрепленным способом геотекстиль применяется в качестве защиты от сорняков, при укладке плит, для армирования склонов.

В строительстве самым высококачественным и востребованным геотекстилем признано нетканое полотно, которое производится из полиэфирных волокон или 100% полипропиленовой мононити термоскрепленным или иглопробивным способом. Широко применяется при строительстве фундаментов, железных, автомобильных дорог, взлетных полос, в противоэрозионных и дренажных конструкциях. Такой

материал обеспечивает устойчивость к влаге, к кислотам, щелочам, не подвержен гниению, воздействию грибков, плесени, насекомых, грызунов и прорастанию корней.

Нетканый материал обладает высокими физико-механическими свойствами: упругостью и сопротивляемостью к местным механическим повреждениям. Рабочим температурным диапазоном геотекстиля (нетканого полотна) является $-60^{\circ}\text{C} \dots +90^{\circ}\text{C}$, а срок службы материала составляет не менее четверти века. Выполняет разделительную, фильтрационную, дренажную и защитную функции. Полиэфирный материал отличается стойкостью к прямому излучению ультрафиолета, а, в свою очередь, полипропиленовый – к воздействию щелочей в почве. Допускается хранение в упакованном виде на открытых площадках.

АССОРТИМЕНТ ТКАНЕЙ, ВЫРАБАТЫВАЕМЫХ НА ООО «ВОЛГАТЕКС»

Монахов П.А., Поздняков И.А., гр.ТТТ-119

Научный руководитель доцент Грязнова Е.В.

Кафедра Проектирования и художественного оформления текстильных изделий

ООО «ВОЛГАТЕКС» («Камышинский хлопчатобумажный комбинат») – предприятие хлопчатобумажной промышленности в городе Камышине Волгоградской области. Во второй половине XX века комбинат являлся крупнейшим текстильным производством в Европе. В настоящее время Камышинский ХБК – это уникальный производственный комплекс с мощной инфраструктурой, развитой технической, организационной и научной базой. Внедрение нового технологического оборудования обеспечило повышение технического уровня прядильного и ткацкого производств, улучшило качество выпускаемой продукции, создало предпосылки для значительного улучшения условий труда работников и повышения производительности труда. Основные виды продукции комбината: хлопчатобумажная пряжа от № 17 до № 54; суровые хлопчатобумажные ткани, такие как миткали, бязи, фланели, полотенежные ткани, шириной от 54 до 245 см.

Миткаль – суровая тонкая хлопчатобумажная ткань полотняного переплетения. При соответствующей отделке из него можно получить ситец и различные бельевые ткани, такие как муслин и мадаполам. Сатин имеет гладкую, шелковистую лицевую поверхность, на которой преобладают уточные нити, изготавливается из крученой хлопковой нити двойного плетения. Применяется для изготовления платьев, мужских рубашек, как подкладочная ткань, белья различного дизайна для повседневного применения и т.д. Бязь – основной вид постельных тканей для пошива

постельного белья. В зависимости от плотности плетения, из бязи можно делать как парадные, так и повседневные гарнитуры.

На производственных мощностях партнеров предприятия суровая ткань, выработанная на комбинате, проходит цикл высококачественной отделки. Богатые рисунками и колористикой ткани идут для пошива комплектов спального белья и других текстильных изделий, качество которых соответствует требованиям мирового уровня.

СПОСОБЫ ПЕЧАТИ НА ТКАНЯХ

Дашин Д.О., гр. ТТЭ-122

Научный руководитель доцент Бондарчук М.М.

Кафедра Проектирования и художественного оформления текстильных изделий

Термотрансфер имеет ряд преимуществ: возможность практически моментального переноса цветного изображения при сохранении полной палитры цветов; возможность печатать единичные экземпляры и не заказывать тираж; полученное изображение устойчиво к стирке и мытью.

Для трафаретной печати по тканям необходим трафаретный печатный станок. Он представляет собой стол с натянутой на раму сеткой. Станок, предназначенный для трафаретной печати, должен последовательно выполнять четыре действия: взятие подложки, приводка, печать и снятие подложки.

Ротационный способ позволяет печатать на ткани рисунки очень точного геометрического построения, разнообразные каймовые рисунки, применять сплошную пропечатку грунта.

Общими недостатками ротационных печатных машин являются высокая стоимость изготовления цилиндрических шаблонов, опасность образования затеков красок при останове машины, необходимость исключения из обрабатываемого ассортимента тканей фасонного переплетения. Ограничение количества цветов – не больше 12.

В практике используют несколько методов гравирования печатных валов: ручной, молетирный, пантографный и фотомеханический. Величина повторяющейся части рисунка (раппорта) и его характер, тонкость линий определяют выбор метода гравирования печатного вала.

Печать на ткани – популярный современный метод обработки различных видов ткани для нанесения логотипов, знаков, изображений.

ОДНОФАКТОРНЫЙ ЭКСПЕРИМЕНТ ПО ОПРЕДЕЛЕНИЮ СВОЙСТВ ИГЛОПРОБИВНОГО НЕТКАНОГО ПОЛОТНА

Истомина А.В., гр. ТТТ-120, Дядя Д.М., ТТС-120

Научные руководители доцент Королева Н.А., доцент Полякова Т.И.

Кафедра Проектирования и художественного оформления текстильных изделий

Нетканые материалы – это новое поколение высокотехнологичной продукции, которая получила широкое распространение в различных областях промышленности. Они выпускаются путем скрепления волокон с помощью химической или механической обработки. Основным преимуществом нетканых материалов является создание полотна без использования трудоемких технологий ткацкого производства.

В качестве сырья могут выступать различные волокна, но более долговечные полотна делают из синтетических волокон, например, полиэфирных. Переработка отходов дала возможность получить вторичные полиэфирные волокна из ПЭТ-бутылок, что обеспечило текстильную промышленность доступным дешевым сырьем. Возникает необходимость проверки свойств геотекстиля из такого сырья, чтобы определить области его применения.

В работе проведены исследования воздухопроницаемости иглопробивного нетканого полотна при различных значениях поверхностной плотности холста. Обработка результатов испытания проводилась в соответствии с порядком построения регрессионных однофакторных моделей. Для расчетов была использована программа в среде Mathcad.

Сначала были рассчитаны средние значения и дисперсии выходного параметра в каждом опыте, выполнена проверка наличия резко выделяющихся значений. После этого проверена гипотеза об однородности дисперсий и рассчитана средняя дисперсия в опытах матрицы – дисперсия воспроизводимости. Следующим этапом был выбор вида регрессионной модели. В результате сравнительного анализа расчетных и графических данных была принята линейная регрессионная модель. Коэффициенты регрессии определены с помощью метода наименьших квадратов. Общий вид регрессионной однофакторной модели: $Y_R = d_0 + d_1(X - \bar{X}) = 51.984 - 0.154(X - 200)$.

Проведенные экспериментальные исследования позволили получить модель, характеризующую зависимость воздухопроницаемости иглопробивного полотна от поверхностной плотности холста. Данное уравнение можно использовать для подбора оптимальных технологических параметров при выработке нетканых полотен технического назначения.

ПОЛУЧЕНИЕ НЕТКАНЫХ МАТЕРИАЛОВ ТЕХНИЧЕСКОГО НАЗНАЧЕНИЯ

Ганин А.С., Рязанов Д.Д., гр. МАГ-ТТ-521

Научные руководители доцент Аниськова В.А., аспирант Калямина Е.Ю.

Кафедра Проектирования и художественного оформления текстильных изделий

Сфера применения технического текстиля включает различные виды изоляционных материалов, защитные ткани, подложки, конвейерные ремни, ткани для использования в строительстве и архитектуре. Текстильные изделия технического назначения обладают широким диапазоном полезных свойств, в том числе устойчивостью к экстремальным температурам и атмосферным воздействиям, стабильностью при воздействии ультрафиолетового излучения, гидрофобностью и высокой сопротивляемостью к воздействию электричества и пламени.

Основную долю в ассортименте применяемых термо-, огнестойких нитей и волокон для изготовления текстильных изделий занимают арамидные волокна (нити), которые отличаются высокой термостойкостью. Это известные зарубежные арамидные волокна Kevlar, Nomex, Tvaron, Technora и др., а также отечественные арамидные нити и волокна с высокими огне-, термостойкими характеристиками: СВМ, Армос, Русар-О, Арлана. Большинство из них выпускается в виде нитей и имеет высокий модуль упругости, малое удлинение, очень высокую прочность, низкую термическую усадку и высокие огнезащитные свойства. Они обеспечивают надежную защиту людей от теплового воздействия, пламени и порезов и используются в технике, самолето- и ракетостроении и других ответственных областях. В связи с тем, что эти волокна отличаются повышенной жесткостью, низким удлинением низкой гигроскопичностью они ограниченно используются в текстильном секторе. Поэтому наиболее перспективно применение нетканых материалов из термостойких волокон.

При выборе исходных волокон/нитей для высокотермических волокнистых материалов и изделий, существенным является их доступность и цена, определяющие стоимость готовых изделий.

Анализ информации в области синтеза, свойств, способов переработки и применения арамидных волокон показывает, что наблюдается тенденция к увеличению выпуска и расширению ассортимента и областей использования высокопрочных, термоогнестойких волокнистых материалов на основе термоокисленных полиакрилонитрилов (ПАН-О) и полигетероариленов (ПГА) технического и бытового назначений.

ВЛИЯНИЕ ХАРАКТЕРИСТИК ВЫТЯЖНОГО ПРИБОРА ЛЕНТОЧНОЙ МАШИНЫ НА РАСПРЕДЕЛЕНИЕ СИЛ ТРЕНИЯ ВОЛОКОН В ПОЛЕ ВЫТЯГИВАНИЯ

Гаврикова Д.Ю., гр. ТТТ-119

Научный руководитель доцент Федорова Н.Е.

Кафедра Проектирования и художественного оформления текстильных изделий

Функция движения волокна обусловлена исключительно соотношением статических (сдерживающих) и динамических (ускоряющих) сил, действующих на волокно в определенном месте вытяжного прибора. Исследование функции движения волокон дает возможность контролировать неровноту от вытягивания.

Цель работы состояла в следующем: проанализировать влияние технологических параметров работы ленточной машины на распределение удельных статических и динамических сил трения волокон в поле вытягивания. В качестве исследуемых технологических параметров были выбраны: загрузка питания машины; скорость выпускной пары вытяжного прибора.

Распределения сил трения вдоль поля вытягивания неравномерно, так как они генерируются рабочими органами разной геометрической формы, и поверхности рабочих органов обладают разными свойствами. Волокна в поле вытягивания образуют мычку. Рабочие органы сжимают волокнистую мычку неравномерно, при этом в разных сечениях поля вытягивания число волокон, имеющих разные скорости, непостоянно. Неровнота от вытягивания является следствием определенной функции движения волокон в вытяжном приборе.

В гребенном поле действуют две группы сил: ускоряющие, обусловленные трением медленно движущегося рассматриваемого волокна о быстро движущиеся волокна; сдерживающие, возникающие вследствие трения его о медленно движущиеся волокна и об иглы.

На поля сил трения существенное влияние оказывают заправочные параметры вытяжного прибора, что требует изучения этого влияния.

Были заданы параметры процесса вытягивания были следующие: вытяжка, разводка, нагрузка на выпускную пару, расстояние между ограничителями лент. В ходе проведения работы были получены зависимости, характеризующие изменение ускоряющих и сдерживающих сил, приходящихся на 1 мм волокна в поле вытягивания ленточной машины, функции распределения сил и уравнения, аппроксимирующее экспериментальные данные.

ОБЛАСТИ ПРИМЕНЕНИЯ ТЕКСТИЛЬНЫХ НЕТКАНЫХ МАТЕРИАЛОВ

Колган Е.А., гр. ТТТ-120

Научный руководитель доцент Голайдо С.А.

Кафедра Проектирования и художественного оформления текстильных изделий

Ассортимент и области применения нетканых материалов чрезвычайно широки. Наибольший удельный вес занимает сектор материалов медицинского и гигиенического назначения (22% от всего объема). В медицине нетканые материалы используют в качестве перевязочных, компрессных, одежных и других лечебно-профилактических и санитарно-гигиенических материалов как длительного, так и одноразового пользования.

При изготовлении одежды и обуви, материал используют как в качестве защитной и теплоизоляционной подкладки, так и в качестве основной ткани. Огнеупорные нетканые материалы используются в качестве прокладочных для одежды пожарных и других специалистов, работающих в условиях повышенных температур. Кислотозащитные нетканые материалы нужны для производства спецодежды для работников химической промышленности.

В промышленности нетканые материалы используют в качестве упаковочных, обивочных, изоляционных, фильтровальных, обтирочных материалов и т.д. В строительстве применяют для укрепления дорог и тротуаров перед укладкой асфальта и плит, для внешней и внутренней отделки квартир, утепления зданий. Нетканый укрывной материал часто используется при строительстве крыш, возведении фундамента, организации дренажа для разделения, армирования, фильтрации, дренажа и комбинирования названных функций. Одним из наиболее популярных нетканых укрывных материалов является спанбонд. В автомобильной сфере из нетканых материалов изготавливаются подушки безопасности, специальные подложки в багажниках, фильтры.

Помимо всего вышеозначенного нетканые материалы также используются в производстве геотекстиля. Он используется для обеспечения защиты от смещения слоёв почвы на участке друг относительно друга.

Широкая сфера применения нетканого текстиля обусловлена прежде всего свойствами материала и его доступной стоимостью. Самыми дорогими в данном сегменте являются фетр, войлок и утеплитель изософт.

СПОСОБЫ ПРОИЗВОДСТВА НЕТКАНЫХ МАТЕРИАЛОВ

Гареева Э.А., гр. ТТЭ-122

Научный руководитель доцент Грязнова Е.В.

Кафедра Проектирования и художественного оформления текстильных изделий

Неткаными материалами называют полотна, изготовленные из волокон, нитей и других видов материалов без применения прядения и ткачества. Процесс их изготовления делится на три этапа: формирование холста, скрепление волокон, отделка и обработка готового полотна.

Существует четыре способа формирования холстов: механический, аэродинамический, электростатический и гидравлический. Эти виды технологий соответствуют различным способам скрепления слоев текстильных материалов. К изделиям, скрепленным различными способами, относятся: механическим способом – вязально-прошивные, валяные и иглопробивные; физико-механическим способом – склеенные сухим, мокрым и другими методами; комбинированным способом – вязально-прошивные и иглопробивные с последующим склеиванием; аэродинамическим способом – полотна, полученные за счет смешивания волокон с воздухом; электростатическим способом – полотна, полученные из сверхтонкого волокна с диаметрами волокон в наноразмерном диапазоне; гидравлическим способом – перерабатывают только короткие волокна.

Механический способ холстообразования заключается в формировании холста из нескольких слоев ватки, полученной с чесальных машин и аппаратов. В зависимости от требуемых свойств нетканого материала слои ватки можно расположить по-разному: с одинаковой во всех слоях ориентацией волокон, с перекрещиванием их; с комбинацией указанных слоев.

Физико-механическим способом холстообразования получают прочесанные полотна, склеенные сухим, мокрым и другими методами.

Комбинированный способ холстообразования заключается в сочетании различных способов скрепления и исходных элементов, включая дублирование, ламинирование.

Окончательная обработка нетканого полотна может быть как механической, так и химической. С помощью последнего можно модифицировать поверхность волокон и нетканого материала, чтобы изменить характеристики или отталкивающую способность нетканого материала. Нетканые материалы могут быть сделаны проводящими, огнезащитными, водоотталкивающими, пористыми, антистатическими, абсорбирующими, дышащими и многими другими.

НОВЫЕ МЕТОДЫ ОБРАБОТКИ МАТЕРИАЛОВ МЕДИЦИНСКОГО И СПЕЦИАЛЬНОГО НАЗНАЧЕНИЯ

Симанина А.В., гр. МАГ-ТТ-521

Научный руководитель доцент Бондарчук М.М.

Кафедра Проектирования и художественного оформления текстильных изделий

Одним из популярных методов получения антибактериальных текстильных материалов, обладающих антистатическими и теплоотражающими свойствами, является металлизация их поверхности. Существующие методы металлизации текстильных материалов из растворов электролитов экологически вредны, так как при их производстве используются агрессивные и токсичные вещества, требующие утилизации. Текстильные материалы, металлизированные электрохимическим методом, имеют жесткий гриф, а покрытие обладает недостаточной адгезией к субстрату. Существует также возможность металлизации текстильных материалов методом вакуум-термического осаждения. Достоинствами метода осаждения тонких пленок ионным распылением являются регулируемая скорость осаждения и универсальность, которая заключается в том, что данным методом возможно нанесение чистых металлов, сплавов, диэлектриков и магнитных композиций.

Практически не применялся ранее в текстильной промышленности для металлизации материалов метод магнетронного распыления, хорошо зарекомендовавший в микроэлектронике. Метод основан на использовании аномального тлеющего разряда в инертном газе с наложением на него кольцеобразной зоны скрещенных неоднородных электрического и магнитного полей, локализирующих и стабилизирующих газоразрядную плазму в прикатодной области. Положительные ионы, образующиеся в разряде, ускоряются в направлении катода, бомбардируют его поверхность в зоне эрозии, выбивая из нее частицы материала. Покидающие поверхность мишени частицы осаждаются в виде пленки на подложке (ткани). Высокая кинетическая энергия частиц обеспечивает хороший уровень адгезии образующейся пленки к подложке. Метод магнетронного распыления позволяет наносить на ткани тонкие пленки меди, алюминия, титана, латуни, серебра, нержавеющей стали, бронзы и других металлов, и их сплавов. Данный метод модификации не предполагает использование дополнительных химических реагентов, следовательно, отсутствует необходимость в очистке сточных вод. Однако к недостаткам данного метода можно отнести высокую продолжительность процесса нанесения покрытия и сложность подготовки образцов перед нанесением покрытия для получения бездефектного покрытия высокого качества.

РАЗРАБОТКА ТЕХНОЛОГИИ ХЛОПЧАТОБУМАЖНОЙ КАРДНОЙ КОЛЬЦЕВОЙ ПРЯЖИ ДЛЯ ПЛАТЕЛЬНЫХ ТКАНЕЙ

Бабатаева Г.Ж., гр. ТТТ-119сф

Научный руководитель доцент Королева Н.А.

Кафедра Проектирования и художественного оформления текстильных изделий

В Республике Узбекистан одно из важнейших мест в экономике занимает хлопководство и связанная с ним перерабатывающая промышленность. В результате осуществляемых правительством масштабных экономических реформ, в том числе по модернизации и техническому перевооружению отраслей, кардинально изменился подход к выращиванию, переработке хлопка, производству из него пряжи и тканей.

В общем объеме тканей хлопчатобумажные имеют наибольший удельный вес (60%). По назначению хлопчатобумажные ткани подразделяют на следующие группы: бельевые, плательные, сорочечные, костюмные, пальтовые, мебельно-декоративные, подкладочные, матрацные, наволочные, корсетные, штучные изделия. Для производства ткани используют пряжу различных систем прядения. Самой распространенной является кардная система.

Нами была разработана технология хлопчатобумажной кардной пряжи линейной плотности 42 текс для плательных тканей. Для производства предлагается использовать современное оборудование. Для расчетов использовалась среда Mathcad, которая позволяет создавать сложные символно-числовые документы с текстовыми пояснениями.

Были установлены основные заправочные параметры плательной ткани. Сформулированы требования качественных показателей пряжи по статистике Устер. Выбрана сортировка хлопковых волокон для производства пряжи требуемой линейной плотности. Спрогнозирована прочность пряжи из данной сортировки. Оказалось, что разрывная нагрузка спроектированной пряжи отвечает требованиям ГОСТ.

В среде Mathcad были выполнены все необходимые для составления плана прядения расчеты. Также в этой среде мы определили выход пряжи и полуфабрикатов, коэффициенты загонов, количество необходимого оборудования для обеспечения бесперебойной работы фабрики при переработке заданного объема хлопка. Далее был скорректирован план прядения в соответствии с принятым количеством оборудования и выполнен расчет сопряженности паковок.

Таким образом, разработанная технология позволяет получить кардную кольцевую пряжу ткацкого назначения из стопроцентного хлопка

узбекского производства. Данная пряжа отвечает высоким международным стандартам качества.

АССОРТИМЕНТ ТЕКСТИЛЬНЫХ МАТЕРИАЛОВ ДЛЯ ПОСТЕЛЬНЫХ ПРИНАДЛЕЖНОСТЕЙ. ОРТОПЕДИЧЕСКИЕ ПОДУШКИ

Сурдяева И.В., гр.ТТЭ-120, Котикова А.И., гр.МАГ-ТТ-521

Научный руководитель доцент Аниськова В.А.

Кафедра Проектирования и художественного оформления текстильных изделий

Здоровый сон очень важен для нормального самочувствия человека. Поэтому для сна рекомендуется использовать ортопедическую подушку. Ортопедические подушки предназначены для более комфортного размещения головы и шеи во время сна и отдыха, они имеют специальную форму, препятствующую деформации шейного отдела позвоночника в положении лёжа. В наши дни на рынке представлено большое количество разнообразных ортопедических изделий, которые отличаются друг от друга размерами, формой и своим наполнением. Внутренняя часть – самая важная составляющая ортопедических подушек. Чаще всего в производстве используют следующие наполнители: латекс, висколатекс, ортопедическая пена с «запоминанием формы», полиэстер и другие. Также популярны модели с перфорацией для оптимальной циркуляции воздуха, модели с рифленой поверхностью для массажного эффекта и модели с гелевым напылением или гелевой накладкой для хорошей терморегуляции. Каждый из перечисленных наполнителей имеет свои особенности в структуре и свойствах, что влияет на получаемый в конечном итоге ортопедический эффект.

Ассортимент ортопедических подушек отличается многообразием выпускаемых форм. Производители предлагают следующие варианты моделей: прямоугольная, волнообразная, с выемкой для плеча, полумесяц или рогалик, звезда, овальная. Форма подушки зависит от ее конструкции, поэтому самым важным критерием при подборе подходящей по форме подушки является поза во время сна. Не менее значимыми являются следующие особенности ортопедических подушек: габариты (длина изделия и его ширина), высота, уровень жесткости.

На современном рынке можно встретить продукцию самых разнообразных фирм-производителей, в рейтинг лучших входят: Trelax Respecta, Sissel, Trives, Askona, Luomma, Memory Sleep. Российских же производителей насчитывается около 30. К ним относятся Luomma, Webmebel, Обсервер, Ортодок, Дельта-Трем, ООО «Малтри» и ООО «ОРТО», Орматек, Мега-Оптим, «Фабрика снов», Фабрика ортопедических

и анатомических матрасов (Фабрика Снов), TRELAX, Компания ООО «Полимер Групп» и т.д.

АНАЛИЗ РАЗВИТИЯ ИНЖИНИРИНГОВЫХ ЦЕНТРОВ ДЛЯ ТЕКСТИЛЬНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

Курушина В.А., гр. ТТТ-119

Научный руководитель доцент Федорова Н.Е.

Кафедра Проектирования и художественного оформления текстильных изделий

Инжиниринг является основой для внедрения производственных технологий, технологий управления и менеджмента, от которых непосредственно зависит эффективность работы и последующее развитие отраслей промышленности. Основой в инжиниринге для текстильной промышленности являются инженерно-консультационные услуги, связанные с планированием и подготовкой всех этапов производственного процесса, обеспечением эффективного процесса производства и реализации продукции.

Для текстильной промышленности актуальными и востребованными являются решения по следующим вопросам: оценка и подтверждение технической возможности реализации проектов, модернизации и создания новых производств, нормирование сырья, материалов, энергоресурсов, разработка оптимальных технических решений, подбор оборудования и поставщиков, определение капитальных затрат и разработка ТЭО.

В работе проведен анализ этапов и возможностей технологического инжиниринга – внедрение технологий, необходимых для развития технологической и производственной базы текстильного предприятия. Рассмотрены цели, задачи, стратегии инжиниринговых центров сферой деятельности которых является текстильная и легкая промышленность. Для исследования представляли интерес центры созданные на базе взаимодействия ВУЗов, НИИ и промышленного сектора. Рассмотрены Инжиниринговый центр текстильной и легкой промышленности в Москве, Иваново, Твери. Проанализированы основные виды деятельности Центров, выделены приоритетные направления: проведение научных исследований, направленных на создание и внедрение в отраслях текстильной и легкой промышленности прогрессивных импортозамещающих технологий, материалов, оборудования, программных средств, оказание инжиниринговых услуг промышленным компаниям по внедрению инновационных разработок в производство, подготовку технико-экономических обоснований и бизнес-планов создания новых и модернизации действующих производств текстильной и швейной промышленности.

СУЩНОСТЬ ВЯЗАЛЬНО-ПРОШИВНОГО СПОСОБА ПРОИЗВОДСТВА НЕТКАНЫХ МАТЕРИАЛОВ

Ситникова А.Е., гр. ТТТ-120

Научный руководитель доцент Голайдо С.А.

Кафедра Проектирования и художественного оформления текстильных изделий

Механическая технология основана на изготовлении нетканых материалов воздействием на обрабатываемый волокнистый материал рабочих органов специального оборудования. По механической технологии вырабатывают вязально-прошивные и иглопробивные (без обработки связующим) нетканые материалы. Изготовление вязальнопрошивных материалов основано на механическом провязывании петлями волокнистого холста (холстопровязанные материалы), нитей (нитепровязанные материалы) или каркасного материала с образованием на его лицевой стороне ворсовых петель (каркаспровязанные).

В настоящее время производство вязально-прошивных нетканых материалов осуществляется провязыванием нитями холстов на машинах типа ВП, Маливатт, Арахне, провязыванием нитями нитей на машинах Малимо, провязыванием нитями каркасных материалов на машинах Малиполь. В качестве каркасной основы могут быть использованы ткани, трикотажные полотна, нетканые материалы, пленки, пенопласт и др. В качестве ворсовых нитей применяют пряжу из натуральных и химических волокон. Существуют разновидности основных способов производства вязально-прошивных нетканых материалов. Нетканые материалы также получают провязыванием каркаса волокнами из волокнистого холста. Изготовление ниточных полотен также является разновидностью вязально-прошивного способа и осуществляется при свободном наложении двух взаимно пересекающихся систем нитей основы и утка и провязывается нитями третьей системы.

Для производства нетканых обувных материалов используют чесальные и вязально-прошивные машины, а также чесально-вязальные агрегаты, выполняющие весь цикл работ – от подготовки волокнистой массы до прошивания волокнистого холста.

Современные вязально-прошивные машины и агрегаты дают возможность вырабатывать нетканые материалы различных видов переплетения.

Путем скрепления волокнистого холста петлями нитей изготавливают многие виды нетканых текстильных материалов: хлопчатобумажный и шерстяной ватин, нетканую основу искусственной кожи для верха и т.п.

ИССЛЕДОВАНИЕ ФИЛЬТРУЮЩЕЙ СПОСОБНОСТИ ИГЛОПРОБИВНОГО ТЕРМОСКРЕПЛЕННОГО НЕТКАНОГО ПОЛОТНА

Семчук И.И., гр. ТТТ-119

Научный руководитель доцент Королева Н.А.

Кафедра Проектирования и художественного оформления текстильных изделий

Фильтрующая способность иглопробивного термоскрепленного нетканого полотна является одним из ключевых показателей его эффективности в различных сферах применения. Именно поэтому было проведено исследование этого параметра с целью выяснения, насколько хорошо материал защищает от попадания различных вредных частиц в окружающую среду.

Исследование проводилось в лаборатории, где были подготовлены образцы иглопробивного термоскрепленного нетканого полотна в соответствии с матрицей планирования эксперимента КОНО-2. За первый фактор принято содержание бикомпонентных волокон в смеси (X_1), за второй – давление при термоскреплении (X_2). Образцы материала круглой формы, предварительно взвешенные на весах, помещали в воронку фильтродержателя Бюкнера. С помощью водоструйного насоса создавали вакуум, обеспечивающий перепад давления 0,7 атм. По секундомеру отсчитывали время прохождения 300 мл модельного раствора. Затем определили массу влажных образцов.

Рассчитали пористость материала. Этот показатель дает возможность оценить степень фильтрации. Чем ниже цифра, тем тоньше и качественнее очистка. Результаты эксперимента обработали с применением прикладных математических программ. Получили регрессионную модель второго порядка $\psi = 1,737 + 0,544x_1 - 0,211x_2 + 0,511x_1^2 - 0,289x_2^2 - 0,442x_1x_2$, которая была использована для оптимизации.

Таким образом, минимальная пористость нетканого иглопробивного термоскрепленного полотна, определенная весовым методом, составила 1,23 г на см² в секунду при кодированных значениях факторов $x_1 = -0,1$ и $x_2 = 1$. Перевод в натуральные значения факторов показал, что полотно будет обладать оптимальными свойствами, если содержание бикомпонентных волокон в смеси будет 19%, а давление при термоскреплении – 15 гс/см².

В целом, исследование показало высокую эффективность спроектированного полотна и возможность его применения для фильтрации жидких сред.

МОТАЛЬНОЕ ОБОРУДОВАНИЕ КОМПАНИИ SIMET

Колган Е.А., гр. ТТТ-120

Научный руководитель доцент Бондарчук М.М.

Кафедра Проектирования и художественного оформления текстильных изделий

Итальянское производство мотального оборудования SIMET начало свою работу в 1967 году объединив ресурсы нескольких семей. С этой даты членами семей компания предприимчиво управляется, администрирует все процессы и осуществляет новые разработки. Компания всегда ориентировалась на экспорт и интернационализацию своего бизнеса, быстро наращивая хорошие деловые отношения с клиентами по всему миру. Общий успех компании во многом обусловлен качеством, долговечностью и надежностью конечного продукта, следуя типичной «текстильной» логике. Компания SIMET является поставщиком текстильного мотального оборудования для самых известных мировых брендов, специализирующихся на работе с натуральными волокнами пряжи, оснащает оборудованием чулочно-носочные и бесшовные текстильные производства. В компании есть центр исследований и разработок.

На текущий момент Simet производит следующее оборудование: мотальные машины для подготовки бобин к «мягкой» и «жесткой» перемотке, мотальные машины для трикотажных, прядильных и чулочно-носочных предприятий, мотальные машины с улучшенной системой подачи требуемой для непрерывных или скользящих или синельных пряж, мотальные машины с функцией автоматического снятия бобины, мотальные машины с функцией размотки, мотальные машины для смешивания текстурированной пряжи (мультифиламентной) с или без эластомерной нити, тростильные мотальные машины для 2-х и более бобин, крутильное оборудование для создания индивидуальной пряжи, мотальные машины для швейной нити.

Мотальные машины Simet особенно широко применяются на предприятиях по производству трикотажа.

ПРИМЕНЕНИЕ ТЕКСТИЛЬНЫХ ПОЛОТЕН В МЕБЕЛЬНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

Филиппов А.Д., гр. МАГ-ТТ-521

Научный руководитель доцент Аниськова В.А.

Кафедра Проектирования и художественного оформления текстильных изделий

Рынок материалов для мебели является крупным и разнообразным, включает различные типы материалов из таких волокон как хлопковые,

льняные, вискозные, полиэфирные, полиамидные и другие синтетические волокна. Глобальный рынок полотен для мебели представлен множеством игроков, среди которых крупнейшие компании, такие как KravetInc., LeeJofa, Maharam, Designtex и другие.

Одним из ключевых трендов, влияющих на рынок полотен для мебели, является увеличение спроса на экологически чистые и устойчивые материалы. Компании все больше и больше обращают внимание на экоустойчивость, и потребители становятся более осознанными и выбирают продукты, которые создают меньше вреда окружающей среде. Это привело к тому, что многие производители материалов для мебели начали использовать переработанные материалы, такие как переработанный полиэстер, в своих продуктах.

Еще один ключевой тренд на рынке ткани для мебели – это рост востребованности полотен с дополнительными функциональными возможностями. Искусственный интеллект, AR/VR и технологии больших данных будут играть решающую роль в обновлении текстильной промышленности. На возросшие потребности рынка отвечает рост производства нетканых мебельных полотен. Поэтому целью данной работы является разработка технологии нетканых материалов мебельного назначения.

В производстве мягкой мебели все более широкое применение находят нетканые материалы, используемые в качестве формообразующих и настилочных. Их отличает высокая устойчивость к деформации, долговечность, дешевизна и еще ряд преимуществ.

В современных конструкциях мягкой мебели полностью исключается применение набивочных материалов в россыпь. Материалы, предназначенные для изготовления мягких элементов мебели, должны отличаться повышенным сопротивлением сжатию при больших нагрузках и улучшенной восстанавливаемостью, что придает особую комфортность во время эксплуатации.

ПРИМЕНЕНИЕ ТЕКСТИЛЬНЫХ НЕТКАНЫХ МАТЕРИАЛОВ В МЕДИЦИНСКОЙ СФЕРЕ

Орлова Е.С., гр. ТТТ-120

Научный руководитель доцент Голайдо С.А.

Кафедра Проектирования и художественного оформления текстильных изделий

Инновации играют важную роль в современном мире. С их развитием улучшается жизнь человека и её продолжительность. Огромную пользу текстильная промышленность принесла также и медицине. В данной области используются в основном именно нетканые материалы

синтетического происхождения, медицинский текстиль, так как они обладают высокими показателями гигиеничности и абсорбирующими свойствами. За счет своей низкой себестоимости, данный вид текстиля идеально подходит для одноразового использования, что упрощает заботу о гигиене и дезинфекции.

Самый прочный и распространенный из данного вида текстиля – это спанбонд. Он гипоаллергенный и износостойкий. Ламинированный спанбонд обладает дополнительными защитными свойствами за счет нанесения полиэтиленовой пленки. Фибрелла состоит из вискозных и полиэфирных волокон. Мягкий и эластичный. Айрлайд создается благодаря воздействию на волокна высокой температуры. Имеет впитывающие способности. Спанмелт изготавливают с использованием полимеров и полипропиленов. Точечная термическая фиксация волокон помогают им достичь единого полотна. Именно поэтому этот медицинский текстиль имеет точечную поверхность. Также, данный материал не воздействует на кислоты и щелочи.

Композитный нетканый материал СМС состоит из двух слоев спанбонда и слоя мельтблауна. Используется для хирургического белья и одежды.

Ламинированная целлюлоза состоит из целлюлозы и полиэтиленовой пленки. Из нее делают нагрудники для стоматологии и простыни для акушерства.

Внутри человека также может быть использован текстиль, а точнее углеводородный нетканый материал. Его задача в том, чтобы быть прекурсором имплантов и повышать биосовместимость. Он используется в офтальмологии, хирургии и стоматологии. Его преимущества – высокая гибкость, несминаемость, повышенная прочность на разрыв. В качестве исходного сырья используется целлюлоза, в частности лиоцелльная.

МНОГОФАКТОРНЫЙ ЭКСПЕРИМЕНТ ПО ОПРЕДЕЛЕНИЮ МЕХАНИЧЕСКИХ СВОЙСТВ КОМБИНИРОВАННОГО НЕТКАНОГО МАТЕРИАЛА ДЛЯ УСТРОЙСТВА САДОВЫХ ДОРОЖЕК

Поповская Т.А., гр. ТТТ-119

Научный руководитель доцент Королева Н.А.

Кафедра Проектирования и художественного оформления текстильных изделий

Красота загородного участка достигается благодаря грамотному ландшафтному дизайну. Одним из основных его элементов являются садовые дорожки, которые имеют не только декоративное, но и практическое назначение. Дорожки должны быть долговечными, крепкими,

не проседать и не деформироваться. В данном случае на помощь приходит геотекстиль. При устройстве садовых дорожек нетканый геотекстиль позволяет разделять слои, чтобы уменьшать уровень нагрузки на основание конструкции, не дает прорасти сорнякам, защищает дорожки от разрушительного воздействия корней деревьев и кустарников.

Геотекстиль, используемый для такой конструкции, должен иметь достаточную прочность и удлинение при растяжении, чтобы не порваться при эксплуатации. Сырье для изготовления нетканого полотна должно быть доступным и дешевым, поэтому предлагается использовать вторичные полиэфирные волокна. Они производятся в России из переработанных ПЭТ-бутылок. Что также поддерживает экологию в результате переработки отходов.

Нами спланирован и проведен многофакторный эксперимент по определению механических свойств нетканого полотна, полученного по комбинированной технологии (иглопробивание с последующим термоскреплением). Выбрана матрица КОНО-2 для двух факторов: X_1 – поверхностная плотность; X_2 – доля бикомпонентных волокон в смеси.

Выработаны 9 образцов в соответствии с матрицей, проведены испытания по определению удельной разрывной нагрузки полотна по длине и ширине, разрывного удлинения полотна по длине и ширине. Выполнена обработка результатов эксперимента, получены математические модели механических свойств нетканого материала. Данные модели использовались для оптимизации. Найдены максимальные значения для каждого критерия. Даны рекомендации по производству нетканого геотекстиля с наилучшими эксплуатационными свойствами. Данное комбинированное нетканое полотно из вторичных полиэфирных волокон с добавлением минимальной доли бикомпонентных волокон может быть использовано для устройства садовых дорожек.

ТЕКСТИЛЬНЫЕ ИЗДЕЛИЯ СО СПЕЦИАЛЬНЫМИ СВОЙСТВАМИ: ЗОНТИКИ

Шабанова А.С., гр. ТТЭ-120

Научный руководитель доцент Аниськова В.А.

Кафедра Проектирования и художественного оформления текстильных изделий

Появившись над головой человека больше 3 тысяч лет назад как знак высокого положения в обществе, зонтик постепенно превратился в обычное средство защиты от солнца и дождя. Казалось бы, зонтик – простая вещь: каркас с натянутой на него тканью. Но на самом деле всё сложнее. Зонтик состоит более чем из 200 деталей. Однако, какой бы прочной не была конструкция зонтика, главным все же остается его купол. Для производства

зонтов используются разные виды ткани. От выбранной ткани зависит качество, долговечность и цена зонтика.

Нейлоновая ткань была создана как альтернатива натуральному шелку. На ощупь он грубоват, имеет склонность «садиться», но вполне вынослив, однако этот материал быстро выцветает. Нейлон используют в производстве дешевых моделей. Полиэстер используют чаще всего. Недолговечен, но симпатичней нейлона. Часто его выделывают под всякие интересные ткани, такие как шелк или атлас. Одной из таких тканей является полисатин. Полисатин – это гибридное полотно на базе сатина и полиэстера. Полиэфирные волокна делают поверхность гладкой и шелковистой, поэтому материал не слишком требователен в плане ухода. Полисатин имеет определенные свойства, от которых и зависят его характеристики: прочность и стойкость к износу; мягкость, свойственная хлопковой ткани; шелковистость и блеск; устойчивость к деформации, несминаемость; при стирке не даёт усадки. Эпонж с виду напоминает плащевку, однако гарантирует сухость зонта. Вода на нем не удерживается, сразу превращается в капельки и быстро скатывается по поверхности. Эпонж производится на основе полиэстера с добавлением хлопка. На ощупь он похож на толстый хлопок и имеет все преимущества полиэстера. Стоят такие зонты дороже, но они прочные и имеют большой срок службы. Зонт с тефлоновой пропиткой такой же водоотталкивающий, как и эпонж, но на ощупь потоньше и мягче. Специалисты прогнозируют, что в скором времени к этому материалу обратятся все производители. С такого зонта вода будет скатываться так же, как с предыдущего эпонжа. Кроме того, купола с тефлоновой пропиткой значительно тоньше и мягче, чем купола из эпонжа. Самый дорогой вариант.

УТЕПЛИТЕЛИ ДЛЯ ВЕРХНЕЙ ОДЕЖДЫ

Трофимов С.А., Орлов А.А., гр. ТТЭ-120

Научный руководитель доцент Аниськова В.А.

Кафедра Проектирования и художественного оформления текстильных изделий

Широкое применение в мире, в том числе и в нашей стране, получило производство утеплителей для одежды, выработанных по различным технологиям. В настоящее время выпускается большой ассортимент с широким спектром свойств данной группы материалов. Современные технологии изготовления утепляющих материалов дают возможность создавать новые материалы с заранее определенными свойствами.

В зависимости от структуры и толщины утеплителя можно подразделить на плоские, объемные и высокообъемные; однослойные, многослойные, дублированные и армированные с термоскрепленным

спанбондом полимерной и мембранной пленкой, алюминиевой фольгой, односторонним и двухсторонним подплавлением поверхности. Ассортимент утеплителя включает синтетические, клееные и термоскрепленные материалы.

Синтетические утеплители изготавливаются из синтетических волокон, в основном из ПЭ, с добавлением бикомпонентных (БКВ) и термопластичных волокон способом термоскрепления. Преимущества термоскрепленных синтетических утеплителей перед другими способами очевидны: простота технологии, наличие полиэфирных волокон и БКВ различных толщины и структуры, достаточно высокие потребительские свойства, возможности регулирования «цена-качество» в зависимости от требований потребителей.

ТИПИЧНЫЕ ПОРТРЕТЫ ПОКУПАТЕЛЕЙ ТОРГОВОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

Матвеева М.А., Петрова И.А., гр. ЭТД-120
Научный руководитель доцент Политова Р.В.
Кафедра Коммерции и сервиса

Изучение потенциальных покупателей торговой организации необходимо для увеличения её объёма продаж и понимания их потребностей посетителей. Портрет покупателя – это обобщенный характер как образ клиента торговой организации. Он включает в себя такие характеристики: возраст и его ощущение, половая принадлежность, место жительства и т.д.

Отличие понятия «портрет покупателя» от целевой аудитории заключается в более широком восприятии целевой аудитории. Имеется часть общего количества потребителей как сегмент целевой аудитории, обладающий определенными характеристиками. Именно внутри сегмента с меньшими группами как локальной части целевой аудитории и имеется целесообразность составления портрета покупателя. Для его составления нужно определить узконаправленную аудиторию и ее часть, выбрать её характеристики, задать вопросы конкретным реально имеющимся клиентам, обработать результаты опроса, создать итоговый портрет покупателя данной торговой организации. Для поиска материала можно использовать найденные данные в свободном доступе сети Интернет, либо из собственной базы информации торговой организации. Либо во время личного прямого контакта, изучения сведений на конкурентов и из социальных сетей. Допустим, примером готового портрета покупателя торговой организации примем данные: Ольга Алексеевна, 46 лет, зарегистрирована в Москве, замужем, имеет троих детей, трудится

менеджером по работе с клиентами, имеет загруженность с низкой занятостью и осознанные потребности в выборе приносящего доход в будущем нового хобби. Отсюда можно осуществлять ей онлайн-предложения о покупке из групп дорогих товаров. Другим примером можно представить создание нейросетью портретов свойственных завсегдатаям магазинов Пятерочка и Перекресток сети X5 Retail Group. Искусственный интеллект визуально показал обобщённое фото посетителей этих магазинов различных районов России. Это помогло компании осознать потребности групп покупателей, наиболее часто выбираемые ими продукты и увеличить их предложение в нужных магазинах.

Таким образом, исследование портретов покупателей помогает торговой организации выделить часть рынка и разработать стратегию предложения новых товаров. А также выстроить действенную программу согласования действий покупателя в отношении продукции и их марок для поощрения покупок и продаж уже существующих товаров.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ТОРГОВОЙ ОРГАНИЗАЦИЕЙ ОСНОВНЫХ ТЕОРИЙ МОТИВАЦИИ

Харламова О.А., Моносова А.Ф., гр. ЭС-120
Научный руководитель доцент Политова Р.В.
Кафедра Коммерции и сервиса

Потребительский рынок – это действия лиц (потребителей, клиентов) по приобретению товаров или услуг для личного использования. Потребители отличаются разным поведением, внешностью, семейным положением, уровнем дохода и другими факторами. Именно поэтому торговые организации предлагают товары после изучения занимаемой части (сегмента) рынка. Для понимания потребностей клиентов различных сегментов необходимо знать их мотивацию. Ранее объединены, выделены и используются в практике работы руководителями торговых организаций (ТО) схожие факторы мотивации из основных психологических теорий мотивации потребителей следующих авторов: Маслоу А., Мак-Клелланда Д., Мак-Гира У., Герцберга Ф., Шварца Ф., теории ожидания и теории Котлера Ф.

Согласно теории иерархии Маслоу покупатели последовательно удовлетворяют при увеличении важности различные потребности. Теория мотивации Мак-Клелланда основывается на трёх базовых потребностях: достижение, принадлежность и управление. Применяя две теории, в ТО стимулируют поведение для удовлетворения потребностей покупателей и создают предпосылки для их удовлетворённости. По теории психологических мотивов Мак-Гира мотивация поведения посетителей

отражает их характер. Согласно теории двух факторов Герцберга мотивирующие и демотивирующие факторы оказывают влияние на поведение клиента и вызывают его удовлетворённость или неудовлетворённость покупками. Соответственно в ТО осуществляют помощь в сохранении потребительской индивидуальности, а также выявляют её и удовлетворенность ею при проведении опросов. По теории мотивации Шварца в ТО обеспечивают гарантированное обслуживание для обеспечения рациональных и эмоциональных мотивов потребителей. Теория ожидания описывает отсутствие единственно необходимого условия мотивации человеком активной потребности достижения определенной цели. Современные мотивационные теории, в т.ч. теория Котлера Ф., основаны на приобретении покупателями вместо продуктов способа удовлетворения потребности. Мотивацию клиентов можно повысить увеличением уровня заинтересованности и их самоутверждением. Поэтому в ТО уделяют внимание внешнему оформлению товаров, прилавков и витрин.

Таким образом, используя описанные действия к основным теориям мотивации в торговле увеличивают продажи, улучшают сервис и совершенствуют свою работу, тем самым повышая прибыльность предприятия.

УЛУЧШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ РЕЗУЛЬТАТОВ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ РОЗНИЧНОГО МАГАЗИНА

Халяутдинова А.М., гр. ЭТД-119
Научный руководитель доцент Политова Р.В.
Кафедра Коммерции и сервиса

К эффективности деятельности розничного магазина относятся показатели результативности процессов, операций, проектов. Перечисленные действия осуществляются торговым предприятием и приводят к получению максимально возможной прибыли. Оценка эффективности деятельности розничного магазина позволяет понять рациональность использования организацией имеющиеся в ее распоряжении ресурсы. Данный анализ изменений важных количественных и стоимостных показателей деятельности организации проводится в сравнении с аналогичными показателями в отчетном периоде. При этом выявляются проблемные места в функционировании магазина и возможности разработки мероприятий по улучшению эффективности его деятельности.

Основными показателями оценки эффективности результатов деятельности розничного магазина являются: коэффициент конверсии,

объем продаж, продажи на квадратный метр, средний чек, количество возвратов и зарплатоемкость. Оценивать эффективность деятельности магазина по данным показателям необходимо исходя из целей организации и специфики ее работы. Разберем данные показатели.

Конверсия представляет собой частное от деления числа осуществивших покупку посетителей на их общее число. Объем продаж характеризует суммарную величину продажи товаров в магазине за рассматриваемый период. Данный параметр важно одновременно анализировать и в денежном, и в количественном выражении. Продажа на квадратный метр показывает поделенную на площадь торгового зала (в метрах) выручку от продажи товаров (товарооборот) в магазине за выбранный период. Уровень среднего чека описывает отношение полного товарооборота магазина за выбранный период к количеству совершенных за это время покупок и выданных чеков. Количество возвратов товаров по разным причинам фиксирует обратно принятую магазином стоимость покупок или их количество. Зарплатоемкость символизирует отношение среднего размера затрат на оплату труда сотрудника к количеству осуществлённых им продаж.

После подведения итогов и анализа деятельности цветочного магазина по приведённым показателям разработаны шаги по их улучшению. Эти меры содействуют увеличению хозяйственно-экономических и финансовых показателей функционирования розничного магазина, в том числе прибыли, и повышению эффективности его результатов деятельности.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ КАЧЕСТВА ОБСЛУЖИВАНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ СПОРТИВНОЙ ИНДУСТРИИ

Лунева У.В., гр. ЭС-119

Научный руководитель доцент Политова Р.В.

Кафедра Коммерции и сервиса

Обслуживание на высоком уровне качества является одной из самых важных задач предприятия спортивной индустрии. Обслуживание клиентов трактуется как направленная на удовлетворение потребностей клиентов система практических событий и трудовых процедур. От уровня качества обслуживания напрямую зависит настроение, впечатление о предприятии, удовлетворенность клиентов фитнес-услугой. Обеспечение высокого качества обслуживания клиентов фитнес-клуба (организации, предприятия) является одним из конструктивных образцов участия её в конкурентной борьбе на потребительском рынке улучшения и поддержания здоровья и формирования надёжных конкурентных достоинств. Основной бизнес-

процесс (БП) оказания услуг высокого уровня качества в фитнес-клубе аналогично другим сферам сервиса имеет большую значимость для потребителя.

Значение спорта в поддержании состояния здоровья основной массой людей начинает осознаваться только при возможности его утраты или потери. Влияние на самочувствие в полной мере касается и оказания фитнес-услуг. В связи с руководством клиентами соотношением «цена-качество» в своем выборе полезных услуг для улучшения здорового статуса, уровень качества оказания фитнес-услуги формирует тариф (цену) на их оказание. Фитнес-клуб с требуемым обслуживанием получит положительные отзывы клиентов.

Для совершенствования БП на сайте организации предлагаем добавить функцию онлайн-покупки различных фитнес-услуг. Психологически она станет одной из наиболее удобных функций сайта. Априори, возможность выбрав понравившийся тариф потенциальным клиентам оставить заявку на приобретение абонемента и провести онлайн-оплату за абонемент удалённо, ускорит процесс приобретения абонемента. Посетителю останется только прийти в фитнес-клуб для подписания договора и сразу пойти на тренировку.

В рамках улучшения основного БП оказания фитнес-услуг сотрудникам фитнес-клуба нужно найти подход к каждому клиенту для создания комфортных условий тренировок и избежания возникновения конфликтных ситуаций. В должностных инструкциях БП оказания фитнес-услуг тренеров и сотрудников зала предлагаем возложить на них дополнительные обязанности отслеживание порядка в зале и создание удобно-приятных условий и ощущения уюта для клиентов в процессе тренировок. В итоге, требование к сотрудникам по созданию условий для тренировок делает главным критерием БП уровня оказания фитнес-услуг получение положительных отзывов об удовлетворении требований клиентов. Улучшения БП фитнес-обслуживания привлечёт новых клиентов и расширит базу постоянных. В итоге повысится прибыльность и конкурентоспособность предприятия.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ПРОЦЕССОВ ОКАЗАНИЯ УСЛУГ АРЕНДЫ СТРОИТЕЛЬНОЙ СПЕЦТЕХНИКИ

Ясыбаш М.В., гр. ЭС-119

Научный руководитель доцент Политова Р.В.
Кафедра Коммерции и сервиса

В современном мире основной целью функционирования любой компании сферы сервиса является удовлетворение потребностей клиентов

путем предоставления различных услуг. Обслуживание в этом случае становится базовым компонентом деятельности сервисного предприятия. Совершенствуя сервис-процессы (бизнес-процессы) у руководителей организации появляется возможность повысить эффективность ее работы. Целью улучшений является внедрение новой инициативы в масштабах предприятия для улучшения результативности работы организации в целом.

Компанией, выбранной для исследования, явилась ООО «КолТранс». Основной вид деятельности ООО «КолТранс» – сдача в аренду спецтехники. Чаще всего спецмашины предоставляются в аренду с высококвалифицированными водителями. Однако не всегда у фирмы арендатора или физлица есть финансовая возможность арендовать спецтехнику с водителем-оператором. Кроме того, существуют строительные организации, которым нет необходимости брать машину с экипажем. У них в штате могут иметься собственные специалисты. Поэтому в качестве улучшения бизнес-процесса предлагаем ввести возможность аренды оборудования у предприятия без водителя. После составления и подписания договора заказчик забирает технику с базы предприятия. Арендатор использует спецтехнику в течение 1-3 дней и возвращает по окончании оговоренного срока. Данное улучшение позволит организации расширить перечень предлагаемых услуг. А также сэкономить рабочее время предприятия на другие работы и арендатором денежные средства на оплату труда водителя-оператора.

Для расширения списка предлагаемой в аренду спецтехники можно также предложить приобрести дополнительный самосвал в рамках совершенствования бизнес-процесса оказания услуг. Аренда самосвала пользуется спросом и в настоящее время из-за большой востребованности приходится отказывать потенциальным арендаторам в предоставлении данной услуги. Приобретение самосвала позволит предприятию предоставлять его в аренду и лучше удовлетворять запросы заказчиков.

Таким образом, возможность оказания услуги аренды спецтехники без сотрудника организации и приобретение дополнительного самосвала позволяет обеспечить повышение качества осуществляемых услуг и удовлетворенности клиентов их оказанием. Перечисленные меры позволяют увеличить положительную тенденцию изменения результатов деятельности строительной организации за счёт аренды специальной строительной техники.

ФАКТОРЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПОВЕДЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ В СФЕРЕ ОКАЗАНИЯ УСЛУГ

Лазарев М.Ю., гр. ЭС-120

Научный руководитель доцент Политова Р.В.

Кафедра Коммерции и сервиса

Развитие рыночных отношений в нашей стране заставило обратить пристальное внимание на интересы потребителей (клиентов). Важность рассмотрения данного вопроса обусловлена рядом особенностей их поведения в сфере услуг. Эти особенности поведения влияют на разработку стратегии продвижения товара при работе с потребителями услуг. Для лучшего понимания направлений работы по разработке стратегии необходимо четко обозначить группы факторов с оказанием влияния на покупательское поведение потребителей. Известно, что поведение клиентов часто зависит от следующих факторов: личные, социально-демографические, психологические, социальные, влияния маркетинга и реакции покупателей, экономические, покупательские способности, места совершения покупок, а также способ оплаты услуги.

Также существуют различные типы потребительско-клиентского поведения. В них включают сложное покупательское поведение, снижающее диссонанс клиентское поведение, привычное покупательское поведение и поиск разнообразия.

Для изучения потребительского поведения сотрудникам организации сервиса необходимо выделить группы среди посетителей, определить важнейшее отличие для каждого сегмента, собрать их описание, сопоставить между собой, а также перестроить уже имеющиеся предложения по отличиям групп.

Поведение в процессе принятия решения о покупке услуги включает в себя 5 этапов: осмысление и определение формулировки потребности, розыск и составление мнения по информации, анализе различных вариантов, одобрение выбора и высказывание реакции на оказанную услугу. Для предприятий сферы услуг в связи с личными особенностями посетителей важны увеличение посещаемости клиентов и поиск новых, удержание и их сопровождение, развитие отношений с ними, привлечение их внимания к новым услугам.

В структуре клиентского поведения можно выделить следующие мотивы принятия с покупкой услуг: пользы и выгоды, уменьшения опасности, популярности и признания нужности, независимости выбора, влияние багажа знаний, сотрудничества и участия, самоактуализации и поддержания здоровья.

Изучение характеристик потребителей – один из наиболее востребованных видов исследований. Ведь именно потребители при покупке услуг компании, приносят ей прибыль. Неудивительно нахождение клиента-потребителя в центре внимания руководства любой вне зависимости от размера успешной компании сферы услуг. Изучая своих клиентов, их желания и предпочтения, сервисная компания может предложить им именно то, в чем они нуждаются. При этом компания способна удовлетворить выявленные потребности своих клиентов лучше конкурентов. А это и есть залог успеха фирмы на рынке.

ИЗМЕНЕНИЕ ПРИВЫЧЕК ПОТРЕБИТЕЛЕЙ В КРИЗИС

Вахрушева П.А., Григорьев В.А., гр. ЭТД-120

Научный руководитель доцент Политова Р.В.

Кафедра Коммерции и сервиса

Любой кризис – это в первую очередь шок. Достаточно предсказуемо, что в кризис потребители экономят на развлечениях, отдыхе, одежде и питании вне дома, реже меняют предметы обихода. Остаётся постоянным спрос на товары первой необходимости, в том числе на еду и лекарства. После «ковидного» кризиса произошло изменение привычек потребления товаров повседневного спроса. Последние в основном являются главной статьей расходов российского потребителя. Поэтому на фоне инфляции появились тренды, связанные с экономией и поиском новых путей расходования средств. Кризис вынудил пересмотреть приоритеты выжидающих покупателей, отказаться от излишеств и покупать самое нужное.

За последние три года появились новые пути экономии, потребители стали значительно лучше ориентироваться в ценах на регулярно входящие в их покупательскую корзину товары. Если раньше покупатели экономили за счет скидок и более выгодного магазина, то сегодня они все чаще прибегают к новым стратегиям экономии, их комбинации в различном сочетании. Почти одинаково популярны стратегии сокращения объемов потребления, переключения на магазины с более низкими ценами и скидками и на более дешевые бренды или торговые марки магазинов, такие как «Ашан», «Моя цена», «Каждый день» и т.д. Меньше распространены стратегии покупок в больших упаковках и сокращения потребления импортных продуктов.

Впервые заказав товары через Интернет во время пандемии, потребители оценили не только удобство таких покупок, а также и множество выгодных предложений и акций. В настоящее время потребители продолжают заказывать онлайн товары первой необходимости

для покупки их с целью сэкономить время и деньги. Отдельные покупатели для экономии собственных сил обращаются одновременно и к платной доставке.

В кризис потребители придерживаются стратегии «покупай и беги» – они защищаются от инфляции и стараются «вложить» деньги в валюту и дорогостоящие товары. Примерно через месяц у них «включается» режим экономии. В эти периоды расходы покупателей очень осторожны. Потребители при обоснованном отсутствии желания постоянно находиться в стрессе постепенно возвращаются к нормальной жизни.

В заключение можно сказать, что в условиях неопределенности при невозможности строить долгосрочные планы на жизнь, потребители приспосабливаются к ситуации и находят оптимальные решения в краткосрочной перспективе. Их насущная потребность пережить кризисную ситуацию помогает вернуться к нормальным условиям жизни.

СПОСОБЫ ПРИВЛЕЧЕНИЯ И УДЕРЖАНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ ТОРГОВОЙ ОРГАНИЗАЦИЕЙ

Ушакова Я.Д., Гатина А.Б., Кружкова Ю.П., гр. ЭТД-120

Научный руководитель доцент Политова Р.В.

Кафедра Коммерции и сервиса

Конкуренция на рынке товаров сегодня очень высока, поэтому каждая торговая организация стремится привлечь как можно больше потребителей и удержать их на долгое время. При правильном построении работы торговой организации одновременно над расширением текущей базы и удержанием старых потребителей с обеспечением успеха, и уменьшением риска провала. Рассмотрим способы привлечения и удержания потребителей.

Каждый потенциальный клиент имеет свои особенности и предпочтения, из них складываются индивидуальные и групповые предпочтения с наличием доверия или без него к конкретной организации. Причинами недоверия некоторых потребителей торговой организации являются: низкое качество продукции; неэффективное обслуживание; нарушение обещаний и соглашений (невыполнение сотрудниками торговой организации данного клиенту обещания или отказ от выполнения обоснованных претензий); отсутствие прозрачности; реклама обмана. Для исключения или снижения влияния на потребителя причин возникновения недоверия к торговым организациям необходимо концентрировать его внимание на предложении описания организации или товаров с помощью положительно окрашенных методов привлечения клиентов и задействовать выверенные инструменты их привлечения и их удержания.

Этими способами (инструментами) для покупателей как основой вызова их доверия к торговым организациям можно назвать: рекламу в социальных сетях, как один из самых эффективных способов привлечения потребителей; промо-акции, как проводящиеся в магазине акции для привлечения интереса клиентов; качественный сервис в сочетании с положительно влияющей на эмоции потребителя работой персонала; репутацию компании: при наличии множества положительных отзывов клиентов могут с большим доверием относиться к выбранному торговому предприятию; качество продукции – предоставление потребителю высококачественного продукта позволяет покупателю возвращаться и совершать повторные покупки; цены, их конкурентный размер способствует оптимальному учету затрат на организацию производства, продажи товаров и их доставки.

В итоге, изучение влияния перечисленных факторов на способы привлечения и удержания потребителей позволит организации наилучшим образом сохранить и увеличить их количество. Перечисленное может привести к тенденции постоянного увеличения результатов деятельности торговой организации.

ПОНЯТИЕ И ПОДХОДЫ К ОЦЕНКЕ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА КОМПАНИИ

Алалыкина К.В., гр. ВМАГ-М-421

Научный руководитель доцент Иващенко Н.С.

Кафедра Коммерции и сервиса

В связи с переходом к принципам устойчивого развития, ростом требований к охране окружающей среды в целях обеспечения благополучия как общества в целом, так и каждого ее отдельного человека, повышением требований к обеспечению охраны труда на каждом рабочем месте в последние годы в научной среде все шире стали рассматриваться понятие и методы оценки экологического потенциала. Экологический потенциал является частью более сложной системы «потенциал предприятия», в рамках которой он функционирует и взаимодействует с остальными частями этой системы. Под ним понимают сумму возможностей предприятия по обеспечению экологической безопасности как всех производственных процессов, процессов сбыта и реализации продукции, так и процесса потребления продукции.

Связь экологического потенциала с производственным проявляется через то воздействие, которое производство оказывает на окружающую среду и здоровье общества, в оценке степени соответствия техники и технологии требованиям стандарта качества окружающей среды.

Взаимосвязь экологического и кадрового потенциалов обнаруживается через недополучение продукции, работ и услуг в связи с потерями рабочего времени и снижение производительности живого труда, увеличение затрат на компенсацию затрат в связи с потерей трудоспособности в следствии с профессиональными заболеваниями и т.д.

В целях обеспечения экологической безопасности и охраны условий труда необходимо управлять этим процессом, а, следовательно, нужны соответствующие их измерители. Модель экологического потенциала предполагает следующие составляющие ее элементы: формирование соответствующих принципов, декларирование соответствующих ценностей в стандартах корпоративной культуры и оценка их интегрирования в деятельность организации; показатели безопасности деятельности и ее результатов; показатели экологической эффективности – действий для достижения поставленных целей.

В трудах авторов, занимающихся проблемой оценки экологического потенциала, предлагается измерять такие показатели, как уровень производственных отходов, продуктивность расходов материальных ресурсов, степень тяжести чрезвычайных ситуаций, соответствие закону о технике безопасности, уровень «этичности» и др.

ПРИНЦИПЫ И ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПАО «СБЕРБАНК»

Арутюнян В.А., гр. ЭС-118з

Научный руководитель доцент Иващенко Н.С.

Кафедра Коммерции и сервиса

В условиях нестабильного состояния экономики и жесткой конкуренции на банковском рынке, важнейшую роль в деятельности ПАО Сбербанк играет процесс внедрения инноваций. Инновации стали характерной особенностью и сутью современного развития во всех сферах экономики, в том числе и в банковском деле. Свободный доступ работы и равные условия участия с инновациями предоставляются всем сотрудникам Банка независимо от места работы и занимаемой должности.

Искусственный интеллект может применяться для реализации новых возможностей человека во всех сферах деятельности, в том числе для освобождения человека от монотонной работы путем автоматического создания программного обеспечения; поддержки в принятии решений; автоматизации опасных видов работ; поддержки коммуникаций между людьми. Применение искусственного интеллекта необходимо во всех экономических и социальных отношениях для повышения качества жизни

и улучшения благосостояния общества (искусственный интеллект – это «новое электричество»).

Нейротехнологии – технологии, которые используют или помогают понять работу мозга, мыслительные процессы, высшую нервную деятельность, в том числе технологии по усилению, улучшению работы мозга и психической деятельности. В рамках развития программы «Искусственный интеллект и нейротехнологии» были выделены семь субтехнологий: компьютерное зрение; обработка естественного языка; распознавание и синтез речи; рекомендательные системы и интеллектуальные системы поддержки принятия решений; перспективные методы и технологии в ИИ; нейропротезирование; нейроинтерфейсы, нейростимуляция и нейросенсинг. Развитие нейротехнологий окажет высокий уровень влияния на технологическое лидерство, экономическое развитие и социальный прогресс.

ЭФФЕКТЫ КОМАНДНОГО МЕНЕДЖМЕНТА ДЛЯ ЧЛЕНОВ КОМАНДЫ

Горожанкина П.А., гр. ВМАГ-М-422
Научный руководитель доцент Иващенко Н.С.
Кафедра Коммерции и сервиса

Командный менеджмент – это подход к управлению, который фокусируется на развитии и поддержке эффективных команд для достижения общих целей. В процессе управления командой руководитель не только делегирует задачи, но и активно работает с командой, стараясь максимально использовать потенциал каждого участника. Эффектами командного менеджмента являются результаты, которые участники команды достигают благодаря эффективной работе вместе. Эффект команды достигается в результате сочетания навыков и умений членов команды, и проявляется в повышении самоотдачи членов команды за счет ориентации на достижение общего результата. Эффектами командного менеджмента для членов команды могут быть следующие.

1. Увеличение мотивации. Когда руководитель использует командный менеджмент, он ставит целью создание команды, которая будет эффективно работать вместе, чтобы достигать общих целей. Члены команды чувствуют, что они являются частью чего-то большего, чем просто исполнители задач, и их участие в достижении целей приносит им удовлетворение. Это может привести к увеличению мотивации участников команды и к повышению качества продукта или услуги.

2. Увеличение производительности. Грамотно выстроенная эффективная командная работа способна повысить производительность, уменьшить время на выполнение задач и повысить качество работы.

3. Лучшее понимание целей и задач команды. Команда является тесной формой взаимодействия, поэтому члены команды могут лучше понимать, как их индивидуальный вклад влияет на достижение общих целей команды.

4. Улучшенная коммуникация. Командный подход к работе обычно приводит к более открытой, эффективной и частой коммуникации между членами команды.

5. Усиление уверенности в своих способностях. Члены команды могут получать большую поддержку и признание за свои успехи, что способствует укреплению их уверенности в себе.

6. Развитие лидерских качеств членов команды.

Командные эффекты, развитые в организации, приводят к долгосрочным рыночным результатам, существенному преимуществу организаций, внедривших командный менеджмент, перед конкурентами.

СРАВНИТЕЛЬНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПОЛИТИКИ ПРОДВИЖЕНИЯ ПРОДУКЦИИ И УСЛУГ КОМПАНИИ DAF НА ЗАПАДНОЕВРОПЕЙСКОМ И РОССИЙСКОМ РЫНКАХ

Кузнецов В.Д., гр. ЭТД-119

Научный руководитель доцент Иващенко Н.С.

Кафедра Коммерции и сервиса

Рекламная кампания – это целенаправленная система спланированных рекламных мероприятий, объединённых одной идеей и концепцией для достижения конкретной маркетинговой цели в рамках согласованной маркетинговой стратегии рекламодателя, в установленные предварительным анализом период времени, область действия, рынок и целевую аудиторию.

Нидерландская фирма-производитель грузовых автомобилей DAF – это высокий уровень сервиса, профессионализм сотрудников компании, индивидуальный подход к запросам каждого клиента, гарантированное качество и оптимальное соотношение цена/качество в области осуществления грузовых перевозок. На Российском рынке DAF появилась значительно позже своих конкурентов. Но это не помешало ей занять место в лидерской таблице среди более укрепленных компаний.

Рекламная политика DAF в России пока еще не приобрела какое-то определенное направление. Они все еще ищут правильный маркетинговый

путь, который раскроет DAF во всех возможных аспектах. На данном этапе DAF придерживается «старого маркетинга» и рекламируется на баннерах, в специализированных журналах и посредством как обычного, так и «сарафанного» радио. В онлайн-сегменте DAF имеет публикации в нескольких блогах и интернет-форумах, также имеет собственный сайт. Несмотря на то, что за последние пару лет DAF не делала никаких выставок и презентаций, как своей выпущенной техники, так и каких-либо наработок, у компании появилось множество клиентов на входе на Российский рынок благодаря успешному применению и вводу лизинговых транзакций. В Европе DAF позиционирует себя, как лидер грузового рынка и имеет 16% от всего рынка грузовых автомобилей.

За границей DAF активно использует оба вида рекламного продвижения и офлайн, и онлайн. В офлайн сегменте DAF активно проводит выставки и показы своего транспорта, благодаря этой деятельности DAF была удостоена звания лучшего грузового автомобиля 2022 года. Также в ход идет использование теле-радио рекламы. В интернет-пространстве DAF имеет большую аудиторию за счет активного ведения блогов, статей, участия в различном интернет-контенте, все это работает совместно с таргетированной рекламой, что только делает их маркетинг шире и сильнее. Исходя из вышесказанного можно сделать вывод, что рекламная компания DAF в Европе значительно шире и более продвинутая, чем в России.

СТРУКТУРИРОВАНИЕ ПОТЕНЦИАЛА ОРГАНИЗАЦИИ

Образцова О.А., гр. ВМАГ-М-422

Научный руководитель доцент Иващенко Н.С.

Кафедра Коммерции и сервиса

Потенциал – это источник развития организации, так как данное понятие по своей этимологии (лат *potentia* – сила, мощь) определяется как способности и возможности. Потенциал организации – совокупность имеющихся у предприятия ресурсов, которые определяют возможности организации в том или ином виде деятельности, или в той или иной функциональной области управления. Отсюда потенциал организации – понятие комплексное и весьма многогранное. Различают внешний и внутренний потенциалы. Внешний потенциал характеризуется внешними условиями, в которых организация осуществляет свою деятельность и которые способствуют достижению поставленных ею целей, включая тенденции развития экономики, менеджмента, взаимоотношения с внешними субъектами и т.д. Внутренний потенциал включает два уровня оценки: корпоративный уровень и уровень индивидуального потенциала каждого сотрудника, позволяющего ему успешно выполнять свою работу.

Структурирование внутреннего потенциала развития организации необходимо для того, чтобы, измерив уровень развития каждого из потенциалов, использовать полный спектр стратегических возможностей, направить усилия на те направления, которые сегодня являются наиболее приоритетными для организации.

Совокупность потенциалов организации включает производственный, финансовый, организационный, маркетинговый, кадровый, научно-технический или инновационный потенциал и др. Помимо этих видов потенциала ряд авторов предлагает включать в структуру внутреннего потенциала организации еще такие его виды, как экологический, партнерский (способность к созданию и использованию взаимовыгодных взаимоотношений с участниками рынка в долгосрочной перспективе), информационно-технологический (способность к цифровой трансформации бизнеса в целях обеспечения его качественного роста) и др. потенциалы. Так, в рамках организационного потенциала и его локального потенциала – потенциала организационной структуры (способности структуры управления своевременно и быстро перестраиваться для достижения поставленных целей развития в условиях турбулентности внешней среды) – рекомендуют определять потенциал корпоративной культуры (способность интегрировать ценности в деятельность и в сознание сотрудников с целью обеспечения конкурентоспособности и устойчивого развития организации).

МЕТОДЫ ПРЕОДОЛЕНИЯ СОПРОТИВЛЕНИЯ ИЗМЕНЕНИЯМ В УСЛОВИЯХ РЕБРЕНДИНГА КОМПАНИИ

Ормоцадзе Л.Г., гр. ВМАГ-М-422

Научный руководитель доцент Иващенко Н.С.

Кафедра Коммерции и сервиса

Ребрендинг компании является серьезным вынужденным или запланированным решением. В современных условиях чаще встречается вынужденный ребрендинг. Многим компаниям пришлось сменить идентичность компании с целью продолжения деятельности на российском рынке. Ребрендинг часто вызывает сопротивление со стороны сотрудников компании. Основной причиной сопротивления может являться страх влияния ребрендинга на рабочие условия, а также нежелание менять сложившиеся рабочие процессы. Характер страхов может различаться в зависимости от того, является ребрендинг вынужденным или запланированным. В случае запланированного ребрендинга сотрудники испытывают страх потери старого имиджа и неуверенность в новом

направлении компании, при вынужденном ребрендинге – страх потери рабочего места, а также беспокойство об изменении в своих обязанностях.

В случае сопротивления изменению со стороны сотрудников, компании необходимо найти нужные методы преодоления данного сопротивления, некоторые из которых: 1. Объяснение причин и целей. В том случае, когда сотрудники четко понимают направление процесса, сопротивление с их стороны становится более слабым. 2. Создание коммуникационных каналов. Важно убедиться, что сотрудники имеют возможность выразить мнение и задать вопросы. 3. Обучение. Важным этапом при внедрении новых процессов в компанию является помощь в приспособлении. 4. Лидерство. Руководство компании должно подавать личный пример. 5. Оценка результатов. Результаты оценки изменений представляют всем сотрудникам компании с целью демонстрации важности вовлечения сотрудников в процесс изменений. 6. Поощрение. Создание стимулов для успешной работы является также одним из распространенных и важных методов мотивации сотрудников с целью преодоления сопротивления.

Преодоление сопротивления изменениям является непростым процессом, однако его успешная реализация приносит значительную пользу компании. Каждое сопротивление требует индивидуального решения, вышеперечисленные методы по отдельности или в комбинации могут обеспечить компании минимальное сопротивление изменению.

ФОРМИРОВАНИЕ АССОРТИМЕНТА ПРОДУКЦИИ МАГАЗИНА РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ИНФОРМАЦИОННЫХ (ЦИФРОВЫХ) ТЕХНОЛОГИЙ

Сергеева А.Д., гр. ЭТД-119
Научный руководитель доцент Иващенко Н.С.
Кафедра Коммерции и сервиса

Правильное формирование ассортимента – основная часть при планировании коммерческой деятельности, так как от него напрямую зависит прибыльность торговой организации. При формировании ассортиментом важно учитывать такие факторы, как спрос на товары, плановый объем продаж, маржинальность каждого вида продукции и востребованность того или иного товара. Основными этапами при формировании ассортимента будут являться: анализ потребительского спроса, анализ ассортимента конкурирующих магазинов, утверждение ассортиментного минимума. Ассортиментный минимум необходим для поддержания полноты ассортимента – несколько единиц каждого вида

продукции должны быть в розничном магазине, должен быть запас на складах для избегания недостатка товаров. Товарный профицит показывает, что совершены ошибки в прогнозировании продаж, изменен спрос потребителей, а также о плохой маркетинговой кампании. Важным фактором в управлении ассортиментом является также и выбор поставщика, ведь от него напрямую зависит качество продукции, возможные объемы поставок, цены на продукцию.

В современном мире стремительно развиваются цифровые технологии, позволяющие розничным магазинам реализовывать продукцию как через торговые точки, так и посредством online-продаж. Многие люди предпочитают походам в магазин использование online-площадок для совершения покупок. Формирование ассортимента в интернет-магазине также очень важная составляющая торговой организации, так как в нем совсем иначе идут продажи: в offline- и online-магазине один и тот же товар может продаваться совсем по-разному. При управлении ассортиментом в интернет-магазине следует предоставить покупателю привлекательную карточку товара, предоставив полную информацию о нем, после чего проанализировать, насколько часто покупатели интересуются тем или иным товаром и, исходя из этого, планировать необходимый объем закупок для полного удовлетворения потребности покупателей.

Для анализа востребованности товара используют сервис «Яндекс.Wordstat», позволяющий проанализировать частоту ввода поисковых запросов по различным ключевым словам. Опрос сегодня можно проводить с помощью онлайн-сервисов Hotjar и SurveyMonkey. Сервисы SimilarWeb, Alexa и др. позволяют получить конкурентный профиль аудитории компаний, представленных в Интернете.

ОСНОВНЫЕ ФАКТОРЫ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ КОМИКСОВ

Сулейманов И.Р., гр. ВМАГ-М-422
Научный руководитель доцент Иващенко Н.С.
Кафедра Коммерции и сервиса

Существует большое многообразие комиксов и по литературному жанру, и по стилю рисунка: стрип (Comic strip) – небольшой комикс, занимающей не больше одной страницы; графический роман (Graphic novel) – цельное, законченное произведение, которое выпускается одной книгой размером от 60 страниц; веб-комикс (Webcomics) – комикс, который публикуется в интернете. Чтобы охарактеризовать факторы конкурентоспособности комиксов, помимо того, что требуется отнести его к одному из перечисленных видов, надо составить профиль их

потребителей. Можно выделить группы потребителей комиксов, объединенных следующими признаками: любовь к интересным историям и/или персонажам, рассказанным с помощью рисунков; поиск редких подписных изданий ради коллекционирования; коллекционирование комиксов с целью вложения денег. Отсюда, потребители, совершая покупки комиксов, будут оценивать разные критерии, в числе которых: качество, количество, формат издания, возраст отдельных выпусков или сборников и т.д.

Оценить комиксы, приобретаемые для коллекционирования достаточно сложно, поэтому для этих целей рекомендуется пользоваться услугами специализированных организаций, к числу которых относятся, например, Comics Guaranty LLC (CGC), Professional Grading eXperts LLC, PGX и CBCS, EGS. В этом случае важно физическое качество комиксов, их сохранность: количество дефектов переплета и печати; количество и размер потертостей, качество краски и др. Специалисты выше перечисленных компаний утверждают официальную оценку издания, его ключевые данные, заверяют автографы, подписанные, как правило, при их представителях на разных конвенциях и т.д.

Основные факторы конкурентоспособности комиксов, приобретаемых из-за любви к интересным историям и/или персонажам: содержание комиксов (оригинальность и целостность сюжет); качество использованных материалов; разнообразие ассортимента (детские, взрослые, разнообразие сюжета); регулярность выпуска комиксов (данный фактор важен чтобы потребитель не потерял интерес к данной компании); качество текста (стиль изложения); цена.

ОСОБЕННОСТИ МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ В ИНФОРМАЦИОННОЙ СРЕДЕ

Сурикова Н.А., гр. ЭС-119

Научный руководитель доцент Иващенко Н.С.

Кафедра Коммерции и сервиса

Маркетинговые исследования – это поиск, сбор и анализ информации, которая обеспечивает потребности компании. Для получения достоверной картины сложившейся ситуации и последующего принятия управленческого решения, для исправления неподходящей модели бизнеса, необходимо проведение маркетинговых исследований. Все решения, касающиеся тактики, стратегии, продвижения брендов и т.д. опираются на эти исследования. На сегодняшний момент все чаще такие методы, как эксперимент, фокус-группы, опросы и т.д. переходят в онлайн-пространство. И отдельно стоит остановиться на специфике привлечения

респондентов к участию в онлайн-опросах и фокус-группах. Известны три разновидности выборок: неограниченная, отобранная и специально завербованная. В неограниченной выборке может оказаться каждый пользователь Интернета, она не так эффективна и характеризуется слабой репрезентативностью, однако способна показать обобщённое общественное мнение. Отобранная выборка формируется из респондентов, которые сами принимают решение об участии в том или ином опросе. И специально завербованная выборка – это наиболее современная и надёжная практика набора респондентов для онлайн-исследований.

Совокупность всех преимуществ данной модернизации исследования помогает сократить траты временных, материальных и финансовых ресурсов для проведения маркетинговых исследований. Опросы покупателей проводятся прямо на странице сайте организации, сбор данных при оформлении заказов либо онлайн опросников и эксперимент осуществляются непосредственно на онлайн-пространстве магазина. Неотъемлемым плюсом стала автоматическая письменная фиксация данных и автоматическая обработка анкет. Исследования через Интернет дают возможность изучать самые разнообразные социальные группы и сообщества. Так же специалисты отмечают снижение влияния интервьюера на респондента. При онлайн опросе люди приобретают анонимность, благодаря чему исследователи получают более честную картину ситуации.

Такая модификация классических методов, как перенос маркетингового исследования в сеть Интернет позволяет значительно повысить уровень анализа, планирования, реализации планов и контроля.

ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ПРОДАЖ В РОЗНИЧНЫХ МАГАЗИНАХ СТРОИТЕЛЬНЫХ МАТЕРИАЛОВ

Широнова С.А., гр. ЭС-119

Научный руководитель доцент Иващенко Н.С.

Кафедра Коммерции и сервиса

Организация продаж – это поэтапный план действий, процедур и процессов, необходимых для реализации товара, взаимодействия покупателя и продавца. Покупка товара покупателем выступает окончательным этапом торгово-технологического процесса в розничном магазине. В практике розничной торговли применяются следующие формы продажи: обслуживание через прилавок, самообслуживание, с открытой выкладкой, по образцам, по предварительным заказам. Особенности организации продаж во многом зависят от сложности продаваемого ассортимента, требований целевой аудитории и метода продажи.

Рассмотрим особенности процесса организации продаж в магазине розничной торговли строительными материалами. Данный процесс будет включать в себя подготовку товара к продаже, встречу потенциального покупателя, ознакомление с его потребностями, предложение и показ товара, помощь с выбором и консультация по ассортименту товаров, расчетные операции, выдача приобретённого товара. В процессе передачи товара покупателю в магазине строительных материалов присутствуют такие операции: взвешивание, отмеривание, отсчет и упаковка. Так же большое значение имеет грамотное расположение товаров в торговой зоне, поэтому необходимо учитывать размеры и частоту спроса на товары.

Для правильной и качественной организации торгового обслуживания необходимо своевременно отслеживать проблемные места и постоянно совершенствовать деятельность. Для определения степени удовлетворенности покупателей оказанными услугами проводят опросы. Существуют различные подходы и методы для анализа и оценки удовлетворенности потребителей, используемые в практике работы организаций и отраженные в литературе. Важно, чтобы все основные потребности покупателя были удовлетворены и остались хорошие впечатления от посещения магазина и покупки товара.

На качество организации продаж и торгового обслуживания оказывает влияние и сервис дополнительных услуг, например, организация доставки крупногабаритных товаров до покупателя. Дальнейшее расширение дополнительных услуг позволит совершенствовать торговое обслуживание и повысить лояльность покупателей, а также поднимет рейтинг магазина среди конкурентов за счет оказания лучшего торгового обслуживания.

АТМОСФЕРА МАГАЗИНА И ФАКТОРЫ НА НЕЕ ВЛИЯЮЩИЕ

Михайлова В.К., гр. ЭТД-121в
Научный руководитель доцент Ильина С.И.
Кафедра Коммерции и сервиса

Атмосфера в магазине способна сформировать определённый образ у покупателя или потенциального потребителя и настроить на соответствующее психологическое состояние. Условия и обстановка магазина способна привлечь новых клиентов и помочь удержать тех, кто уже пользуется продукцией организации, чтобы наиболее полно использовать те преимущества, которые приносит благоприятная атмосфера магазина, важно понимать из чего состоит данное понятие. Существуют факторы внешней и внутренней среды, влияющие на атмосферу магазина, к внутренним факторам относится обстановка

торгового зала, его оформление, композиции и инсталляции на витринах. Важными составляющими являются чувственные компоненты: освещение, колористика, звуки и музыка, запахи. Торговым организациям необходимо выбирать нейтральные цвета и музыкальное оформление для того, чтобы не раздражать посетителей и не отвлекать их от выбора и примерки. Значимым элементом является освещение, которое служит для достижения хорошей обозримости и привлечения внимания к определенным товарам, создает определенное настроение, важно соблюдение санитарно-гигиенических правил и норм, ведь увидев грязный пол, пыльные полки, вешалки, витрины покупатель не захочет, не только совершить покупку, но и вернуться в этот магазин. Не менее значимо торговое и расчетное оборудование, используемое в торговой организации. Уровень техники и технологий оказывает значительное влияние на отношения персонала и посетителей торгового зала. Информационная среда торгового зала состоит из знаков и указателей, схем маршрутов и планов размещения отделов и секций, ценников. Доступность и понятность информационных знаков позволяет улучшить ориентацию в торговом зале и ускорить нахождение нужных товаров. Однако атмосфера магазина включает не только то, что находится в торговом зале, но и то, что располагается вокруг, а также важна сама локация организации, география размещения и физическая доступность предприятия. Также данное понятие включает в себя квалификацию персонала, его стрессоустойчивость и умение быстро и эффективно решать любые вопросы. Каждый из компонентов атмосферы создает неповторимую специфику места покупки.

Таким образом, что все перечисленные элементы в совокупности могут стать эффективным инструментом. С помощью него торговые организации оказывают воздействие на покупателя, вызывают у него положительные ощущения, эмоции и чувства, а также достигают своих целей. Безусловно, покупателю важны цена, ассортимент, качество товаров, однако если магазин не будет привлекать внимание и вызывать приятных чувств, при нахождении в нем, потребитель не захочет ознакомиться с продукцией данной организации и тем более совершить покупку. Именно поэтому важно создавать благоприятную и непринужденную обстановку в торговой организации и не пренебрегать таким действенным маркетинговым инструментом.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ТОВАРНОЙ ПОЛИТИКИ ПРЕДПРИЯТИЯ В УСЛОВИЯХ ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЯ

Кретова А.Д., гр. ЭС-118з

Научный руководитель доцент Ильина С.И.

Кафедра Коммерции и сервиса

Импортозамещение – уменьшение или прекращение импорта определенного товара посредством производства, выпуска в стране того же или аналогичных товаров. Именно импортозамещение, которое позволит в значительной степени минимизировать негативный эффект от возможных санкций, должно стать центральным элементом промышленной политики России. Основой импортозамещения являются устойчиво работающие производства. Поэтому важнейшим вопросом является не столько создание новых производств, сколько разработка механизмов, обеспечивающих устойчивость работы уже имеющихся производств, вокруг которых могут создаваться малые и средние производства, включенные в единые технологические цепочки, либо производства, размещающиеся на площадях и инфраструктуре работающих крупных промышленных предприятий. Министерство промышленности и торговли РФ совместно с профильными отраслевыми министерствами разрабатывает отраслевые планы импортозамещения. Всего в настоящее время рассматривается 18 отраслевых планов, которые включают 2059 проектов. В настоящее время Министерство промышленности и торговли РФ работает над перечнем приоритетных видов продукции для формирования инвестиционных проектов, способствующих импортозамещению, увеличению экспорта и технологическому развитию.

Проведение политики импортозамещения предполагает создание искусственных стимулов (внешнеторговых, валютных, технических, административных и др.) для развития отдельных отраслей и предприятий отечественной промышленности с целью повышения их конкурентоспособности на внутреннем рынке.

Изменяются экономическая ситуация в стране и мире, социальная и демографическая обстановка, денежные доходы потребителей и стратегии конкурентов, следовательно, изменяются потребительские запросы. Эти изменения и должны стать объектом внимания коммерсанта. После изучения товарного рынка и получения на этой основе информации о спросе и предпочтениях потребителей предприятие должно планировать ассортимент как новых, так и уже реализуемых товаров.

Таким образом, совершенствование товарной политики предприятия является наиболее значимым ввиду того, что именно товарная политика

является основой принятия всех решений, связанных с условиями приобретения товара, методами его продвижения от производителя к конечному потребителю и повышением конкурентоспособности предприятия.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ БИЗНЕС-ПРОЦЕССА КРЕДИТОВАНИЯ В КОММЕРЧЕСКОМ БАНКЕ

Сагайдак Я.И., гр. ЭС-118з

Научный руководитель доцент Ильина С.И.

Кафедра Коммерции и сервиса

На сегодняшний день российская банковская система претерпевает значительные трудности и остается подверженной изменениям внешней конъюнктуры рынка из-за последствий мирового финансового кризиса, вызванными последствиями возникновения COVID-19. В процессе своей деятельности коммерческие банки сталкиваются с совокупностью различных видов рисков, которые отличаются между собой местом и временем возникновения, внешними и внутренними факторами, влияющими на их уровень, и, следовательно, на способы анализа и методы описания. Для их минимизации необходим качественный мониторинг для совершенствования бизнес-процесса при выдаче кредитных денежных средств субъектам бизнеса.

Модель бизнес-процесса – это важная составляющая развития бизнеса. Служит осуществлению основных целей предприятия и описывает центральную сферу его деятельности. Благодаря моделированию бизнес-процессов формулируются бизнес-решения, т.е. задания для технического исполнения, на их основе составляется различная нормативная документация. Бизнес-процесс – это один, несколько или множество внутренних пошаговых действий, выполнение которых заканчивается созданием продукта. Таким образом, выходом или результатом выполнения бизнес-процесса всегда являются информация, услуги или товары, установленные клиентом. При этом бизнес-процесс может иметь несколько выходов. Главными критериями бизнес-моделей являются лаконичность, точность, конкретность, читабельность, а также информативность. Для построения бизнес-процессов был использован BPWIN – программный продукт для реализации CASE-технологий. Эта программа полностью поддерживает стандарт IDEF0 на основе методологии SADT. Основная идея SADT – построение древовидной функциональной модели предприятия, это позволяет получить целостное представление о том, как работает

коммерческий банк, начиная от кредитно-кассового офиса и заканчивая финансовым учреждением в целом.

ПОДБОР ЗАКАЗОВ НА ФУЛФИЛДМЕНТЕ OZON

Тимофеева Е.А., гр. ЭС-118з

Научный руководитель доцент Ильина С.И.

Кафедра Коммерции и сервиса

Фулфилмент предоставляет комплекс операций с момента оформления заказа покупателем и до момента получения им покупки, т.е. комплекс логистических и складских услуг. Фулфилментом занимаются отдельные компании, которые принимают на себя движение товарных потоков от поставщика к потребителю, это одна из стратегий для удовлетворения постоянно растущего потока клиентов. Как бизнес-услуга, фулфилмент наиболее востребован Интернет-магазинами и передается на аутсорсинг фулфилмент-центрам, т.е. это возможность оптимизации внутренних расходов компании. В фулфилмент-центрах OZON оказывают услуги по хранению товара, а также там формируют, упаковывают, а затем отправляют полученные заказы из Интернет-магазинов в службу доставки.

Этапы комплекса операций: приемка товара – весь поступающий товар принимается на склад нашей компании поштучно, в случае необходимости, маркируется этикетками; ответственное хранение на складах (не принимается скоропортящаяся продукция, цветы, товары, которые требуют фасовки и развеса) – весь полученный компанией товар хранится на складе, с которого и осуществляется комплектация и отправка заказов покупателям; обработка поступающих заказов из Интернет-магазинов – заказы поступают в систему компании с помощью API или добавленные вручную из личного кабинета клиента, заказы могут сразу попадать на комплектацию и отправку складом, либо предварительно обрабатываться колл-центром компании; сборка заказов на складе – предпродажная подготовка к последующей отправке – комплектация, правильная упаковка.

Поступившие заказы комплектуются, упаковываются, маркируются этикетками служб доставки, а затем передаются на отгрузку в службы доставки. Затем заказ передается в курьерские и почтовые службы. Для доставки покупателям. Заказы доставляются до покупателя с помощью следующих служб доставки: Почта России, СДЭК, DPD, Voxberry, Logsis и др. На следующем этапе происходит обработка возвратов бракованного и испорченного товара, продукции низкого качества, недоставленных отправок.

ПРИМЕНЕНИЕ CRM-СИСТЕМЫ ПРИ РАБОТЕ С КЛИЕНТАМИ

Тихонова Т.В., гр. ЭС-118з

Научный руководитель доцент Ильина С.И.

Кафедра Коммерции и сервиса

В современном мире применение CRM-систем актуально: развитие бизнес-процессов, использование возможностей Интернета и мобильных устройств в бизнесе, развитие и удешевление технологий обработки данных и ИТ-инфраструктуры. CRM-система обладает следующим набором функций: увеличение общего объема продаж компании; увеличение объема продаж нового продукта; ликвидация рутинной работы; выход на новый рынок; ведение клиента по воронке к продаже; анализ аналитики по проектам; монетизация базы данных клиентов, которые не дошли до покупки; увеличение повторных продаж; контроль работы менеджеров; ведение работы компании из любой точки мира, где есть интернет.

Технические возможности CRM-систем (RUBITIME; CLICKBONUS; AppEvent; YCLIENTS и др.) достигли совершенства: они позволяют отследить путь покупателя с момента первого контакта с ним до последующей продажи. Она создает технологию продаж, связывая рекламу, аналитические инструменты и саму систему продаж в единую систему.

Обработка заказов клиентов на изменение, учет текущих бюджетных соображений и смягчение непредвиденных обстоятельств, которые могут повлиять на способность команды соответствовать первоначальным проектным ожиданиям, являются частью основных навыков и компетенций, связанных с группой процессов мониторинга. Опытные менеджеры поддерживают динамику движения заказа вперед, активно отслеживая прогресс и используя быстрое реагирование для решения проблем клиента.

При внедрении CRM-системы для работы с клиентами необходимо обратить внимание на возможные ошибки, такие, как выбор CRM; самостоятельная настройка CRM и пренебрежение услугами интеграторов; установка нереальных сроков внедрения.

Внедрение в работу CRM-систем позволит улучшить качество работы с клиентами и, соответственно, увеличить прибыль организации.

АНАЛИЗ И СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ ШКОЛЫ МАНИКЮРА

Кондрашова М.Э., гр. ЭС-119
Научный руководитель профессор Мишаков В.Ю.
Кафедра Коммерции и сервиса

Благодаря работе школ маникюра ногтевой сервис в России в течение нескольких десятилетий получил колоссальное развитие и сегодня считается одним из лучших в мире. Для подготовки квалифицированных мастеров необходимо разработать систему эффективного обучения, включающего теоретическую и практическую часть с отработкой навыков на моделях. Именно на этом специализируются школы, оказывающие образовательные услуги в области ногтевого сервиса.

В ходе работы был проведен анализ деятельности школы маникюра и сформированы рекомендации по совершенствованию работы организации сервиса. Для соответствия современным тенденциям и снижения нагрузки на работников компании рекомендуется введение онлайн записи учеников. Такой формат позволит осуществлять запись в любое время суток независимо от наличия свободного оператора, сократить время на обсуждение условий и привлечь большее число клиентов.

Одним из важнейших условий выполнения безопасного маникюра является грамотная обработка инструментов. В соответствии с Санитарными Правилами СП 2.1.3678-20 стерильным считается инструмент, прошедший следующие этапы обработки: промывание в проточной воде; дезинфекция; предстерилизационная очистка; стерилизация. В связи с достаточно высокой стоимостью качественного и соответствующего всем нормам оборудования многие ученики не могут позволить себе приобрести его сразу после выпуска. Для поддержки связи с выпускниками школы и налаживания дальнейшей работы с ними рекомендуется ввести дополнительную услугу по дезинфекции и стерилизации инструментов.

В качестве следующей рекомендации выступает введение нового курса по пудровому покрытию ногтей. Хотя услуга маникюра и предполагает сведение рисков негативного воздействия на здоровье к минимуму, после покрытия гель лаком состояние ногтей может ухудшиться. Система пудрового покрытия предполагает использование гипоаллергенных материалов, не требует применения ультрафиолетовой лампы и исключает вероятность появления химического ожога и пропилов при снятии старого покрытия. Курс по пудровому покрытию будет полезен для мастеров, желающих получить конкурентное преимущество за счет освоения новой техники.

Таким образом, ведение новшеств в работу компании дает возможность повысить эффективность ее деятельности за счет увеличения продаж, прибыли и качества оказываемых услуг. Следуя данным рекомендациям, организация сможет наладить связь со своими клиентами и повысить уровень безопасности оказываемых в школе и за ее пределами услуг маникюра.

ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ МАЛОГО ОТЕЛЯ ЗА СЧЕТ ВНЕДРЕНИЯ АУТСОРСИНГА ХАУСКИПИНГОВЫХ УСЛУГ

Львова П.С., гр. ЭС-119

Научный руководитель профессор Мишаков В.Ю.

Кафедра Коммерции и сервиса

Сфера гостеприимства является одной из самых сложных и многогранных в секторе оказания услуг. Российский рынок гостиничных услуг непрерывно развивается, несмотря на возникающие сложности. Нынешняя политическая ситуация, скачки курса валюты, сложности прямого авиасообщения между нашей страной и другими государствами – все это способствует тому, что россияне всё чаще выбирают отдых в «родных просторах». Возрастает спрос на небольшие гостиницы и отели. Но важно понимать, что управлять малым отелем не легче, чем крупной гостиницей. Сложность успеха будет зависеть преимущественно от качества оказываемых услуг.

Однако рост количества отелей и увеличение туристического потока не говорит об отсутствии проблем в этой сфере. Туристы по-прежнему выбирают для отдыха популярные города России, поэтому отели Подмосковья не пользуются достаточным спросом. Малые гостиницы плохо заселены и имеют невысокую прибыль. Примером тому служит парк-отель «Ёлочка» в городе Воскресенск. В работе был проведен анализ хозяйственной деятельности предприятия и выдвинуто антикризисное предложение: передача работы клинингового отдела на аутсорсинговую компанию. Таким образом, найденная хаускипинговая компания берет на себя обязательства по уборке домиков, прилегающей территории и созданию общей уютной обстановки. Отметим, что хаускипинг – это именно «поддержание дома», то есть не просто уборка помещения. Работники компании выполняют следующее: уборку самого номера, чистку мебели, замену посуды и постельных принадлежностей, уход за придомовой территорией, поддержание внешнего вида растительности, возможна даже ароматизация помещений.

Преимущества перевода этих обязанностей на аутсорсинговую хаускипинговую компанию заключаются в том, что компания-заказчик снимает с себя часть ответственности и может выделять больше ресурсов на оказание основной услуги – предоставления проживания. К тому же, профессионалы области произведут комплекс услуг быстрее и качественнее. Отель может сэкономить часть средств, необходимых для содержания обслуживающего персонала, и не производить затраты на закупку уборочного оборудования.

Таким образом, внедрение аутсорсинговой хаускипинговой компании может улучшить оказание услуг данного парк-отеля, повысить посещаемость за счет создания более привлекательной обстановки в домиках, а также сэкономить средства компании, которые можно вложить в развитие организации, например, в закупку рекламы или улучшения системы бронирования, и многое другое.

ИССЛЕДОВАНИЕ И СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ОСНОВНЫХ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ КУЛИНАРНОЙ ЛАВКИ «БРАТЯ КАРАВАЕВЫ»

Кашкарова П.А., гр. ЭС-119

Научный руководитель доцент Першукова С.А.

Кафедра Коммерции и сервиса

Общественное питание относится к числу перспективных и быстро развивающихся секторов экономики России. Общественное питание – деятельность, главной целью которой является предоставление услуг населению в форме общественно организованного питания в обмен на его денежные доходы. Питание как процесс употребления пищи удовлетворяет потребность человека и выступает одной из основных составляющих жизнедеятельности человека. В современном мире каждый день открываются многочисленное количество предприятий общественного питания. Каждая организация хочет быть уникальной и запоминающейся.

В работе было проведено исследование сервис-процесса обслуживания Кулинарной лавки «Братья Караваевы» и в соответствии с уровнем техники и технологии на современном этапе предложены несколько направлений совершенствования деятельности организации.

Поскольку цифровизация активно входит во все сферы жизни, и «Кулинарная лавка Братья Караваевы» не хочет останавливаться на достигнутом. И нововведением будет переход к новым технологиям обслуживания и Оплата по QR-коду. QR-код – это законный аналог перевода по номеру карты или телефона для бизнеса. А QR-код СБП – это изображение, в котором зашифрована ссылка на расчетный счет получателя.

Он упрощает процесс оплаты для клиента: не надо вводить реквизиты вручную. Кассы самообслуживания, которые также называют КСО или, в переводе на английский self-checkout (SCO), представляют собой устройства для автоматической оплаты покупок в магазинах и заведениях общественного питания определенного типа без участия кассира. При этом покупатель самостоятельно выполняет все операции – и сканирование товаров, и взвешивание. Еще одной инновацией, которая призвана избавить от очередей и привлечь новых посетителей, будет внедрение сенсорных терминалов. Они позволяют выбрать, заказать и сделать оплату блюд из меню заведения, минуя кассу и персонал, не создавая очереди и оптимизируя работу организации.

РАЗРАБОТКА МЕРОПРИЯТИЙ ПО СОВЕРШЕНСТВОВАНИЮ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ ФИТНЕС-КЛУБА

Усанов И.С., гр. ЭС-119

Научный руководитель доцент Першукова С.А.

Кафедра Коммерции и сервиса

Фитнес-клуб «Новая Лига» – это современный фитнес-центр бизнес-класса, который приобщает к здоровому образу жизни и поддержанию физической формы. Клиентам предоставляются широкие возможности для комфортного времяпрепровождения, ведь клуб предлагает услуги по разнообразным направлениям. Помимо занятий в тренажерном зале можно посетить групповые программы, составленные по наиболее популярным запросам клиентов, а также студию зимних видов спорта, студию пилатес, функциональные тренировки и многое другое. Помимо этого, каждый может заниматься самостоятельно или подобрать сертифицированного тренера, чтобы занятия стали более эффективными и комфортными.

В работе проведено исследование оказываемых услуг и несколько тарифов клубных карт с различными условиями для наибольшей удовлетворенности клиентов. Проведенный анализ, позволил сделать вывод, что одной из самых популярных услуг являются абонементы «Полная карта», поскольку у клиента есть возможность посещать клуб в любое удобное для него время по наиболее выгодной цене. Карта выходного дня также является запрашиваемой, так как зачастую клиенты не могут посещать фитнес-клуб в будние дни в силу загруженности работой и выбирают более бюджетный тариф, но с идентичными условиями и возможностями. Помимо продажи абонементов наиболее часто оказываемыми услугами являются занятия с персональным тренером. В

работе предлагается внедрить два мероприятия для совершенствования бизнес-процессов фитнес-клуба:

1. Новый вид оплаты покупок. В случае если клиент забыл кошелек в машине или дома, или у него не хватает наличных денег, а карточки нет под рукой, или его средство оплаты оказалось под санкциями и теперь не оплачивает покупки простым прикладыванием к терминалу, то кассир может предложить новый способ оплаты – QR-код.

2. Станции для зарядки телефона. Покупатели, приходя в зал, зачастую проводят в нём очень много времени, при этом постоянно пользуясь телефоном. Зачастую, его заряда может не хватать на все время нахождения в фитнес-клубе и не у всех клиентов есть с собой переносное зарядное устройство, поэтому установка таких станций будет актуальна.

ИССЛЕДОВАНИЕ СТАНДАРТОВ ПРЕДПРИЯТИЙ ПИТАНИЯ

Сайфулина К.С., Костина В.А., гр. ЭС-120
Научный руководитель доцент Першукова С.А.
Кафедра Коммерции и сервиса

Стандартизация является одним из важнейших элементов современного механизма управления качеством продукции. Стандарт – это нормативно-технический документ по стандартизации, устанавливающий комплекс правил, норм, требований к объекту стандартизации и утвержденный компетентным органом. Стандартизация направлена на повышение требований к качеству продукции, повышение пищевой ценности продуктов питания, более рационального использования сырьевых ресурсов, улучшения упаковки и внешнего оформления товаров.

Стандарты представляются в виде документов, содержащих определенные требования, правила или нормы, обязательные к исполнению. Общей целью стандартизации является защита интересов потребителей и государства по вопросам качества продукции, процессов, услуг. Стандарты подразделяются на международные, национальные, региональные, стандарты организации.

В результате проведенного исследования было установлено, что наибольшее значение придется стандартам организации. Каждая организация общественного питания создаёт свои внутренние стандарты, которым сотрудники должны следовать. Все они прописаны во внутрифирменных документах: должностных инструкциях (технический документ), стандартах работы персонала, технологических стандартов (технический документ), стандартов обслуживания гостей (технический документ).

В России появятся новые стандарты качества в общественном питании, кейтеринге (выездном обслуживании) и хранении пищевых продуктов. Разработать новые или пересмотреть 12 ГОСТов планируют с 2023 по 2026 год.

Таким образом, в условиях высокой конкуренции лидирующую роль занимают предприятия, ориентирующиеся на требования и запросы посетителей. И большую роль здесь играют стандарты клиентского обслуживания.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ VR-ТЕХНОЛОГИЙ В ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА

Сидорук А.А., гр. ЭС-120

Научный руководитель доцент Першукова С.А.

Кафедра Коммерции и сервиса

Современный мир невозможно представить без применения цифровых технологий, позволяющих экономить время, средства, упрощать бизнес-процессы и незамедлительно получать исчерпывающую информацию на интересующий вопрос. Одним из направлений развития инновационных технологий является технология виртуальной реальности. Технология виртуальной реальности (virtual reality, VR) – это комплексная технология, позволяющая погрузить человека в иммерсивный виртуальный мир при использовании специализированных устройств (шлемов, очков виртуальной реальности, портативных мобильных устройств). Не обошла стороной технология виртуальной реальности и быстроразвивающуюся сферу гостеприимства. Технологии VR отели используют в качестве виртуального интерфейса бронирования. Пользователи могут забронировать отпуск, надев гарнитуру VR, и полный процесс бронирования происходит в виртуальном мире, нейтрализуя проблемы, возникающие в реальной среде. Также отели, внедрившие технологии виртуальной реальности предоставляют возможность потенциальным гостям увидеть интерьеры и устройство номеров. Воспользовался необычным форматом съёмки (фото и видео в формате 360°) для привлечения новых клиентов, например, отель в ОАЭ. Такие маркетинговые приёмы создают прочную эмоциональную связь между потребителем контента и местом, где он на самом деле ещё не был.

Виртуальные экскурсии – новый тренд. К примеру, на сайте гостиничной сети «Shangri-La Hotels & Resorts» есть серия 360-градусных видео, которые переносят потенциальных гостей в такие места, как крыша храма Джоканг в Лхасе и проводят обзорную экскурсию по гостиничным объектам, расположенным в Азии.

Немаловажную роль в конкурентоспособности гостиничного предприятия играет профессиональная подготовка кадрового состава. Технологии виртуальной реальности успешно применяются во внутреннем маркетинге при наборе персонала. Тренировки в VR проводят и для обучения персонала их повседневной работе. Например, сеть отелей Hilton уже несколько лет успешно применяет технологию VR для обучения сотрудников, которые никогда раньше не работали в гостиничном бизнесе.

Также на сегодняшний день единственным инструментом, позволяющим развить навыки эмпатии и отследить происходящие в сотруднике изменения, выступает технология виртуальной реальности.

Благодаря возможности использования виртуальных систем повсеместно, индустрия гостеприимства расширила свои возможности привлечения миллионов потенциальных клиентов.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ТОРГОВО-ЗАКУПОЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Ткачук А.Е., гр. ЭТД-119

Научный руководитель профессор Мишаков В.Ю.

Кафедра Коммерции и сервиса

Одной из основных и наиболее важных функций на предприятии являются закупки. Все предприятия, независимо от вида деятельности, закупают товары и услуги. Это необходимо для формирования хозяйственной деятельности, особенно производственной и сервисной.

Важность процесса закупок в формировании экономики предприятия определяется повышением эффективности удовлетворения его потребностей в товарах и услугах. Сегодня предприятия розничной торговли уделяют все больше внимания процессу закупок. Правильно организованные закупки могут обеспечить ассортимент, необходимый для последующей коммерческой деятельности компании, а также снизить вероятность коммерческого риска. Закупки – это источник товаров для компании, и от работы тех, кто отвечает за закупки, зависит размер прибыли и успех компании. Таким образом, коммерческая деятельность в торговле основана на закупочной деятельности. Объектом совершенствования торгово-закупочной деятельности было выбрано ООО ТД «Mark Formelle». Бренд Mark Formelle был создан в 2009 году в Республике Беларусь. Офис в РФ был открыт в 2011. На сегодняшний день бренд находится в постоянном развитии: ведется активное освоение современных технологий работы с тканями, новых видов продукции. К основным стратегическим целям компании относятся усиление собственной производственной платформы, развитие и увеличение доли электронной торговли, выход на новые

площадки, открытие новых розничных точек. Для того, чтобы определить стратегии совершенствования торгово-закупочной деятельности был проведен анализ конкурентоспособности предприятия по 6 критериям: качество, ценовая политика, имидж, атмосфера магазина, разнообразие ассортимента, доступность торговых точек. Для этого 100 человек прошли онлайн-опрос, после чего был построен многоугольник конкурентоспособности. По итогам этого анализа было выявлено, что большинство респондентов отметили слабую позицию ценовой политики предприятия. Поэтому были предложены ценовые факторы повышения конкурентоспособности (т.е. снижение себестоимости товара), например, чтобы понизить логистические затраты, можно отказаться от использования сборных перевозок (перевозки грузов различных заказчиков на одном транспортном средстве). Но данный метод можно применять только в том случае, если поставка несрочная. Для того, чтобы рассчитать, как данная мера повлияет на себестоимость товара, необходимо рассмотреть бизнес-процесс закупок; рассчитать время, затраченное на полный цикл поставки товара; построить карту создания ценностей и карту создания будущих ценностей; рассчитать экономическую составляющую времени.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ ПРОДАЖ АВТОСАЛОНА

Николаева А.А., гр. ЭТД-119

Научный руководитель профессор Мишаков В.Ю.

Кафедра Коммерции и сервиса

В современных реалиях практически у каждого второго человека появляется необходимость в покупке автомобиля. Однако, процесс покупки машины достаточно затратный, долгий и напряженный, ведь далеко не каждый сразу может выбрать и купить такой дорогой товар. Поэтому хорошо налаженная система продаж в автосалоне даёт гарантию долгосрочного и качественного взаимодействия с клиентами. Система продаж включает в себя концентрацию таких элементов как стратегия продаж, отдел продаж, бизнес-процессы, мотивация и KPI, digital, а также подбор и обучение. Если хоть один элемент будет показывать плохую динамику развития, вся система продаж будет работать не в пользу компании.

Чтобы оптимизировать процесс продажи, стоит задуматься о существующих проблемах, и в первую очередь найти пути их решения. Благодаря существующим методам оценки внутренней и внешней среды компании можно понять эти проблемные места. К таким методам можно отнести: метод экспертных оценок, SWOT-анализ, построение дерева-целей, построение модели БКГ, опрос клиентов и другие.

Главным отличием автосалона от другого предприятия является дилерство, то есть закупка крупных и средних партий товара у производителя по специальным скидочным ценам с целью перепродажи в рознице по рыночным ценам. После закупки автомобилей начинается их предпродажная подготовка, далее происходит связь с клиентом: консультация и помощь в выборе. Когда клиент окончательно выбрал нужную ему модель машины, происходит оформление документов: анкеты, заявки, сканов. После этого происходит процесс страхования машины (КАСКО и ОСАГО), по необходимости менеджеры проводят Trade-In автомобиля, то есть дают оценку стоимости. Только после этих этапов клиента направляют в кассу для полноценной покупки машины, в конце такого процесса происходит подписание договора купли-продажи и торжественная выдача автомобиля.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что процесс продажи автомобиля достаточно сложный и требует много времени. Поэтому для клиентов очень важно сделать всё как можно быстрее и качественнее. Для этого хорошему руководителю стоит обратить внимание на оптимизацию системы продаж, продумать, как можно улучшить внутреннюю среду компании при наименьших затратах, а также запланировать пути развития организации. Решению данных вопросов будут способствовать следующие предложенные рекомендации: контроль по принятию и ответа сотрудникам автосалона на стороне банков в формате фиксации времени, контроль со стороны руководителя почты сотрудников по незамедлительному рассмотрению заявок, пришедших со стороны и предоставления ответов, предоставление более развёрнутых отчётов и анализ их руководителем.

ДРОПШИПИНГ КАК ОДНА ИЗ ФОРМ ПРОДВИЖЕНИЯ ТОВАРОВ

Вахрушева П.А., гр. ЭТД-120

Научный руководитель старший преподаватель Ордынец А.А.

Кафедра Коммерции и сервиса

Дропшипинг – это деятельность по продаже в интернет-магазине товаров продавцами (дроппиперами), приобретающими эти товары у поставщиков и обеспечивающими их доставку конечным покупателям со складов поставщика силами самого поставщика. Так называемый дроппишер продает товары поставщиков от своего имени, оформляя заказ на поставку после получения оплаты от покупателей. Затем деньги переводятся поставщику, который сам отгружает товар клиенту. В итоге мы получаем систему, которая с успехом работает на российском рынке. Бизнес с минимумом вложений и практически без рисков, с которым могут

сталкиваться продавцы, работающие по иной схеме. В общих чертах схема работы дропшипинга выглядит следующим образом.

Этап 1. Посредник находит сайт поставщика товаров, цена на которые в разы отличается от цен на местных рынках при условии, что поставщик продает свои товары почтой.

Этап 2. Посредник делает пробную закупку и обговаривает с поставщиком условия сотрудничества (гарантия, условия отгрузки и т.д.).

Этап 3. Посредник копирует описание и изображения товаров на сайте поставщика или делает их самостоятельно, а затем выставляет товары продавца на электронных торговых площадках от своего имени.

Этап 4. Покупатели приобретают товары у посредника с отгрузкой от поставщика. При этом посредник только принимает заказы и переводит оплату за минусом своей комиссии поставщику.

Этап 5. Поставщик отгружает оплаченные товары по адресам, предоставленным ему посредником, и с ним же решает вопросы, связанные с гарантией на проданные товары.

Рассматривая применение данной схемы с точки зрения маркетинга можно утверждать, что она позволяет поставщику минимизировать затраты и выходить на любые рынки без существенных ограничений. Еще одним достоинством данной формы продаж является отказ от оптово-розничной торговли, набора огромного штата сотрудников, необходимости поиска и содержания склада, налаживания логистики поставок. Сложные, в большинстве случаев, договорные отношения, также ложатся на плечи дропшиппера, что облегчает деятельность и поставщиков и покупателей. Отсутствует потребность в розничных магазинах, оптовых базах и сопутствующем торговом персонале. Товар продается напрямую покупателям, поэтому в этой системе торговли не бывает неплатежей контрагентов, проблем с распределением товара, неэффективных транспортных расходов и прочих «прелестей» традиционной торговли.

СПЕЦИФИКА УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ ОРГАНИЗАЦИЙ СФЕРЫ УСЛУГ

Баллод А.К., гр. ЭС-122

Научный руководитель старший преподаватель Ордынец А.А.

Кафедра Коммерции и сервиса

Специфика управления персоналом сервисных организаций обусловлена, в первую очередь, особенностями деятельности контактного персонала, т.е. категории сотрудников, присущей исключительно организациям сферы услуг. На практике, большинство работников предприятий, занимающихся производством продукции, остаются в так

называемой «слепой» зоне, мы видим результат, но не наблюдаем процесса. Различное проявление каких-либо эмоций, внешний вид, поведение, манера разговаривать, доброжелательность или раздражение, внимание или безразличие никак не влияют ни на производственный процесс, ни на оценку конечного качества непосредственно потребителем. Когда же речь идет о сотрудниках сервисных организаций, мы всегда рассматриваем процесс оказания услуги, как непосредственное взаимодействие потребителя и специалиста. И в данной ситуации именно эта коммуникация играет ключевую роль в процессе оценки качества оказываемой услуги. Можно с уверенностью сказать, что именно эти игроки видимого фронта владеют самой полной информацией о тех услугах, с присущими им характеристиками, которые оказывает та или иная сервисная организация. Именно они аккумулируют фактические данные о востребованных или, напротив, не пользующихся спросом услугах, являются бесценным источником информации при разработке или корректировке стратегии организации. Помимо этого, контактный персонал в какой-то степени имеет возможность управлять спросом, рекомендуя ту или иную услугу и, тем самым, меняя предпочтения и влияя на потребности. Сотрудники так называемого фронт-офиса способны превратить процесс обслуживания в увлекательное шоу или, напротив, в затяжную нудную процедуру, вызывающую негативные эмоции, определяя, таким образом, стремление клиентов к повторному потреблению или желание отказаться от услуг данного сервисного производителя. Уровень подготовки, навыки, стиль поведения сотрудников в контактной зоне выступают весьма значимыми факторами успешной деятельности сервисных организаций.

Таким образом, из вышесказанного можно сделать вывод, что в настоящее время компаниям, работающим в сфере обслуживания, требуется такой персонал, который способствовал бы выполнению различных функций одновременно, самой главной из которых является оправдание ожиданий клиентов. Компаниям не нужно пытаться расширять свои технические возможности, им, прежде всего, необходимо увеличить заинтересованность своего персонала в борьбе за потребителя через профессиональные качества и компетенции.

СОВРЕМЕННОЕ ПРОСТРАНСТВО ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

Ордынец Р.О., гр. ТТЭ-122

Научный руководитель старший преподаватель Ордынец А.А.
Кафедра Коммерции и сервиса

Сегодняшние образовательные технологии, несомненно, должны быть адаптированы к существующим изменениям процесса восприятия информации современными пользователями. Невозможно говорить о результатах образовательного процесса, если не контролировать качество образования. Именно по этой причине этот контроль является основной задачей. Можно много говорить о применяемых методиках, о самом процессе усвоения информации и получения знаний, но нельзя забывать об эффекте, который должен быть замечен, об отдаче от образования. Основным результатом обучения можно считать возможность применения на практике полученных знаний, иными словами, умение создавать что-то полезное, необходимое социуму. Обучающиеся должны добиваться практического результата. Именно в этот момент необходимо вспомнить о том, что качество образования напрямую зависит от методов преподавания, которые сегодня, в связи с особыми условиями, крайне разнообразны и опыт берется из различных областей.

При реализации различных программ высшего образования, как уже было сказано, необходимо не только ориентироваться на качество обучения, которое способствует достижению результатов, но и, что является гораздо более важным, адаптировать методы преподавания к практическим примерам, к тому опыту, который уже наработан в той или иной сфере. Еще очень важным в процессе обучения является отношение к самому студенту, которого необходимо рассматривать не как человека без опыта, а относиться к нему, как к будущему специалисту, который уже реализует себя в профессиональной сфере. Если вы хотите подготовить исследователя-экономиста, то уже с первого курса с ним нужно обращаться как с членом коллектива научных работников, стимулировать его работать на результат, которым может быть курсовая, научный отчет или статья в журнале.

Еще одна очень важная деталь в процессе обучения подразумевает его актуализацию. Иными словами, задачи, которые ставятся перед обучающимися, должны развивать в них профессиональные навыки, ориентированные на будущую профессию, должны быть актуальными и применимыми в практическом опыте. Ну и конечно знаниями необходимо управлять. Это возможно исключительно в ситуации координации действий преподавателя и студента, которая помогает делиться экспертными

знаниями, организовывать систему сбора информации, меняться необходимой информацией, а также выбирать наиболее предпочтительные методы ее хранения. Все эти процессы требуют постоянного контакта и вызывают потребность делиться своими наработками и выводами, развиваться в рамках своей профессиональной среды.

К ВОПРОСУ О РАЗВИТИИ АССОРТИМЕНТА В КОМПАНИИ

Беликова Д.М., гр. ЭТД-119

Научный руководитель доцент Оленева О.С.

Кафедра Коммерции и сервиса

В наше время очень актуален вопрос о грамотном управлении ассортиментом на торговом предприятии, поскольку качественно сформированный ассортимент позволяет не только эффективно использовать средства предприятия, но и обеспечить фирму конкурентным преимуществом среди коммерческих предприятий.

Важную роль в теории управления ассортиментом и его анализе сыграл экономист Вильфредо Парето. Согласно его принципу лишь 20% товаров формируют прибыль компании. Если использовать принцип Парето, появляется возможность увеличить прибыль, снизить издержки и сделать управление ассортиментом максимально рациональным. Для проведения подобного анализа некоторые крупные торговые предприятия нанимают большое количество сотрудников и внедряют в рабочий процесс современные информационные системы, что требует значительных затрат. Однако для анализа товарной номенклатуры некрупного торгового предприятия достаточно обратиться к ABC и XYZ-анализу. Благодаря этому методу специалисты выявляют, какая именно продукция приносит организации большую часть прибыли. Также выясняется, какой товар стабильно привлекает клиентов, но при этом приносит лишь незначительный доход. В целом, ABC-анализ выглядит следующим образом: группа А – 20% товаров, которые делают 80% дохода; группа В – 30% товаров – 15% дохода; группа С – 50% товаров – 5% дохода. Исходя из анализа становится ясно, что товары группы А необходимо сохранить в ассортименте, товары группы В стоит подвергнуть дальнейшему анализу (по другим показателям), а товары группы С следует исключить из ассортимента после предварительного анализа других факторов. Однако для принятия окончательного решения грамотные руководители используют также XYZ-анализ. Этот метод позволяет оценить стабильность спроса на товары, отражает влияние внешних факторов, а также помогает выявить наиболее ходовые товары, отказаться от неликвидных и освободить склады.

Таким образом, процесс развития ассортимента на торговом предприятии состоит в комплексном анализе ассортимента по принципу Парето, ABC- и XYZ-анализу. Такой подход позволит торговому предприятию увеличить доход и сделать работу фирмы более эффективной.

РЕКОМЕНДАЦИИ ПО УЛУЧШЕНИЮ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОБУВНОГО АТЕЛЬЕ НА ОСНОВЕ ИССЛЕДОВАНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ПРЕДПОЧТЕНИЙ

Путина А.М., гр. ЭТД-119

Научный руководитель доцент Оленева О.С.

Кафедра Коммерции и сервиса

Важнейшим элементом эффективной деятельности любой организации является постоянное улучшение своей деятельности. В этих целях ключевой задачей являются своевременные комплексные исследования рынка, которые позволяют получить необходимую информацию и принять управленческие решения для достижения целей деятельности организации. При изучении рынка одним из ключевых маркетинговых методов является исследование предпочтений потребителей, которое позволяет организации помимо выявления актуальных запросов и перспективных направлений развития также улучшить отношения со своими клиентами. Объектом исследования стало обувное ателье ООО «АНТОНИО ШУЗ», находящееся в г. Москве. Организация существует с 2015 г. и занимается производством обуви по индивидуальным заказам клиентов. В целях изучения потребительских предпочтений был проведен электронный опрос среди клиентов организации и среди тех, кто клиентами не является. Всего в опросе приняли участие 47 респондентов. Согласно результатам, все клиенты организации, прошедшие опрос, хотели бы видеть готовые модели обуви на витрине ателье, а также в других магазинах. При этом покупки готовой обуви в ателье не пользуются популярностью, в то время как все опрошенные покупают обувь в магазинах и большинство сталкивается с необходимостью индивидуального подхода.

В ходе анализа были выявлена необходимость расширения ассортимента сопутствующими товарами для обуви и перечнем дополнительных услуг по ее ремонту и восстановлению, а также перспектива развития собственного бренда обуви и кастомизированного подхода за счет разработки ассортимента готовых моделей обуви, пользующихся наибольшей популярностью, и их дальнейшего продвижения через посредников, например мультибрендовыми магазинами

и онлайн-платформами типа Lamoda, а также продажами в торговом зале ателье. Возможно создание автоматизированных систем получения заказов с возможностью самостоятельного подбора клиентом всех деталей и комплектующих и дальнейшим согласованием заказа, а также обучение сотрудников для снятия мерок и передачи их в мастерскую ателье вместе с заказом. Также выявлена необходимость развития социальных сетей и сайта компании для того, чтобы сохранять конкурентные преимущества.

О РОЛИ БРЕНДИНГА В КРЕАТИВНОЙ ИНДУСТРИИ

Покровская Е.И., гр. ВМАГ-М-422
Научный руководитель доцент Оленева О.С.
Кафедра Коммерции и сервиса

В современной креативной индустрии брендинг играет ключевую роль в создании узнаваемых и успешных брендов. Однако, существующие методики брендинга не всегда позволяют достичь нужного результата, особенно когда речь идет о малых и средних компаниях. В данном докладе представляется новая методика, которая позволит улучшить эффективность брендинга в данном сегменте.

Существующие методики брендинга, как правило, базируются на использовании известных технологий и подходов, таких как создание уникального логотипа, разработка фирменного стиля и др. Однако, данные методики не всегда позволяют достичь нужного результата.

Основной задачей совершенствования методики является улучшение восприятия бренда и увеличение узнаваемости компании среди целевой аудитории, и, в частности, улучшение качества создаваемого бренда и оптимизацию процесса его создания. Такая методика брендинга основывается на использовании современных технологий и подходов, таких как анализ данных, машинное обучение и др. Она включает в себя не только создание уникального логотипа и фирменного стиля, но и разработку более глубокого понимания целевой аудитории и ее потребностей. Данная методика является эффективным инструментом для продвижения бренда в креативной индустрии. Она позволяет увеличить узнаваемость бренда, улучшить репутацию и повысить лояльность клиентов, а также снизить затраты на маркетинговые мероприятия. Она может быть успешно использована для достижения целей брендинга в различных сферах деятельности.

ЛОГИСТИКА И ЕЕ РОЛЬ В ПОВЫШЕНИИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ КОМПАНИИ

Сидорук П.А., гр. ЭГ-120

Научный руководитель преподаватель Усачева А.С.

Кафедра Управления

Логистика является одним из главных факторов повышения конкурентоспособности предприятия. Если раньше конкурентоспособность определялась в основном парадигмой «цена-качество», то в современном мире для повышения конкурентоспособности важную роль играет логистика – практическая деятельность, процесс управления и движения материальных и сопутствующих потоков в пространстве и во времени от первичного источника до конечного потребителя. При правильно выстроенной логистической концепции, предприятие занимает лидирующую позицию, ведь главной целью логистики является доставить продукцию до потребителя при минимальных затратах на производство, сбыт, транспортировку, упаковку и хранения точно в срок, оставляя конкурентов позади. Логистика, с помощью логических операций, таких как предоставление акций на готовую продукцию, ввод скидок, способствует оптимизации производства, за счет снижения общих затрат. Экономия на логистических издержках прямо пропорциональна росту прибыли.

Как показывает мировая практика, рынок логистических услуг все в большей мере ориентируется на аутсорсинг. Так предприятия, для которых логистика не является ключевым направлением ведения бизнеса, предпочитают предоставить управление материальными потоками логистическим операторам. Переход на аутсорсинг дает компаниям преимущество, которое заключается в том, что постоянные затраты на логистику переходят в разряд переменных, тем самым повышает инвестиционную привлекательность компании. Другим показателем от эффективного применения логистики является существенное сокращение времени на прохождение товаров по звеньям логической цепи. С использованием логистики значительно сокращается время движения товара, по некоторым оценкам на 25-45%.

Таким образом, использование логистики является значительным фактором в достижении предприятием высокого уровня конкурентоспособности. Логистика на сегодняшний день является мощным инструментом увеличения рентабельности предприятия, так как большая часть затрат фирмы организации приходится именно на логистические издержки. По этой причине важно находить способы контроля показателей, которые в наибольшей мере демонстрируют связь логистики с экономическими индикаторами фирмы.

ЛОГИСТИКА: СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ

Алчебаева Д.А., гр. ЭГ-120

Научный руководитель преподаватель Усачева А.С.

Кафедра Управления

Мы живем в эпоху цифровой революции, которая постепенно трансформируется в четвертую промышленную революцию или «Индустрию 4.0», характеризующуюся слиянием технологий и стиранием границ между физическими и цифровыми сферами. Приход в нашу жизнь цифровых технологий кардинально меняет ведение бизнеса, производство товаров и услуг повседневного спроса, что существенным образом влияет на цепи поставки товаров конечному потребителю. Со временем большая часть логистических процессов может стать полуавтоматической и ИТ-решения для логистики станут неотъемлемым атрибутом ежедневной деятельности всех компаний. Рассмотрим современные тенденции развития логистики.

Цифровизация отрасли. Интернет вещей (IoT), гаджеты, искусственный интеллект (ИИ) – всё это сделало вполне возможным создание полностью автоматизированных логистических маршрутов, и такие маршруты могут появиться к 2025 году. Цифровизация позволяет разработать в полном смысле «бесшовную», гибкую цепочку поставок, во время прохождения которой груз не задерживается ни на одном из этапов, что максимально ускоряет доставку товара. Это не только позволяет реализовывать стратегии «точно-во-время», но и снижает стоимость доставки

Роботизация и автономная доставка. Роботизацию можно считать состоявшейся в некоторых сегментах логистики наиболее продвинутых участников логистического рынка. У автономной доставки, как направления роботизации, всё ещё впереди, так как сама индустрия беспилотных транспортных средств практически в зачаточном состоянии. Однако экспериментальные беспилотные образцы всех транспортных средств уже созданы и проходят испытания.

Экологичность поставок. Защита окружающей среды, снижение антропогенной нагрузки на экологию уже стало необходимой задачей для всего человечества.

Единые автономные сети. Опираясь на указанные тенденции, можно утверждать, что ближайшем будущем станет возможным формирование полностью автономных логистических сетей, сначала на локальном уровне, потом на региональном, а затем и в глобальном масштабе. Единые автономные логистические сети будут органично встроены в уже

существующую транспортную инфраструктуру с учётом минимального воздействия на окружающую среду.

НОВОВВЕДЕНИЯ В ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВЕ, КАСАЕМЫЕ КАДРОВОГО ЭЛЕКТРОННОГО ДОКУМЕНТООБОРОТА

Беркова Н.С., гр. ЭУ-119

Научный руководитель доцент Губачев Н.Н.

Кафедра Управления

Кадровый электронный документооборот (далее КЭДО) полностью легализован в Российской Федерации и регулируется трудовым законодательством. В соответствии со стратегией развития информационного общества в РФ государство всячески поддерживает внедрение КЭДО, стремится к формированию доверия населения к электронному документообороту в организациях и безопасному упрощению правоотношений. Так, Федеральным закон от 22 ноября 2021 г. № 377-ФЗ «О внесении изменений в Трудовой кодекс Российской Федерации» дополнил ТК РФ новыми статьями 22.1-22.3. Согласно данному закону под электронным документооборотом в сфере трудовых отношений понимается создание, подписание, использование и хранение работодателем, работником или лицом, поступающим на работу, документов, связанных с работой, оформленных в электронном виде без дублирования на бумажном носителе. Для этого работодатель может использовать либо Единую цифровую платформу в сфере занятости и трудовых отношений «Работа в России», либо собственную систему электронного документооборота. При этом переход на электронные документы не является обязательным, решение принимается каждой организацией самостоятельно.

Согласно закону при создании КЭДО применяются единые требования к составу и форматам электронных документов. 30 сентября 2022 г. в Минюсте России зарегистрирован приказ Минтруда России от 20 сентября 2022 г. № 578н «Об утверждении Единых требований к составу и форматам документов, связанных с работой, оформляемых в электронном виде без дублирования на бумажном носителе». Единые требования начинают действовать с 1 марта 2023 г., регламентируют структурные элементы описания электронных документов и коды письменных документов.

Положительное влияние нововведений заключается в том, что увеличивается скорость подписания электронных документов, происходит экономия бюджета компании, поиск необходимых документов становится

удобнее. Однако закон не регулирует последствия отказа работника от перехода на электронный документооборот также существует риск потери электронной информации и прослеживается непосредственная зависимость сотрудников от нормального функционирования электронного документооборота и добросовестность оператора информационной системы.

АДАПТАЦИЯ ПЕРСОНАЛА В ИННОВАЦИОННЫХ ОРГАНИЗАЦИЯХ

Власова Е.А., гр.ЭУ-121

Научный руководитель старший преподаватель Горский А.А.

Кафедра Управления

На сегодняшний день многие предприятия стараются «идти в ногу со временем», следовать инновациям. Поэтому процесс адаптации сотрудников это не только приспособление персонала к условиям работы, но и адаптация персонала к изменениям условий внешней и внутренней среды. Адаптация работников в сфере инновационной деятельности – это приспособление сотрудников компании к условиям как внешней, так и внутренней среды организации, которая ведет активную инновационную деятельность. Инновационным организациям присуща проектная деятельность, вследствие которой процессы адаптации неизбежны. Именно поэтому приспособление сотрудников к изменяющимся условиям среды в таких предприятиях происходит довольно часто, так как периодически появляются новые проекты, меняются участники проектных команд, появляются эксперты из других сфер, внедряются новые технологии, а иногда и в принципе меняется профиль деятельности организации. Самый весомый минус адаптации нового персонала в инновационных организациях – это ее продолжительность. Согласно исследованиям SuperJob, на адаптацию сотрудников IT-сферы в коллектив затрачивается около 4 месяцев. Однако в менее прогрессивных организациях этот же процесс занимает всего 1-2 месяца.

В IT-компании «Лаборатория Касперского», которая основана на разработке систем защиты от компьютерных вирусов, кибератак, спама и прочего, есть сотрудники, отвечающие за адаптацию новых специалистов. Существует план, по которому с новым персоналом в течение 2 месяцев проводятся мероприятия по «внедрению» сотрудников в коллектив и рабочий процесс. При такой организации происходит постепенный переход к стабильной трудовой деятельности.

Адаптация персонала в инновационных организациях занимает немалое время, ведь таким организациям присущи свои особенности, такие

как закрытость, длительность процесса приспособления. Важно анализировать деятельность зарубежных крупных компаний, где адаптация персонала занимает меньшее время, а эффективность их деятельности выше. В частности, в американской корпорации «3М» новые сотрудники обязательно проходят разработанную HR-отделом программу ориентации, получают пакет документов с основной информацией о правилах поведения и политике компании, что способствует эффективной «акклиматизации» сотрудников.

ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПОДДЕРЖКА ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Папоян А.К., гр. ЭУ-121

Научный руководитель старший преподаватель Горский А.А.
Кафедра Управления

Государственная поддержка – важный фактор, влияющий на развитие инновационной деятельности. Под государственной поддержкой понимается предоставление определенных условий для развития научной и интеллектуальной деятельности. Согласно Федеральному закону от 23.08.1996 г. N 127-ФЗ (ред. от 17.02.2023) «О науке и государственной научно-технической политике», часть 3, государственная поддержка инновационной деятельности осуществляется на основе следующих принципов: программный подход и измеримость целей при планировании и реализации мер государственной поддержки; доступность государственной поддержки на всех стадиях инновационной деятельности, в том числе для субъектов малого и среднего предпринимательства; опережающее развитие инновационной инфраструктуры; публичность оказания государственной поддержки инновационной деятельности посредством размещения информации об оказываемых мерах государственной поддержки инновационной деятельности в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»; приоритетность дальнейшего развития результатов инновационной деятельности; защита частных интересов и поощрение частной инициативы; приоритетное использование рыночных инструментов и инструментов государственно-частного партнерства для стимулирования инновационной деятельности; обеспечение эффективности государственной поддержки инновационной деятельности для целей социально-экономического развития Российской Федерации и субъектов Российской Федерации; целевой характер использования бюджетных средств на государственную поддержку инновационной деятельности.

Органами государственного управления РФ в целях поддержки инновационной деятельности в стране активно используется и такой вид финансовой поддержки, как грантовая поддержка. Оправданным и эффективным данный вид поддержки признается при выделении субсидий российским образовательным учреждениям высшего образования, на базе которых будут осуществляться научные исследования.

ПЛАНИРОВАНИЕ ИННОВАЦИЙ НА ПРЕДПРИЯТИИ

Малекова Д.М., гр. ЭУ-121

Научный руководитель старший преподаватель Горский А.А.

Кафедра Управления

Инновации всегда сопровождали развитие общества, и сегодня они стали неотъемлемой чертой экономики. Они необходимы для изменения философии компании, для обнаружения новых источников конкурентных преимуществ и для создания инновационной культуры.

Йозеф Шумпетер был первым экономистом, который ввёл понятия «нововведение» и «инновация» и связал их с темпами экономического развития. Он трактовал инновации как любое возможное изменение, происходящее вследствие коммерческого использования новых или усовершенствования существующих решений технического, технологического и организационного характера в процессах производства, снабжения, сбыта продукции.

Планирование требует четкого определения целей инноваций. Они должны быть измеримыми, увязанными с общей корпоративной стратегией и содержать руководящие принципы для участников инновационного процесса.

Все мы знаем про компанию «Яндекс». Она присутствует практически во всех сферах нашей жизни: поисковая система, различные сервисы: доставка еды, такси, и многое другое. В ближайшие годы компания планирует внедрить в нашу жизнь «беспилотное такси», которое тестируется уже сейчас. Также она уже адаптировала «Яндекс.Такси» для незрячих людей и планирует сделать то же самое для других основных сервисов. Кроме того, с 2021 г. на улицах Москвы можно заметить роботов-курьеров, которые, как и люди могут доставлять продукты. Правда, пока они могут функционировать в пределах нескольких кварталов города.

Таким образом, инновационная деятельность в организации очень важна. Как писал М.В. Ливанский: «успешная реализация запланированных проектов обеспечивает жизнеспособность организации», так как сегодня деятельность предприятий невозможна без инноваций. Это подтверждается

развитием компании «Яндекс», которая действительно создает технологии и инновации, чтобы приносить пользу людям в их повседневной жизни.

На примере ПАО «Газпром» можно рассмотреть его инновационную деятельность, под которой подразумевается «Программа инновационного развития ПАО «Газпром» до 2025 года». Приоритетом инновационной деятельности является достижение наибольшей эффективности по таким направлениям, как поддержание высокого уровня запасов, добыча углеводородов, обеспечение надежности поставок, конкурентоспособность, инвестиционная привлекательность и планирование развития компании.

СЕТЕВОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ И УПРАВЛЕНИЕ

Стерхова А.А., гр. ЭУ-121

Научный руководитель ассистент Левченко П.А.

Кафедра Управления

Для эффективного управления ресурсами предприятия в рамках проектной деятельности была разработана методика сетевого планирования и управления (СПУ), которая стала одним из элементов НОТ. К концу 60-ых годов методы сетевого планирования и управления как неотъемлемая часть проектной деятельности получили в нашей стране широкое распространение, успешно применяясь во всех ключевых секторах экономики. Сетевое планирование и управление позволяет определить примерную дату окончания проекта за счет анализа сроков выполнения его реализованных и нереализованных частей. В его основе лежит простое математическое моделирование комплексных мероприятий и точечных действий для решения какой-то одной конкретной задачи. Фактически планирование – это комплекс расчетных, организационных и графических методов, которые позволяют не только осуществлять качественную разработку проекта, но помогают перестроить его в режиме реального времени в зависимости от меняющихся внешних условий.

Сетевые методы планирования бизнес-процессов и управления на предприятии пользуются популярностью в различных сферах деятельности. Наибольшее применение они нашли в тех проектах, в которых необходимо сначала придумать и создать новый продукт, а уже только потом предложить его потребителю. К таким сферам бизнеса относятся НИиОКР, инновационная деятельность, технологическое проектирование, опытное производство, автоматизация бизнес-процессов, тестирование серийных образцов, модернизация оборудования, исследование конъюнктуры рынка, кадровое управление и рекрутинг.

Методы сетевого планирования условно подразделяются на детерминированные (диаграмма Ганта с дополнительным временным

люфтом 10-20%) и вероятностные, которые, в свою очередь, делятся на неальтернативные (метод статистических испытаний – метод Монте-Карло) и альтернативные.

Внедрение моделей сетевого планирования и управления на предприятии позволяет решить целый комплекс задач: временной анализ проекта (расчет сроков выполнения работ, определение временных резервов, нахождение проблемных проектных участков, поиск критических путей решения проблем); ресурсный анализ, позволяющий составить календарный план расходования имеющихся ресурсов; моделирование проекта (определение состава требуемых работ, установление между ними взаимосвязи, построение иерархической бизнес-модели процессов, определение интересов всех участников проекта); распределение имеющихся ресурсов (увеличение поступлений в зависимости от имеющихся потребностей, минимизация сроков и объемов поставляемых ресурсов в одной части проекта и их увеличение – в другой).

СОВРЕМЕННАЯ СИСТЕМА ВЗГЛЯДОВ НА УПРАВЛЕНИЕ

Сидорук П.А., Максимова К.Д., гр. ЭГ-120

Научный руководитель старший преподаватель Горский А.А.

Кафедра Управления

В современном мире невозможно переоценить значимость управления как инструмента повышения эффективности функционирования любого хозяйствующего субъекта. Управление может привести организацию к успеху и обеспечить ее развитие. Если раньше организация рассматривалась как закрытая система отдельных элементов, а управление было ориентированно на контроль ее отдельных частей, то альтернативой этому являлась рассмотрение организации как единого живого организма, открытой системы, которая рассматривается в единстве ее компонентов. Современная система взглядов на управление сформировалась в 70-80 годах прошлого столетия под воздействием объективных изменений в мировом развитии. Главным фактором таких изменений являлся научно-технический процесс. В современной системе взглядов на управление различают три основных направления. 1. Социальная ответственность менеджмента перед человеком и обществом. Эффективное управление непосредственно влияет на экономическое и социальное развитие общества. В современных реалиях организация может заручиться лояльностью потребителей лишь внедрив и развивая сценарий корпоративной социальной ответственности. Подразумевается, что организация должна участвовать в решении социальных проблем. Одним из известных трендов корпоративной социальной ответственности является

работа в сфере волонтерства, ярким примером может послужить компания быстрого питания Burger King. В данных ресторанах покупатель, формируя заказ может сделать пожертвование, которое напрямую отправится в благотворительный фонд «Линия жизни».

2. Системный и ситуационный анализ с применением математических методов и ЭВМ. Ситуационный подход имеет важное значение в настоящее время, ведь необходимо учитывать постоянно меняющиеся условия внешней среды и быстро суметь к ним адаптироваться. Чтобы достичь данной цели необходимо осваивать математические методы процесса принятия управленческих решений, например, математическое моделирование. Системный подход в управлении рассматривает организацию как сложную систему, важным элементом которой является человеческий ресурс. Примером, иллюстрирующий данный постулат является компания «Toyota». В отличие от конкурентов, «Toyota» считала, что рядовые сотрудники не простые «звенья цепи»: они могут устранять проблемы по мере их возникновения, препятствовать их появлению, изменять технологии производства, другими словами, быть новаторами. Это довольно радикальный метод, ведь западные конкуренты для повышения эффективности производства полагались на штатных экспертов.

3. Новая роль в управлении – способность к инновациям. Внедрение и применение инноваций является одной из ключевых проблем современного менеджмента, так как эффективность предприятия связана с его способностью «подстраиваться» под изменения окружающей среды. На сегодняшний день, чтобы иметь конкурентное преимущество организации недостаточно обладать материальными ресурсами, борьба, в первую очередь идет за способность к нововведениям. Компания «Linux» – лучший пример инноваций в сфере управления: разработка программ на основе открытого исходного кода. Данная инновация стала эффективным механизмом для координации деятельности отдельных разработчиков, разбросанных по всему земному шару, для достижения одной цели.

Таким образом, необходимо совершенствовать систему управления, ведь на сегодняшний день так требуют нынешние реалии. Более того, руководителям необходимо рассматривать организацию как совокупность взаимозависимых частей единой системы, что способствует дальнейшему эффективному развитию системы на управление в организации.

ГЕНЕРИРОВАНИЕ ИДЕЙ В ПРОЦЕССЕ СОЗДАНИЯ ИННОВАЦИЙ

Сечкова Е.О., гр. ЭУ-121

Научный руководитель доцент Титов В.Н.

Кафедра Управления

На сегодняшний день ведущим организациям и фирмам в области инноваций приходится решать сложные задачи. Для этого они создают отдельные группы, в которые входят работники различных профессий, чтобы найти оптимальное решение и тем самым повысить эффективность деятельности. Внутри данных групп складывается творческая атмосфера, и им необходимо рассмотреть множество альтернатив и подходящих для сложившейся ситуации идей. Компании могут использовать различные методы генерирования идей в целях поиска правильного решения. Наиболее распространенными из них считаются: синектика, морфологический анализ, мозговой штурм. Метод синектики основан на поиске разнообразных аналогий, которые позволяют найти новый взгляд на проблему. Здесь принимаются во внимание схожие объекты из других областей, которые могут быть адаптированы. К примеру, прогуливаясь в крупном городе, вы увидели большие модернизированные детские площадки. А почему их нельзя построить в таких местах, где их нет (поселке городского типа, селе)? Так в Москве появился крупнейший крытый парк развлечений Остров мечты, похожий на Диснейленд во Франции. Суть метода морфологического анализа (ящика) заключается в разложении объекта на элементы, для которых составляются в таблице все возможные варианты их сочетаний с последующим выбором наилучших комбинаций. Данный метод подходит для генерации инновационных идей в сфере проектирования машин, технологических решений или приложений. Именно так были придуманы электросамокаты, электробусы. оплата по face-pay в метро, в период пандемии коронавируса в Китае были разработаны роботы, измеряющие температуру людей. Метод генерации самых разных идей, из которых впоследствии выбирается одна или несколько наиболее удачных, называется мозговым штурмом. Во внимание принимаются даже самые глупые и бессмысленные идеи. Сначала задается какой-либо наводящий вопрос, например: «Что нужно сделать, чтобы наши клиенты не ушли от нас?» Один из вариантов ответа может быть таким: «Указать им интервал доставки». Итак, чтобы клиенты могли видеть, где находится их товар в определенный момент времени на карте с расчетом времени прибытия продукта на место, может быть разработано специальное приложение. Теперь многие интернет-магазины по доставке еды имеют сайты и приложения, в которых указано время процесса приготовления и доставки готовой еды к заказчику.

ИНФРАСТРУКТУРНЫЕ ЭЛЕМЕНТЫ МУНИЦИПАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

Зацепина Е.М., гр. ЭГ-119

Научный руководитель старший преподаватель Огурцова Н.С.
Кафедра Управления

Стабильность функционирования муниципальных образований в нашей стране напрямую влияет на эффективность социального развития соответствующих территорий. Разумеется, подобная стабильность может быть обеспечена лишь на базе достаточно мощной местной экономики, поскольку без нее число источников средств на различные программы социального характера резко уменьшается. Но без создания благоприятных условий для эффективной предпринимательской деятельности экономический потенциал территории вряд ли может быть значительным.

Муниципальным образованием как квази-государством является относительно обособленная социально-экономическая подсистема государства в целом, национальной и региональной экономики, в частности, для которой характерной особенностью является самоуправляемость. При этом муниципальные образования как квази-корпорации представляют собой особую организацию населения, которая основана на совместном владении корпоративной собственностью и развитии договорных отношений между населением в лице соответствующих органов власти и субъектами хозяйствования, посредством и с помощью которых население может представлять, защищать и удовлетворять свои социально-экономические интересы. Следовательно, в данном случае структура системы инфраструктурного обеспечения муниципальных образований классифицируется по видам деятельности (жилищно-коммунальный комплекс, транспортный комплекс, строительный комплекс, службы общественной безопасности, комплекс потребительского рынка, системы управления, связи, информации и других организаций, которые обслуживают муниципальные нужды). Вместе с муниципальными предприятиями значительная, а иногда и подавляющая часть муниципальных социальных услуг в разных странах предоставляется частными, и, в частности, малыми, предприятиями и индивидуальными предпринимателями; за органами же муниципальной власти оставлен лишь контроль за этим процессом. Частные фирмы привлекаются в те сферы муниципального хозяйства, которые традиционно контролируются органами местной власти на основе передачи муниципального имущества в аренду или доверительное управление, приватизации предприятий.

ФОРМИРОВАНИЕ ИМИДЖА МУНИЦИПАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ С ЦЕЛЬЮ ПОВЫШЕНИЯ ЕГО ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ

Алескеров С.п.А.о., гр. ЭГ-118з

Научный руководитель старший преподаватель Огурцова Н.С.

Кафедра Управления

Феномен локальной политики представляет собой довольно широкое предметное поле, еще не вполне освоенное российской политической наукой. Территориальное измерение политики позволяет находить новые, иногда неожиданные объяснения сложных политических процессов (например, электоральных расколов). Как показывают многие исследования, территориальная идентичность на Юге России выражена сильнее, чем в других регионах страны. В населенных пунктах региона сохранены плотные сети межличностных отношений. Существует позитивный исторический опыт самоорганизации сообществ. Политические лидеры местных сообществ были и остаются одним из основных источников рекрутирования региональной и федеральной политических элит.

Реализация основных положений Федерального закона №131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в РФ» привела к изменению топологии регионального политического пространства. На локальном уровне за сравнительно короткое время сформировался слой значимых политических игроков, обладающих значительным влиянием на политическую жизнь и достаточно высоким человеческим, социальным и политическим капиталом. Реализация национальных и региональных проектов неизбежно стимулирует атмосферу конкуренции между административно-территориальными единицами, которые вынуждены бороться за получение ресурсов из бюджетов более высокого уровня. «Подобная активность предполагает позиционирование данного муниципального образования среди других, конкуренцию между ними, а это, в свою очередь, требует конструирования определенного образа данного муниципального образования, артикуляции его особенности (самости)». Формирование локальной идентичности, конструирование и продвижение имиджей муниципальных образований (далее МО) становятся важнейшими целями информационной политики представительных и исполнительных органов местного самоуправления.

В современном обществе складываются новые формы социальной коммуникации, новые стили жизни, причем акценты объективно смещаются с экономической на коммуникационную, культурную,

информационную сферы, именно они становятся источниками социального прогресса.

ОСОБЕННОСТИ УПРАВЛЕНИЯ И РЕАЛИЗАЦИИ МОЛОДЕЖНОЙ ПОЛИТИКИ В г. МОСКВА

Худенкова Д.А., гр. ЭГ-119

Научный руководитель доцент Губачев Н.Н.

Кафедра Управления

Молодежная политика является важной составляющей политики государства, так как молодёжь – это будущее страны. И несомненно важно то, как данная политика управляется и реализуется в Москве – столице Российской Федерации. В 2020 г. поправками в Конституцию Российской Федерации в статью 72 была включена молодежная политика, а 30 декабря того же года вступил в силу Федеральный закон № 489 «О молодежной политике в Российской Федерации». В Москве 15 декабря 2021 г. был принят закон города Москвы N 36 «О молодежной политике в городе Москве». Согласно указанным выше законам основными целями молодежной политики являются: защита прав и законных интересов молодежи; обеспечение равных условий для духовного, культурного, интеллектуального, психического, профессионального, социального и физического развития и самореализации молодежи; создание условий для участия молодежи в политической, социально-экономической, научной, спортивной и культурной жизни общества; повышение уровня межнационального (межэтнического) и межконфессионального согласия в молодежной среде; формирование системы нравственных и смысловых ориентиров, позволяющих противостоять идеологии экстремизма, национализма, проявлениям ксенофобии, коррупции, дискриминации по признакам социальной, религиозной, расовой, национальной принадлежности и другим негативным социальным явлениям; формирование культуры семейных отношений, поддержка молодых семей.

В рамках подготовки ВКР, анализируем управленческий аспект реализации молодежной политики как в Российской Федерации, так и в Москве. В столице в рамках реализации и для достижения названных целей существуют такие направления для молодежи как волонтерские проекты, НКО, системы грантовой поддержки, возможности реализовать себя в политике и государственной службе через систему стажировок и практик, отраслевое развитие, а также поддержка молодых предпринимателей.

Благодаря описанным направлениям, программам и проектам, действующим уже в их рамках, в столице не только достигаются названные

цели молодежной политики, но и предоставляются большие возможности для активной молодежи. Так, Москва – это город возможностей.

ПОЛИТИКА ПРОТЕКЦИОНИЗМА: НОВЫЕ ТЕНДЕНЦИИ

Александропуло Е.В., гр. ЭГ-120

Научный руководитель старший преподаватель Горский А.А.

Кафедра Управления

В условиях современной реальности, когда государства западных стран всячески пытаются подавить экономическое развитие Российской Федерации путём введения различного рода санкций и ограничений, исключительно важной становится задача по выработке грамотной и своевременной политики промышленного протекционизма внутри страны. Успешная государственная политика в области защиты отечественного производителя позволит предприятиям быстрее и эффективнее адаптироваться к нестабильности глобальной экономики и натиску иностранных государств. Основная цель протекционизма – это помочь отечественным участникам рынка в конкурентной борьбе с иностранными компаниями, используя тарифные и нетарифные ограничения. Необходимо ограничить импорт, понизив конкурентоспособность зарубежных товаров на внутреннем рынке. Обычно, такую политику применяют выборочно: либо в отношении определённых изделий, либо в отдельной отрасли. Получив защиту тем или иным государственным инструментом, часть отечественного рынка будет способна поддерживать или даже увеличивать сбыт внутри страны за счёт того, что часть издержек покрывается непосредственно государством, либо за счёт повышения издержек иностранных конкурентов.

По состоянию на март 2023 г. мировая экономическая система переживает довольно сложные времена. Виной тому, во многом, стремление коллективного Запада всё более глубоко использовать протекционистские меры и односторонние санкции. Во многих отраслях российской экономики наблюдается высокий уровень зависимости от иностранных компаний. Поэтому России необходимо усиливать компетенции в отраслях, требующих этого в первую очередь. Заместитель главы Минпромторга РФ Василий Шпак в ходе «Спектр Форума 2022» заявил: «Я бы более решительно проводил протекционистскую политику. У нас открытый вопрос с точки зрения мобильных операционных систем, хотя у нас операционные системы мобильные есть, есть «Аврора». Почему бы её не развивать?». Протекционизм, как и любая экономическая политика, имеет как положительные, так и негативные стороны. Теоретически, любое ограничение в торговле неудобно для бизнеса. Однако в случаях развития

и поддержания стратегически важных и новых отраслей в период их становления, в случаях борьбы с внешними факторами, проведение политики протекционизма вполне обосновано.

ГОСУДАРСТВЕННО-ЧАСТНОЕ ПАРТНЕРСТВО В СТРАТЕГИЧЕСКОМ УПРАВЛЕНИИ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИМ РАЗВИТИЕМ РЕГИОНА

Карпова Т.А., гр. ВМАГ-Г-222
Научный руководитель доцент Губачев Н.Н.
Кафедра Управления

Необходимым условием обеспечения устойчивого развития и преодоления последствий кризисных проявлений является партнерство региональных и местных властей, бизнес-сообщества и граждан как активных участников воспроизводственного процесса в регионе. Важно учитывать особенность, присущую стратегическому партнерству: достижение конечной цели, то есть рост благосостояния населения, обеспечение экологической и экономической безопасности территории. Совместные действия государства, частного бизнеса, гражданского общества, научного сообщества по реализации инновационных проектов на основе действующего законодательства и реализуемой инновационной политики выступают ключевым механизмом развития инновационной системы Российской Федерации. Государство пополняет бюджет и решает социальные и экономические проблемы, бизнес получает прибыль в рамках имеющегося договора, население получает возможность удовлетворить свои потребности.

В основном механизм государственно-частного партнёрства применяется при реализации долгосрочных инвестиционных проектов, в основном связанных с коммунально-энергетической средой; теплоснабжением, водоснабжением и водоотведением; жильём и городской средой; благоустройством общественных пространств, а в последнее время в связи с «мусорной реформой» и обращению с твёрдыми коммунальными отходами. Основными видами реализации механизма государственно-частного партнёрства могут выступать: контракт на выполнение работ, оказание услуг, поставку товаров, продукции для государственных нужд; аренда объекта муниципального имущества; концессионное соглашение, когда объектом договора становится передача прав на возмездной основе на определённый срок. Доступность информации о проблемах региона, о планах по ликвидации обозначенных проблем, о планируемых инвестиционных проектах, предлагаемых как властью, так и бизнесом, и гражданским обществом должна ставиться во главу угла.

Информированность, прозрачность, понятность инвестиционных проектов, в том числе и через механизм государственно-частного партнёрства должна проходить через все этапы реализации инвестиционного проекта.

ПРИНЦИПЫ ПОСТРОЕНИЯ ГОСУДАРСТВЕННО-ЧАСТНОГО ПАРТНЕРСТВА В СИСТЕМЕ ОБРАЗОВАНИЯ

Орлова Д.В., гр. ВМАГ-Г-221

Научный руководитель доцент Губачев Н.Н.

Кафедра Управления

Государственно-частное партнерство (ГЧП) в России активно развивается в системе образования в виде государственных контрактов и концессионных соглашений, заключаемых органами власти (муниципалитетами) с частным бизнесом. Развитие такого рода сотрудничества способствует снижению нагрузки муниципалитетов в вопросах строительства, обеспечения и повышения качества образования. Плюсы такого партнерства представлены, с одной стороны, едиными стандартами обучения и дополнительным финансированием, а с другой, знаниями, предельно приближенными к запросам бизнеса. ГЧП в образовании способствует развитию государственной системы образования: созданию рынков и укреплению высокой конкурентоспособности на рынке образовательных услуг; разработке инструментов многоканального финансирования; широкой интеграции коммуникаций между ВУЗами и работодателями; разработке и внедрению стратегий подготовки и повышения квалификации административных кадров. Принципы построения ГЧП, позволяющие добиваться успеха в развитии системы образования, строятся на единой базе взаимодействия положительных качеств государственных структур и частных партнеров, предполагающих концепцию системы долговременных деловых отношений с ориентиром на внедрение продукции и услуг в систему образования страны.

Из всей структуры взаимодействия государства и бизнеса в образовании явно выделяются 8 основных принципов: синергия; коммерциализация; обновление; взаимовыгодная сделка; ориентация на результат; инновационное управление; акцентирование внимания на пустой нише, заполняемой партнерством; единая цель.

Основываясь на принципах построения государственно-частного партнерства, на период 2023 года в Российской Федерации реализуется 21 контракт государственно-частного партнерства (по ФЗ-224 и ФЗ-115) в сфере образования, с общей суммой инвестиций 16108,15 млн. рублей.

Благодаря развитию такого рода партнерства государство приобретает конкурентный рынок и развитие экономико-педагогических услуг, которые влияют на качество специализированной подготовки, а образовательные учреждения могут привлекать больше финансовых ресурсов и внедрять новые образовательные программы.

ОТНОШЕНИЕ РОССИЯН К ИЗМЕНЕНИЮ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ОБСТАНОВКИ В 2021 г.

Панафидина М.А., гр. ТТЭ-122
Научный руководитель доцент Морозов Р.В.
Кафедра Управления

Фокус-группы в крупных городах и мегаполисах страны фиксирует отчетливый запрос на увеличение внимания региональных властей к социально-экономическим вопросам, которые волнуют граждан. Максим Грушко, заместитель руководителя управления аналитики и исследования Страхового Дома ВСК: «Исследование показало, что у россиян в отношении предстоящего года материальные страхи сочетаются с нематериальными. Не удивительно, что во главе этой пирамиды находятся заботы, связанные с личной финансовой устойчивостью и благополучием. Учитывая уроки пандемии и события текущего года, многие допускают развитие негативных сценариев: высокую инфляцию и рост цен, а также падение уровня доходов. Наиболее финансово грамотные жители нашей страны заранее прорабатывают антикризисные стратегии, позволяющие себя обезопасить: в отношении материальных страхов, формируют финансовую подушку, ищут источники дополнительного заработка, инвестируют в различные продукты, а в отношении нематериальных – пользуются страховыми услугами».

ТОП-5 страхов россиян в предстоящем году. Инфляция и рост цен. Этот страх присущ почти каждому третьему – 29%. В первую очередь, мужчинам (35% против 24% женщин), россиянам от 35 до 44 лет (39%) и респондентам с высшим образованием (38%). Снижение уровня доходов. Этого боятся 27% россиян. Тяжелая болезнь. Опасается за свое здоровье каждый четвертый житель России (27%). В большей степени это характерно для представителей возрастной категории от 35 до 44 лет (40%) и россиян, имеющих постоянную работу (32%). Страх за своих детей, если с ними что-то случится. 25% россиян боятся, что плохие события могут произойти с их детьми. Новая пандемия. Эпидемий боятся 20% опрошенных. Чаще это люди в возрасте от 45 до 54 лет (26%) и нетрудоустроенные россияне (25%).

ПАТРИОТИЧЕСКИЕ НАСТРОЕНИЯ В КУЛЬТУРНОЙ ЖИЗНИ РОССИИ

Дюкарева С.Ю., гр. ТТС-122

Научный руководитель доцент Морозов Р.В.

Кафедра Управления

Современная Россия оказалась в сложной ситуации в связи с тем, что за последние десятилетия многие предыдущие патриотические ценности разрушены. Для молодежи характерно изменение нравственных ценностных ориентиров в сторону прагматизма и индивидуализма, низкий уровень патриотизма, рассматриваемый как необязательный и не престижный элемент культуры, не привлекательность образа патриота, жертвующего собой ради любви к Отечеству, отсутствие четких нравственных и моральных устоев, патриотических и семейных ценностей, осознанной позиции гражданина – патриота, руководства патриотическими чувствами и ценностями в планировании своей жизни. Молодежь не чувствует своей ответственности за Родину, не ощущает свою причастность к происходящему в стране, регионе, городе. Сознание молодого поколения открыто для влияния современных разрушительных информационных факторов. В секторе культуры в России сложилась крайне тяжелая и неприятная ситуация. Казалось бы, сейчас для нашей страны наступило то время, когда нужно сплотиться и всем вместе противостоять внешним врагам. И одну из важных ролей в этом должны сыграть именно артисты. Но, к сожалению, сегодня в большинстве случаев финансируют и продвигают тех артистов и певцов, от которых патриотизмом не веет. Чаще всего у них есть двойное гражданство или же дом за границей. Кроме того, концерты таких личностей якобы в поддержку СВО проводятся за сотни, тысячи километров от линии соприкосновения. Донецк, Луганск? Нет, эти артисты дают концерты только в Москве и Санкт-Петербурге, из-за чего не видно роста патриотических настроений среди молодежи. Кроме того, многие украинские артисты, которые прославились в России, сейчас уехали за границу и говорят про страну самые омерзительные вещи. Страну, которая дала им все – деньги, славу, популярность. А что насчет грантов и проектов по работе с молодежью? Приносят ли они хоть какой-то результат, развивают ли патриотические чувства? Нет, ничего этого нет – все потому, что в таких проектах участвуют люди, у которых нет ни малейшего реального влияния на молодежь. Проблему, очевидно, нужно решать. И один из вариантов, как это сделать – ввести систему, при которой артисты будут заключать контракты с вещателями в обязательном порядке. Возможно, хотя бы из-за рисков потерять свой единственный источник

дохода и полностью выпасть из эфира, артисты станут более лояльнее к своей стране, своей малой Родине.

ИННОВАЦИОННОЕ РАЗВИТИЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ СИСТЕМЫ: РОССИЯ И ГЕРМАНИЯ

Чепёлкина А.Д., гр. ЭГ-121

Научный руководитель преподаватель Усачева А.С.

Кафедра Управления

Инновационное развитие – это процесс перехода экономики, отрасли, предприятия от одного технологического уклада к другому, обновление, модернизация производственных и иных процессов с целью повышения эффективности функционирования и перехода экономики на новую ступень развития. Инновации в образовательной сфере могут помочь преодолеть привычные стереотипы в мышлении, в обучении, они могут придать импульс и вооружить идеями для реформирования образования и поддержать тем самым учащихся в их умении справляться с меняющимися исходными условиями. К стратегическим национальным приоритетам в сфере реализации Программы относятся сбережение народа Российской Федерации российских духовно-нравственных ценностей, культуры и исторической памяти, устойчивое развитие экономики Российской Федерации информационного пространства.

Последние тенденции в образовании 2022 г. В России: цифровизация и цифровая грамотность, микрообучение. Agile и Scrum технологии, геймификация, технологии VR и AR, адаптивное обучение и ориентация на soft skills, изменение роли преподавателя.

В то время как в странах с англосаксонской моделью образования, например, практически не обсуждая, в качестве главного итога образовательного процесса признаются итоги тестов по предметам, и это же считается одним из важнейших индикаторов качества образования, в немецкоязычных странах структурно совершенно иная ситуация. Задачи и цели школы там содержат в себе воспитательные функции, способы передачи знаний, а также так называемые надпредметные или кросс-предметные компетентности (cross-curricular competencies). Эти более комплексные особенности образования довольно сложно подвергаются тестированию. Как одно из следствий такого понимания школы – слабый уровень развития тестов и прочих измерений, а также полярные мнения участников общественных дискуссий по вопросам измерения качества образования. Инновационным при этом является то, что модель знаний меняется на модель компетенций. При этом хорошей школой считается не та школа, где строго соблюдаются учебные планы и программы, а та,

выпускники которой могут полученные знания приложить применительно к большому спектру профессий.

ОРГАНИЗАЦИОННАЯ СТРУКТУРА УПРАВЛЕНИЯ ПРОЕКТАМИ

Буравихина К.К., гр. ЭУ-120

Научный руководитель преподаватель Усачева А.С.

Кафедра Управления

Проект представляет собой совокупность целей, задач и результатов. Организационная структура – это совокупность элементов организации (должностей и структурных подразделений) и связей между ними. Связи между должностями и структурными подразделениями могут быть либо вертикальные (административно-функциональные), по которым протекают административные процессы принятия решений; либо горизонтальные (технологические), по которым протекают процессы выполнения работ. Рассматривают несколько видов организационных структур: «выделенная» организационная структура; управление по проектам; всеобщее управление проектами; «двойственная» организационная структура; сложные организационные структуры.

Объединив некоторые показатели упомянутых выше структур, можно предложить модернизированную структуру – проектно-целевую организационную структуру управления. Проектно-целевая структура возникает в случае, когда вся деятельность организации концентрируется на выполнении определенного проекта, достижении определенной цели.

В данном случае, предлагается структура, в которой заниматься менеджментом проекта, нести ответственность за оперативное управление рабочей группой, а также принимать ключевые решения по управлению рискам, коммуникациями, бюджетом, сроками будет дирекция проекта. В дирекцию могут входить: главный организатор (директор, генеральный продюсер, руководитель, заказчик), исполнительный директор и его заместитель.

Далее, по иерархии вниз, стоит определить зоны ответственности по проекту и закрепить за них ответственных. Это необходимо для делегирования задач дирекцией и успешной согласованной работы. Руководство в отделах осуществляет ответственный. Также в день проекта руководитель не должен иметь каких-либо глобальных задач, он должен быть траблшутингом и таймкипером, оперативно отвечать на вопросы и всегда быть на связи.

Любая структура нуждается в адаптации под какой-либо проект, учитывая ожидаемые задачи и состав организаторов. Эффективность

использования той или иной организационной структуры зависит от содержания проекта.

ФАКТОРЫ РЕГИОНАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ

Максимова К.Д., Юркова А.А., гр. ЭГ-120
Научный руководитель преподаватель Усачева А.С.
Кафедра Управления

Процесс цифровизации становится все более актуальным и находит место во всех сферах жизни человека, поэтому в современных условиях без учета его влияния рассматривать развитие регионов невозможно. Одним из факторов регионального развития является инвестиционная привлекательность региона. В данное понятие входят климатические условия, географическое расположение, трудовые ресурсы и т.п. В данном случае органам регионального управления необходимо влиять на эти факторы так, чтобы в дальнейшем они привели к приумножению притока инвестиций в регион. Привлечь инвестора в регион можно благодаря специальному инвестиционному контракту. Так, впервые это произошло в 2016 году с немецкой компанией «Class» по проекту модернизации завода сельскохозяйственных машин в Краснодаре.

Иным фактором развития региона является образование и наука. Данный фактор способствует созданию новых технологий, которые далее могут быть применены на производстве с целью повышения его эффективности, или же запатентованная идея может получить широкое распространение и принести хорошую выручку, что повысит бюджет и престиж региона. Благодаря цифровизации образовательные курсы, научные конкурсы и выставки получают большую огласку среди молодежи, что в свою очередь повысит шансы найти перспективные кадры, желающие связать свою профессиональную деятельность с данной сферой. Так, с 2019 года на территории нашей страны реализуется национальный проект «Образование», который включает в себя создание современной и безопасной цифровой образовательной среды, обеспечивающей высокое качество и доступность образования всех видов и уровней. Одним из ранних результатов данного проекта можно назвать открытие 110 детских технопарков «Кванториум» в 76 регионах РФ к 2020.

Более того, рассматривая различные факторы развития регионов, необходимо упомянуть о поддержке малого и среднего бизнеса в условиях цифровизации. Это нужно, для того чтобы стимулировать граждан в регионах к созданию собственного бизнеса, что в свою очередь приведет к повышению экономической активности.

Таким образом, в современных условиях формирования экономики прослеживается увеличение использования цифровых технологий, которые влияют на функционирование общества, благодаря чему создаются новые возможности для эффективного развития регионов.

АДАПТАЦИЯ ПЕРСОНАЛА В ОРГАНИЗАЦИИ

Илюхина К.С., гр. ВМАГ-У-221

Научный руководитель доцент Тишутин А.А.

Кафедра Управления

Актуальность данной темы заключается в том, что адаптация новых сотрудников на рабочем месте является необходимым этапом управления персоналом любой организации. Эффективный процесс адаптации новых сотрудников на предприятии имеет высокую степень значимости, как для сотрудников, так и непосредственно для организации. Для сотрудников значимость системы адаптации заключается в том, что эффективная система адаптации способствует получению полной информации, требуемой для эффективной работы; снижению уровня неопределенности и беспокойства; повышению удовлетворенности работой и развитие позитивного отношения к учреждению в целом; освоению основных норм корпоративной культуры и правил поведения; выстраиванию системы взаимодействия с коллегами; получению эффективной обратной связи от наставника и линейного руководителя по итогам испытательного срока и т.д. Значение эффективной системы адаптации для организации заключается в создании механизма оценки профессиональных и управленческих компетенций сотрудника и его потенциала по итогам работы в первые месяцы; выявлении недостатков системы подбора, существующей в учреждении; развитии управленческих компетенций наставников и линейных руководителей; обосновании кадровых решений в отношении как новичка, так и наставников после окончания адаптационного периода; повышении лояльности сотрудника к работодателю.

Важность мероприятий по профориентации и адаптации новых сотрудников в нашей стране, к сожалению, недостаточно серьезно воспринимается кадровыми службами предприятий на протяжении долгого периода, данная ситуация актуальна и на современном этапе. Вопросы адаптации персонала, как правило, оцениваются как менее значимые, по сравнению, например, с вопросами мотивации, контроля и т.д. Такой подход не является правильным, так как отсутствие эффективно сформированной системы адаптации приводит к значительным сложностям в работе организации: высокой текучести кадров, низкой производительности труда сотрудника в период начала работы, низкому уровню лояльности и т.д.

Таким образом, от правильности подбора персонала и эффективности его адаптации в значительной степени зависит эффективность функционирования организации в целом.

СОЗДАНИЕ ПРОДУКТИВНОЙ РАБОЧЕЙ СРЕДЫ КАК СПОСОБ МОТИВАЦИИ СОТРУДНИКОВ

Макеева К.Н., гр. ВМАГ-У-221

Научный руководитель доцент Одинцова О.В.

Кафедра Управления

Для эффективной организации рабочего процесса необходимы комфортные условия труда для сотрудников, поскольку человек на работе проводит большую часть своего времени, именно продуктивная рабочая среда позволяет сократить затраты на рабочее время, улучшить качество работы и тем самым качество продукции, повысить конкурентоспособность, увеличить прибыль, поскольку в комфортных условиях труда сотрудник будет замотивирован на продуктивную работу в организации. Изучением рабочей среды занимались Хиневич К.Д., Носова Д.С., Марьин М.И., Тимофеев А.Ф., Егоршин А.П., Зайцев А.К., Руденко А.М., Задорин И.А., Черных А.В. Особый вклад в изучение мотивации труда внесли такие ученые, как Ф. Тейлор, Э. Мейо, А. Маслоу, Д. Мак-Грегор, К. Альдерфер, Д. Мак-Клелланд, Ф. Херцберг, В. Врум, и многие другие.

Для развития рабочей среды как способа мотивации сотрудников в организации необходим комплекс мероприятий, направленных на улучшение условий труда, повышение профессионального уровня сотрудников, а также их личностное совершенствование. Всего этого можно будет добиться, используя инновационно-сберегающие технологии, методологическое образование. Соблюдение требований и норм по организации рабочей среды обязательно.

Условия труда способны влиять не только на производительность, но и на здоровье и работоспособность человека, удовлетворенность собственной работой. На формирование продуктивной рабочей среды как способа мотивации сотрудников влияет большое количество факторов такие как: экономические, санитарно-гигиенические факторы, эргономические требования, формирование групп людей и лидерство, создание психологического климата в коллективе, психологические особенности каждого сотрудника, выбор управленческих стратегий. Благоприятная рабочая среда способствует положительному отношению сотрудников к своей организации, тем самым они больше замотивированы на продуктивный рабочий день. Создать продуктивную рабочую среду и тем самым замотивировать персонал, он может при помощи различных

технологий и методов. Создание продуктивной рабочей среды способствует мотивации сотрудников в организации, поскольку сотрудники являются самым важным ресурсом, влияющим на конкурентоспособность организации.

ОСОБЕННОСТИ КАДРОВОГО ДОКУМЕНТООБОРОТА

Щербакова А.А., гр. ВМАГ-У-222

Научный руководитель доцент Одинцова О.В.

Кафедра Управления

Грамотно организованный документооборот является одним из важных составляющих для эффективной работы организации. Объектом служит документ, который содержит в себе соответствующую информацию. Документами могут быть электронные файлы, либо бумажные носители.

В любом кадровом документе фиксируются юридически значимые факты, которые отражают права и обязанности работника и работодателя, а также их взаимоотношения. Поэтому правильность заполнения должна быть чрезвычайно серьезной. Работа с кадровыми документами должна проводиться очень внимательно и аккуратно, так как некоторые кадровые документы содержат в себе информацию, обладающую высокой социальной значимостью. Деятельность отдела кадров построена в основном на работе с документами. Специалист по управлению персоналом должен хорошо знать правила обработки и хранения персональных данных, а также все остальные моменты кадрового делопроизводства. В современных условиях некоторые организации перевели все документы в электронный вид. Однако большинство организаций используют смешанный тип ведения документооборота, сочетая в себе бумажный и электронный вид. Если в организации начинает отсутствовать правильная организация и хранение документов, то от этого может пострадать вся деятельность организации в целом. Не стоит забывать своевременно передавать документы в архив или уничтожать.

Введение кадрового документооборота обеспечивает коммуникацию и информирование сотрудников, служит основой для формирования достоверной отчетности. Главной и основной целью в кадровом делопроизводстве является выстроенная стабильно функционирующая система работы с кадровой документацией. Фундаментальной задачей служит правильное оформление взаимоотношений между сотрудником и работодателем на всех этапах формирования документа.

Благодаря эффективной организации кадровых документов трудовые отношения становятся более прозрачными, сотрудники чувствуют

стабильность и защищенность, а для работодателя – это инструмент для эффективного управления процессами.

СУЩНОСТЬ ОРГАНИЗАЦИИ ПОДБОРА ПЕРСОНАЛА В МАРКЕТИНГОВОМ ИНФОРМАЦИОННОМ ЦЕНТРЕ

Шепетуха О.В., гр. ЭУ-118з
Научный руководитель доцент Одинцова О.В.
Кафедра Управления

Подбор персонала в маркетинговом информационном центре занимает ключевую роль в системе управления организацией, поскольку личный состав любой компании – это основная структурная единица, с помощью которой выстраиваются все процессы. Отбор новых сотрудников представляет собой изучение психологических и профессиональных качеств кандидата с целью выявления его пригодности для выполнения поставленных задач компании в целом, отдела или структурного подразделения в частности (с учетом его образования, опыта, навыков, креативных решений).

Большинство вакансий в маркетинговом информационном центре имеют узконаправленные специальности в направление маркетинга: специалист в департамент по развитию экспертизы и реализации проектов, специалист в отдел качественных или количественных исследований, специалист в отдел бренда и медиа, менеджер по обработке данных. Подбор персонала приносит высокий результат, так как в компании составленная собственная модель данного процесса, акцент делается на базовом образовании, рекомендациях и опыте работы в данном направлении. С потенциальными работниками проводится трехэтапное интервью для выявления их профессиональных навыков, мотивации, заинтересованности в компании. Маркетинговый информационный центр ведет тесное взаимодействие с вузами (Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики» и Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова), проводит мастер-классы, участвует в конференциях по маркетингу, организует бесплатные тренинги для молодых специалистов.

Важную роль играют личные рекомендации работающих сотрудников информационно-маркетингового центра, положительно зарекомендовавшие себя в работе. Действующий сотрудник центра может прислать резюме своего знакомого, бывшего коллеги, друга для участия в конкурсе на вакантные должности. В маркетинговом информационном центре такой внутренний источник получил свое название «приведи друга – получи приз».

При организации подбора персонала в компанию важно учитывать ее специфику, ценности, корпоративную культуру. Нужно найти человека, который понимает и разделяет эту важность с другими, станет «своим» человеком в компании. Сплочённая работа руководителей отдела и рекрута является залогом успешного поиска кандидата. Человеческий капитал всегда будет двигать бизнес вперед и понимание основ формирования и накопления такого капитала приведет компанию к успеху.

НЕПРЕРЫВНОЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ ОБУЧЕНИЕ ПЕРСОНАЛА В ОРГАНИЗАЦИИ

Арифуллина Н.Н., гр. ВМАГ-У-221
Научный руководитель доцент Одинцова О.В.
Кафедра Управления

Обучение сотрудников является важной частью роста и успеха организации. Хорошо обученные сотрудники более продуктивно и эффективно выполняют свои обязанности, что позволяет им вносить высокий вклад в развитие своей организации. Поскольку важность эффективного обучения сотрудников очевидна, следующим шагом является выбор правильных методов обучения сотрудников, которые идеально подходят как для вашей организации в целом, так и для отдельных членов команды. До недавнего времени обучение обычно проходило в форме ученичества и личного обучения без отрыва от производства. Пандемия Covid-19 полностью изменила обучение сотрудников, потому что работать в офисе было небезопасно. Обучение проводилось дистанционно, с использованием онлайн-инструментов обучения и видеоконференцсвязи. Смешанное обучение (blended learning) – очные тренинги сочетаются с другими формами работы, электронное обучение (e-learning) – знания передаются с помощью информационных и телекоммуникационных технологий. Некоторыми авторами подразделяется на дистанционное обучение (distance learning) (асинхронная форма изучения учебной дисциплины) и обучение онлайн (online learning) (синхронное дистанционное обучение).

Программы обучения сотрудников предоставляют работникам образование и обучение специальным навыкам, непосредственно связанным с их ролью. Преимущества постоянного обучения сотрудника заключаются в развитии новых навыков и знаний в отношении работы и организации; карьерном росте персонала; продвижении по службе или поощрении от руководства; повышении конкурентоспособности; развитии позитивного отношения сотрудников к своему начальству, коллегам, подчиненным и ко всей организации; помощи сотрудникам хорошо

работать на их нынешних должностях или знакомить их с новейшими концепциями и методами; сведению к минимуму сотрудниками операционных ошибок и обеспечении максимальной уверенности в выполнении работы.

Разработка эффективной программы обучения может быть непростой задачей, особенно учитывая, что сегодняшнее рабочее место развивается так быстро, но в успешной реализации программы обучения есть свои преимущества.

ФОРМИРОВАНИЕ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ В ОРГАНИЗАЦИИ

Исаева Е.В., гр. ВМАГ-У-221

Научный руководитель доцент Одинцова О.В.
Кафедра Управления

Корпоративная культура как социокультурный феномен имеет множество разнообразных проявлений: набор ценностей и вытекающих из них норм, правил поведения, а также других элементов, которые существуют в сознании сотрудников и реализуются в поведении сотрудников. Лояльные и мотивированные профессионально растущие сотрудники работают более продуктивно, вовлеченные – приносят больше дохода компании. При формировании корпоративной культуры важно соблюдение ключевых этапов создания корпоративной культуры:

1. Анализ текущей ситуации. Данный этап выполняет назначенный сотрудник (менеджер отдела управления персоналом или его руководитель) или внешний специалист путем изучения сложившейся корпоративной культуры в компании.

2. Выбор целей корпоративной культуры. По результатам анализа проводится обсуждение с менеджерами отделов и определяется, с чем предстоит работать: вовлеченностью сотрудников, лояльностью к изменениям, появлением новых инструкций, традиций, ценностей.

3. Формирование целей, идей и принципов. Необходимо провести интервью с руководителями подразделений, в ходе которого интервьюируемые должны описать идеальную атмосферу в команде, режим работы, ценности компании. На основе опросов выделяются принципы и цели, которые будут актуальны для каждого сотрудника.

4. Разработка новых корпоративных правил и ценностей. Обновление важных документов компании (стандарты организации, инструкции для работников) с учетом новых правил.

5. Планомерное внедрение. Необходимо довести политику компании до сотрудников путем проведения личных бесед и собрания всех отделов, публикаций статей в корпоративном блоге, email-рассылки.

6. Оценка результата. На данном этапе проводится опрос сотрудников на предмет возможных изменений после внедрения корпоративной культуры, изучаются ключевые показатели эффективности.

Основной целью корпоративной культуры выступает создание идеального пространства для максимально эффективной работы сотрудников.

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ УПРАВЛЕНИЕ ТРУДОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ ПЕРСОНАЛА

Зубкова В.В., гр. ВМАГ-У-222

Научный руководитель доцент Одинцова О.В.

Кафедра Управления

Деятельность трудового коллектива в устойчивом функционировании и развитии организации сложно переоценить. Поскольку, именно от сотрудников компании зависят выполнение поставленных задач, качество выполняемой работы, а так же активность в решении возникающих проблем. В настоящее время в большинстве компаний персонал организации рассматривается как ключевой ресурс в обеспечении успеха организации. В процессе развития теоретических основ стратегического менеджмента, а так же благодаря накопленному опыту в сфере трудовых отношений, в научной практике появился термин «стратегическое управление персоналом». Однако стоит отметить, что на сегодняшний день нет единого мнения относительно формулировки и ключевых понятий, относящихся к этому термину. Кроме того, наблюдается значительное разногласие исследователей во взглядах на сущность стратегического управления персоналом.

Стратегическое управление трудовой деятельностью персонала компании является современным подходом к управлению человеческими ресурсами, который получает всё большее распространение и признание, и поэтому не теряет актуальности, активно исследуется и совершенствуется.

Применение системы стратегического управления кадрами позволяет повысить уровень синергии в организации при выполнении указанных ниже условий: хороший уровень адаптации к внутреннему и внешнему рынку трудовых ресурсов; гибкая структура организации необходимых работ и исполнения служебных функций; гибкая система заработной платы, которая учитывает личный вклад и профессиональный уровень сотрудников; демократическое участие коллектива в обсуждении административных

решений; делегирование прав сверху вниз (наиболее важный и сложный принцип управления кадрами); развитая структура коммуникаций, которая выполняет интегрирующую функцию для всей структуры стратегического управления кадрами.

Создание стратегии управления персоналом означает тщательный анализ сильных и слабых сторон организации, возможностей и угроз (SWOT-анализ) – процесс, обеспечивающий современный подход к управлению человеческими ресурсами.

УПРАВЛЕНИЕ КОМПЕТЕНЦИЯМИ ПЕРСОНАЛА В СОВРЕМЕННЫХ ОРГАНИЗАЦИЯХ

Попова Н.С., гр. ЭУ-121

Научный руководитель доцент Тишутин А.А.

Кафедра Управления

Компетенция – набор навыков и способностей сотрудника, позволяющих ему выполнять определенные действия, которые приводят к эффективному результату организации. Акцент здесь не на наличии умений, а на их реализации и проявлении в реальном организационном процессе. Каждая организация классифицирует компетенции в зависимости от целей, миссии и стратегии развития, но обычно они делятся на профессиональные, корпоративные и управленческие.

Для достижения эффективного результата организации используют такой подход как управление компетенциями – он сосредоточен на определении личностного потенциала сотрудников и направлен на стратегическое развитие, управление карьерой, перспективное обучение и т.д. Рассмотрим состав модели компетенции и управление компетенциями на конкретном примере – на уровне розничных сотрудников международной компании «Адидас».

Данная модель включает следующие уровни: взаимодействие с покупателем (оказание безупречного сервиса, знание продукта и бренда); процессы в магазине (владение процессами работы с товаром, использование интернет-магазина); безупречное исполнение (реализация визуального мерчандайзинга, знание и применение бизнес-показателей); рост и развитие людей (саморазвитие, командное взаимодействие).

Нужно отметить, что модель компетенций делится на два уровня (линейный и старший персонал), что показывает возможность развития компетенций персонала. Управление такой моделью компетенций состоит из подбора персонала, обладающего навыками, удовлетворяющих ожидания организации; адаптации, а именно, формирования необходимых навыков и умений; и, наконец, развития – выявлении зон роста и их

усиление, достижение высокой результативности на текущей позиции и дальнейшее повышение.

Руководствуясь компетентностным подходом управления, организация получает информацию, необходимую для анализа и стратегического планирования, с одной стороны, и качественного развития персонала, с другой, а сотрудники, в свою очередь, осведомлены о целях и ориентирах, стремятся к которым требует от них организация.

ЭЛЕКТРОННЫЕ ИНФОРМАЦИОННЫЕ СИСТЕМЫ В ГОСУДАРСТВЕННОМ И МУНИЦИПАЛЬНОМ УПРАВЛЕНИИ

Петров С.О., гр. ЭГ-119

Научный руководитель старший преподаватель Огурцова Н.С.
Кафедра Управления

Важнейшая характеристика деятельности современного государства – это уровень ее информационно-аналитического обеспечения, оказывающего существенное влияние на все процессы социально-экономического развития общества. Мировой опыт совершенствования государственного управления подтверждает, что информационно-аналитическое обеспечение следует рассматривать как одно из стратегических направлений повышения эффективности деятельности на всех уровнях – государственном, отраслевом, региональном, международном и других. Основу информационного обеспечения системы составляют базы данных, электронные справочники, архивы и гипертекстовые документы, которые в своей совокупности образуют информационный фонд органа законодательной власти. Его предназначение – создавать такие условия, когда необходимая руководству, парламентариям, сотрудникам аппарата информация может быть оперативно найдена, проанализирована, оценена и представлена в удобном виде. Главные принципы построения подобных ИКС – открытость, простота управления и администрирования, модульность, защищенность, – позволяют достичь необходимой надежности функционирования при оптимальном соотношении таких параметров, как стоимость, производительность и возможности эволюционного развития.

Создание подобных систем должно базироваться на концептуально единой интегрированной системной архитектуре программно-технических средств с широкими функциональными возможностями и предполагает использование общепринятых стандартов. Действительно, информация необходимая для выработки и реализации, адекватных политико-управленческих решений, порой бывает рассредоточена по множеству информационных фондов и баз данных. В частности, она может быть

получена из систем оборонных, правоохранительных, других министерств и ведомств, региональных информационных фондов, информационных банков предприятий и организаций различных форм собственности, независимых аналитических центров, информационных агентств и т.д.

Однако информационное взаимодействие государственных органов затруднено как в методическом, так и в организационном отношении. Даже знание о наличии необходимой информации не гарантирует ее получения, ибо отношения между источниками и потребителями информации в целом не регламентированы.

УПРАВЛЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТЬЮ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ТРУДОВЫХ РЕСУРСОВ

Хвастунова О.А., гр. ЭУ-119

Научный руководитель старший преподаватель Огурцова Н.С.
Кафедра Управления

Особенно актуальной в настоящий момент является проблема обеспечения предприятий высокопрофессиональными трудовыми ресурсами. Это обусловлено не только естественными причинами, которые вызваны миграцией и старением работников, но и возрастающими требованиями, предъявляемыми рынком к качеству производимой продукции, работ, услуг. Отсутствие квалифицированных рабочих, специалистов и менеджеров ведет к ухудшению экономического положения предприятия, потере конкурентоспособности продукции и предприятий в целом.

Низкая эффективность использования трудовых ресурсов является одной из основных нерешенных проблем управления ими. Показателями оценки эффективности использования труда являются уровень и темпы роста производительности труда, уровень и темпы роста среднемесячной заработной платы работников, соотношение темпов роста производительности труда и заработной платы. Сложившийся в большинстве отраслей промышленности низкий уровень оплаты труда приводит, в первую очередь, к оттоку высококвалифицированных работников и не обеспечивает рационального использования трудовых ресурсов. В связи с сокращением прироста трудовых ресурсов и проявлением других демографических факторов проблема использования труда становится еще более значимой.

В предметной терминологии и методологии при научном анализе данного ресурса, представленного в публикациях по теории организации труда в различных отраслях, используются понятия «человеческий капитал» и «человеческие ресурсы». Основатели теории человеческого

капитала Г. Беккер и Т Шульц первыми обосновали «производительную природу» инвестиций в человека, обеспечивающих длительный и существенный эффект. Создание и развитие человеческого капитала Т. Шульц связывал с инвестициями в обучение, преобразующимися в «производственно-необходимый» запас навыков и знаний работника и способствующими повышению удовлетворенности работника содержанием или оплатой труда.

Основой развития экономики является непрерывное углубление и совершенствование разделения труда. Именно разделение труда в единстве с процессами кооперирования и специализации производства и означает развитие экономики от низших форм к высшим.

КОРПОРАТИВНАЯ КУЛЬТУРА КАК ФАКТОР ЭФФЕКТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ СОВРЕМЕННЫМ ПРЕДПРИЯТИЕМ

Вымениц М.А., гр. ЭУ-118з

Научный руководитель старший преподаватель Огурцова Н.С.

Кафедра Управления

В России в период развитого социализма существовала культура производства и культура обслуживания в сфере торговли и услуг, которые возникли не в один день, а формировались на протяжении десятилетий, вобрав в себя опыт нескольких трудовых поколений. Такие типично советские реалии как доски почета передовиков труда, переходящие знамена (вымпелы), почетные грамоты и т.п. являлись предвестниками ряда традиционных элементов корпоративной культуры, которые широко используются многими западными компаниями сейчас. К сожалению, от богатого опыта отказались так же легко, как и от социалистических форм ведения хозяйства.

Как и большинство других понятий организационно-управленческих дисциплин, концепция корпоративной культуры не имеет единственного «верного» определения. Возможны лишь разнообразные функциональные описания культурной области, которые всякий раз формулируются в зависимости от конкретных целей исследования, но целостного, сущностного определения культуры, получившего общепризнанное распространение, нет. Каждый из авторов стремится дать свое собственное определение этому понятию. Имеются как очень узкие, так и очень широкие толкования того, что же представляет собой культура организации. Корпоративная культура – это набор наиболее важных предположений, принимаемых членами организации и получающих выражение в заявляемых организацией ценностях, задающих людям ориентиры их

поведения и действий. Эти ценностные ориентации передаются членам коллектива через «символические» средства духовного и материального внутриорганизационного окружения.

Влияние культуры на принятие решений осуществляется через разделяемые верования и ценности, формирующие у членов организации устойчивый набор базовых предположений и предпочтений. Так как корпоративная культура может способствовать сведению к минимуму разногласий, то процесс принятия решений становится более эффективным. Можно сказать, что корпоративная культура и корпоративный дух – это своего рода цемент, скрепляющий организацию, залог ее стабильности и эффективности функционирования.

УПРАВЛЕНИЕ ИНФРАСТРУКТУРОЙ МУНИЦИПАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

Зацепина Е.М., гр. ЭГ-119

Научный руководитель доцент Губачев Н.Н.

Кафедра Управления

Прежде всего следует рассмотреть определение «инфраструктура муниципального образования», под ней понимается совокупность систем, служб, сооружений и зданий, обеспечивающих жизнедеятельность населения и функционирования отраслей хозяйства муниципального образования. Если говорить об основных составляющих инфраструктуры муниципальных образований, то можно выделить: жилищно-коммунальный комплекс; общегородское коммунальное хозяйство и транспортный комплекс; градообслуживающую сферу; комплекс общественной безопасности; инфраструктуру потребительского рынка; строительный комплекс; систему информатизации и связи; социальную инфраструктуру.

Существуют следующие функции инфраструктуры муниципальных образований: социальная функция – создание условий для жизнедеятельности населения, удовлетворения его культурных, духовных, образовательных и других потребностей, роста человеческого капитала, уровня и качества жизни в муниципальном образовании; экономическая функция – создание условий для эффективного развития производства на территории муниципального образования, ускорения оборота капитала; интегрирующая функция – создание условий для включения предприятий, расположенных на территории муниципальных образований, в единый хозяйственный оборот, повышения эффективности труда, возможности выхода на региональный, межрегиональный и внешние рынки; коммуникационная функция – формирование условий, обеспечивающих

эффективную взаимосвязь производственных предприятий с обслуживаемыми их объектами инфраструктуры; воспроизводственная функция – создание условий для качественного воспроизводства населения, инновационного развития экономики; управленческая функция – обеспечивает управленческое воздействие на все аспекты жизнедеятельности муниципального образования.

Можно сказать, что управленческая функция является одной из самых важных, которая вырабатывает внутренний правопорядок для успешного взаимодействия между государством, органами местного самоуправления и гражданским обществом, поскольку именно она предполагает осуществление надзора и контроля в соответствии с действующим законодательством, формирование комфортных условий для проживания и работы жителей населённых пунктов.

Таким образом, именно эффективное функционирование инфраструктурного комплекса обеспечивает развитие экономики, повышение уровня и качества жизни населения.

ВАЖНОСТЬ РАЗРАБОТКИ СОЦИАЛЬНОЙ СТРАТЕГИИ В РАМКАХ КОНЦЕПЦИИ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ БИЗНЕСА

Уланова М.М., гр. ЭУ-121

Научный руководитель старший преподаватель Горский А.А.

Кафедра Управления

В условиях повышенной неопределенности острее возрастает необходимость в надежных партнерах. В настоящее время крупные компании для подтверждения своего статуса «надежного партнера» стремятся попасть в рейтинги и рэнкинги, формируемые на основании нефинансовой отчетности компаний (анализируются готовые отчеты о деятельности компаний, отражающие результаты и эффекты реализованных мероприятий). В современном виде ESG-принципы впервые сформулировал бывший генеральный секретарь ООН Кофи Аннан в 1992 году. Он предложил управляющим крупных мировых компаний включить эти принципы в свои стратегии, в первую очередь для борьбы с изменением климата. На практике внедрение ESG-принципов работает следующим образом. Environment. Экологическая составляющая определяет то, насколько компания заботится об окружающей среде и как пытается сократить наносимый природе ущерб. Например, бренд одежды Levi's запустил программу WaterLess по сокращению использования воды при изготовлении джинсов. На создание одной пары уходит около 3000 литров воды, а с момента внедрения этой инициативы бренду удалось сэкономить 4,2 млрд литров воды, что больше объема озера Байкал. Social. Социальный

принцип показывает отношение бренда не только к персоналу, но и к партнерам, конечным потребителям. Чтобы соответствовать ESG-стандартам, компания должна следить за условиями труда, социальной повесткой и заниматься благотворительностью. Например, компания Zara ежегодно выпускает коллекцию женской одежды с принтами, созданными из рисунков детей с ограниченными возможностями, привлекая внимание общества к проблеме и направляя часть выручки компании в благотворительный фонд «Обнаженные сердца». Government. Управленческая составляющая включает в себя антикоррупционную политику, обстановку в офисах компании, прозрачность всей отчетности.

На ежегодном съезде Российского союза промышленников и предпринимателей 16 марта 2023 г. Президентом РФ В.В. Путиным было отмечено, что ответственный бизнес «не отделяет себя от населенного пункта, региона, а активно участвует в их развитии, вместе с государством вкладывается в систему образования, здравоохранение», «создает комфортные условия для работы и инвестирует в развитие навыков специалистов, уделяет особое внимание их семьям». Также В.В. Путин обозначил необходимость введения для крупных предприятий новой формы нефинансовой отчетности, отражающей то, что компания сделала для общества, для конкретного субъекта.

МАРКЕТИНГ ПЕРСОНАЛА В СТРАТЕГИЧЕСКОМ УПРАВЛЕНИИ ЧЕЛОВЕЧЕСКИХ РЕСУРСОВ

Денисов Ю.Г., гр. ВМАГ-У-222
Научный руководитель доцент Титов В.Н.
Кафедра Управления

Маркетинг персонала – это способ мышления и действий, с помощью которого новые сотрудники должны привлекаться в долгосрочной перспективе, систематически и на основе достоверной информации. Маркетинг персонала направлен на то, чтобы управление человеческими ресурсами было заметно и привлекательно на рынке для потенциальных квалифицированных рабочих с помощью целевых мер.

В основе всей деятельности по управлению персоналом лежат интересы и потребности нынешних и будущих сотрудников, которые понимаются и рассматриваются как клиенты управления персоналом.

Маркетинг персонала в стратегическом управлении следует понимать, как систематическую концепцию и программу по подбору персонала и мотивации сотрудников. Можно выделить внутренний и внешний маркетинг персонала. Внутренний маркетинг персонала включает в себя все виды деятельности, связанные с сотрудниками, уже работающими

в компании, с целью поддержания или повышения их приверженности, мотивации и эффективности. Внешний маркетинг персонала ориентирован на потенциальных клиентов и кандидатов, то есть потенциальных, возможно, будущих сотрудников. Маркетинг персонала выполняет три функции: функция привлечения – внешние кандидаты заинтересованы в компании и должности, на которую они претендуют; функция мотивации – вдохновить сотрудников, которые уже работают в компании; функция профилирования – компания четко и дифференцируемо позиционирует себя по своим особенностям для потенциальных и существующих сотрудников. Основная задача по формированию маркетинга персонала – вызвать интерес кандидата к рабочему месту в компании.

4 этапа внедрения стратегии управления персоналом на предприятии: формирование стратегии управления персоналом; выстраивание взаимосвязи управления с общей стратегией; определение лиц-участников стратегии управления персоналом; реализация стратегии управления персоналом. Стратегический маркетинг персонала основывается на конкретных ожиданиях сотрудников и не пытается сделать компанию одинаково привлекательной для всех, он ориентируется на выстраивание индивидуального подхода к каждому. Формирование имиджа компании позволяет разработать стратегию маркетинга персонала, и определить те качественные характеристики, которые делают компанию привлекательной для соискателей.

УПРАВЛЕНИЕ АДАПТАЦИЕЙ МОЛОДЫХ СПЕЦИАЛИСТОВ В ОРГАНИЗАЦИИ

Арифуллин Р.Х., гр. ВМАГ-У-221

Научный руководитель доцент Попел А.Е.

Кафедра Управления

Адаптация как процесс активного приспособления человека к новой среде, знакомство с деятельностью организации, особенностями производственной или коммерческой деятельности, включение в коммуникационные сети внутри команды, знакомство с корпоративной культурой приводит к изменению собственного поведения в соответствии с требованиями новой окружающей среда. Адаптацию можно оптимизировать с помощью корпоративного обучения, которое начинается с подробного рассказа о компании, корпоративной этике, организации предприятия и его достижениях. Корпоративные книги, если они есть в компании, также облегчают период адаптации. Профессиональная адаптация практически всегда сопровождается социальной, поскольку необходимо адаптироваться к новой профессии, к другим специалистам, с

которыми нужно будет работать, к руководству, а также принять устоявшийся трудовой уклад. Любая организация заинтересована в быстро обучающемся и продуктивном сотруднике, важно, чтобы процесс адаптации был удачным, и были выбраны подходящие методы, а главное, чтобы они грамотно использовались. Компетентный руководитель знает, что от его одобрения или выговора будет зависеть судьба не только одного сотрудника, но и всей компании в целом.

При правильном «преподавании» наставника, процесс вливания в деятельность происходит в кратчайшие сроки и предотвращает такое неприятное явление, как текучесть кадров.

Адаптация сотрудника позволяет установить гармоничные отношения в коллективе; раскрыть весь потенциал сотрудника; занять сотруднику удобное место в иерархической системе компании; увеличить возможность развития специалиста в профессиональной области; получить сплоченную и ответственную команду; значительно повысить производительность труда; повысить ответственность сотрудников и пунктуальность, а также для решения многих других проблем.

Процесс бывает стрессовый, и задача руководителя – с одной стороны, сделать ситуацию для новичка более комфортной, а с другой – дать ему возможность адаптироваться и проявить себя, успешно выполняя задачи и реализуя проекты.

ФАКТОРЫ УПРАВЛЕНИЯ ИННОВАЦИОННЫМИ ТЕХНОЛОГИЯМИ

Кадыров А.И., гр. ЭУ-121
Научный руководитель ассистент Левченко П.А.
Кафедра Управления

В настоящее время производители стараются внедрить всё больше инновационных технологий в свою организацию. Цель данного введения обосновывается тем, что каждый владелец компании желает получить большую прибыль, затратив на производство меньше усилий. В связи с данной тенденцией возникает вопрос управления инновационными технологиями. Инновационные технологии – это совокупность методов и средств, способствующих в продвижении инновационной деятельности в организации, реализации нововведений. Внедрение новых процессов производства или методов управления в организации влечет за собой изменения, и как один из возможных исходов повышение эффективности работы предприятия.

Факторы, влияющие на управление инновационными технологиями, можно разделить на внешние и внутренние. К внешним факторам относятся:

развитость инновационной инфраструктуры общества, конкуренция на рынке, общая экономическая развитость страны и государственная инновационная политика. Решающим фактором, оказывающим наибольшее влияние на управление инновационными технологиями, в данной группе можно считать – развитость инновационной структуры общества. К внутренним факторам относятся: научно-технический потенциал предприятия, внутренние финансовые возможности, кадровый потенциал и информационная целостность организации. В данной группе факторов можно выделить научно-технический потенциал как определяющий фактор. Возможность развивать имеющиеся и внедренные технологии дает старт дальнейшему непрерывному развитию организации. Так, влияние внешних и внутренних факторов можно проследить на примере российской компании «Микрон» по производству чипов и микросхем. В связи с невозможностью использования иностранных компонентов в производстве транспортных карт «Тройка» из-за политической ситуации в стране, что относится к внешним факторам, производителю пришлось искать аналогии среди отечественных ресурсов. Итоговый продукт, разработанный отечественной компанией, требует тестов, поэтому 23 марта 2022 года в обращение было отдано 1000 экземпляров «Тройки» с российскими чипами. Благодаря развитому научно-техническому потенциалу организации, потребитель может беспрепятственно использовать транспортные карты в настоящее время.

БЮДЖЕТНОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ В КОММЕРЧЕСКОМ БАНКЕ

Панов А.В., гр. ВМАГ-Э-222

Научный руководитель доцент Зернова Л.Е.

Кафедра Финансов и бизнес-аналитики

В современных условиях жестких экономических санкций при неопределенной ситуации на валютном и фондовом рынках, сокращении доходности и уменьшении процентной маржи большое значение приобретает использование источников интенсивного роста для коммерческого банка.

Актуальность проблемы и недостаточная степень исследования процессов внедрения и функционирования бюджетирования в коммерческом банке, и в первую очередь использование бюджетирования для внутрибанковского управления ресурсами, повышение эффективности деятельности коммерческого банка за счет использования внутренних источников требуют пристального изучения и внедрения соответствующих инструментов. При этом традиционное понимание бюджетирования (как процесса разработки и выполнения бюджета доходов и расходов) следует

дополнить включением в его систему полномочий и ответственности подразделений банка, их финансовой ответственностью и самостоятельностью, возможностью отнесения на подразделения полученных доходов и понесенных затрат, а также схемами взаимодействия с другими центрами финансовой ответственности по перераспределению общепанковских ресурсов.

Бюджетирование, на наш взгляд, невозможно без выделения центров ответственности, хозяйствующих на принципах самофинансирования и внутрихозяйственного расчета между ними. При внедрении бюджетирования и выделении центров ответственности в коммерческом банке существует ряд характерных особенностей. Связано это с тем, что в отличие от всей кредитной организации департаменты, отделы, секторы имеют весьма ограниченную оперативно-хозяйственную самостоятельность, не обладают правом юридического лица, не всегда вступают в прямые отношения с другими банками и клиентами.

Поэтому на первоначальном этапе внедрения бюджетирования целесообразно выделить только центры доходов и центры затрат. При этом подразделения могут получать как реальную, так и условную прибыль, но все равно будут являться центрами доходов и затрат. Их деление осуществляется по критерию получения внешнего дохода, который будет формировать финансовый результат банка (центры доходов) и подразделения, обеспечивающие деятельность банка и привлекающие ресурсы (центры затрат).

АНАЛИЗ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ ПАО «СБЕРБАНК»

Мамеко Н.С., гр. ЭЭФ-119
Научный руководитель доцент Квач Н.М.
Кафедра Финансов и бизнес-аналитики

Инвестиционная привлекательность коммерческого банка представляет собой совокупность факторов, отражающих его финансовое состояние и работу менеджмента. Оценка инвестиционной привлекательности банка осуществляется путем анализа финансового состояния на основе расчета финансовых показателей.

Анализ инвестиционной привлекательности публичного акционерного общества «Сбербанк» показал, что компания продолжает развиваться в непростых экономических условиях, делая упор не только на свой основной бизнес.

Финансовая система Российской Федерации динамично развивается, активно создаются электронные платформы и экосистемы, предлагающие

клиентам и традиционные финансовые продукты, и услуги, и нефинансовые сервисы. ПАО «Сбербанк» не является исключением, сегодня это не просто банк – это экосистема, включающая в себя множество разнообразных сервисов: СберМаркет, СберПрайм, СберЗдоровье, Сбер ЕАптека, СберМегаМаркет и некоторые другие.

Отчетность, представленная банком за 2022 год, позволяет сделать вывод, что банк достаточно инвестиционно привлекателен, хоть прибыль и упала почти в 20 раз, тем не менее банк рассматривает вопрос о выплате дивидендов своим акционерам. Сам факт о раскрытии информации дает рынку уверенность в финансовом положении банка.

Прогнозы «Сбербанка» на 2023 год, вполне оптимистичные. Аналитики ожидают, что чистая маржа в среднем составит 5,3-5,5%, рост чистых комиссионных доходов без учета конверсионных операций превысит 10%. Стоимость риска (COR) оценивается в 100-130 б.п., а рентабельность капитала составит около 20%.

Все нормативные показатели банка соблюдены, причем с большим запасом, из чего следует, что банк финансово устойчив, норматив достаточности капитала находится на достаточно высоком уровне.

Все это говорит о том, что банк показал себя крайне устойчивым в условиях санкций и непростой экономической ситуации, а его ценные бумаги по-прежнему остаются лучшим вариантом для среднесрочного инвестирования в банковском секторе.

ВОЗМОЖНОСТИ КОБЕЙДЖИНГОВОЙ КАРТЫ «МИР» – UNION PAY

Швецова Е.Э., гр. ВМАГ-Э-222
Научный руководитель доцент Зернова Л.Е.
Кафедра Финансов и бизнес-аналитики

В результате ограничения работы зарубежных платежных систем Visa и MasterCard с российскими банковскими картами, кредитные организации Российской Федерации стали активно прорабатывать выпуск альтернативных кобейдженговых карт, которые могут обслуживаться совместно двумя партнерскими платежными системами.

В связи с этим, разработанные ведущими российскими банками новые карты «МИР» – UnionPay основаны на взаимодействии двух платежных систем:

Российской системы платежных карт «Мир»;
Китайской национальной платежной системы UnionPay.

Таким образом, вышеуказанная кобейдженговая карта в России работает как карта «МИР», а за рубежом операции осуществляются через

китайскую платформу UnionPay International, которая поддерживает работу в 180 государствах по всему миру, включая Египет, ОАЭ, Таиланд, Китай и Японию.

Держатели банковского продукта «МИР» – UnionPay могут свободно расплачиваться в магазинах, кафе, предприятиях сферы услуг, оформлять покупки через интернет, снимать или вносить через нее средства в банкоматах, переводить деньги между счетами.

На сегодняшний день оформить карту можно в следующих банковских учреждениях: «Россельхозбанк», «Газпромбанк», «Банк Русский Стандарт», «Почта Банк», «Банк Санкт-Петербург», «Банк Зенит» «Солидарность», «ВБРР», «Примсоцбанк». Карты «Мир» – UnionPay предполагают бессрочный период действия, а также разнообразный набор скидок и акций. Условия обслуживания зависят от выбранного типа карты.

После ввода санкций в отношении российской банковской системы о выпуске таких карт заговорили и лидеры отрасли. В скором времени такие кредитные организации как «Альфа-банк», «Сбер», «Тинькофф» планируют начать выпуск «МИР» – UnionPay.

Кобейджинговая карта «Мир» – UnionPay, станет выгодным приобретением для туристов. Она позволит обойти ограничения на вывоз иностранной валюты через границу России, снимать наличные в других странах, выполнять оплату в торговых точках и зарубежных интернет-магазинах.

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ РЕЙТИНГОВ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ В ФИНАНСОВОМ СЕКТОРЕ

Кудрявцева В.А., гр. ЭЭ-119

Научный руководитель старший преподаватель Андросова И.В.

Кафедра Финансов и бизнес-аналитики

В настоящий время большой интерес уделяется деятельности компаний в области устойчивого развития, поэтому появляются различные рейтинги с оценкой деятельности компаний в этой области.

В РФ существует несколько рейтингов, оценивающих компании финансового сектора и публикующих в свободном доступе свои результаты, к ним относятся: РБК и рейтинговое агентство НКР, Российский союз промышленников и предпринимателей (РСПП), RAEX-Europe, Expert.

Отличительной особенностью методологии рейтинга РБК и рейтингового агентства НКР является то, что ранжирование проводится на основе данных, полученных в опросе, пройденным самими компаниями, не проводя дополнительной верификации. Все остальные компании

основываются на данных нефинансовых отчетов организаций. Особенностью методологии рейтинга РСПП является использование многоуровневой проверки данных при расчете индексов, связанных с устойчивым развитием. Методология оценки устойчивого развития RAEX-Europe, в свою очередь, представляет собой прежде всего оценку рисков компании в сфере экологической и социальной повестки. Компания Expert при формировании рейтинга компаний устойчивого развития равномерно распределяет вес между четырьмя блоками, а не тремя привычными для устойчивого развития. Четвертым блоком компания выделяют общую оценку устойчивого развития.

Общее у всех рейтингов является то, что они показывают, какие компании занимаются внедрением стандартов устойчивого развития. В остальном нельзя сравнивать показатели рэнкингов, так как все они используют разные методы и основы для своего составления, хотя и преследуют одну цель.

В данный момент в России только формируется нормативно-правовая база для оценки достижения целей устойчивого развития компаний. Нет четких требований и норм для рейтингов устойчивого развития, компании чаще всего ориентируются на международные стандарты нефинансовой отчетности. Это приводит к тому, что компания может занимать диаметрально разные места. По мнению автора, рейтингам не хватает количественных показателей. Каждый рейтинг имеет положительные и отрицательные стороны и нельзя выделить единственно верный.

СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ РЫНКА АВТОДИЛЕРОВ РОССИИ В УСЛОВИЯХ САНКЦИЙ

Третьяков Е.А., гр. ЭЭ-122

Научный руководитель доцент Ветрова Е.А.

Кафедра Финансов и бизнес-аналитики

Санкции оказали большое влияние на Россию, в том числе и на автоиндустрию, по состоянию на 01.10.22 они достигали 21.977, в свою очередь это привело к многочисленным изменениям. К концу 2022 года из 60 автобрендов осталось всего 14, из них 3 отечественные (LADA, ГАЗ, УАЗ), а остальные 11 китайский автопром (Chery, Exeed, Geely, Haval и т.д.).

Статистика продаж Китайских машин в России показывает, что это единственный показатель в 2022 году, который не упал, а наоборот вырос. Объём проданных Китайских машин в прошлом году составил 120000 единиц и это новый рекорд российского рынка. Такие европейские автобренды как Volkswagen, Skoda, BMW, Mercedes-Benz, Porsche и Audi, а

так же японские марки Toyota, Lexus, Mazda, Subaru и Mitsubishi отказались поставлять машины в РФ. Кроме этого, из России ушли компании Dodge, Ferrari, Aston Martin, Bugatti, Lamborghini, Infiniti, Rolls-Royce, Jaguar, Land Rover, Ford, Renault, Nissan, Cadillac и Chevrolet.

В 2012 году Россия занимала седьмое место в мире по продажам новых авто (2.9 млн.), в 2021 году Россия опустилась на 11 место (1.68 млн.), а в 2022 году Россия откатилась на 18 место (687 тыс.), вернувшись к уровню продаж машин которые были 20 лет назад, даже продажи с рук упали до 353 тысяч.

Продажи машин из недружественных стран тоже упали из-за дефицита, например производитель Kia показывает, что оборот продаж упал до 1500 авто в месяц, хотя до ввода санкций было 15-20 тысяч в месяц. Так же Hyundai обвалились по продажам в 60-70 раз, а Skoda, VW и Mazda обвалились в 20-25 раз.

Прогнозы в 2023 говорят о том, что на рынке машин будет дефицит в 1 млн. авто, таким образом средняя цена будет начинаться от 2,3 млн. рублей.

Восстановление рынка до докризисных показателей ожидается к 2028-2029 годам, при таких же темпах роста, хотя возможно, для этого понадобится ещё больше времени. Основания для этого очевидные - низкий покупательский спрос и отсутствие поставок европейских автомобилей. В 2023 доступность автомобилей будут обеспечивать китайские бренды и параллельный импорт, который не дает больших объемов продаж, а также отечественные производители.

АНАЛИЗ АКТИВНЫХ И ПАССИВНЫХ ОПЕРАЦИЙ ПАО «СБЕРБАНК»

Мамеко Н.С., гр. ЭЭФ-119
Научный руководитель доцент Квач Н.М.
Кафедра Финансов и бизнес-аналитики

Активные операции банка – это операции, связанные с размещением привлеченных банком средств. К активным операциям банка относятся: предоставление кредитов и займов, расчетные операции с клиентами, реальные инвестиции, инвестиции финансового характера, агентские услуги. Пассивные операции – это операции по формированию ресурсов, связанные с привлечением средств в банк.

ПАО «Сбербанк» – современный универсальный банк, входящий в число крупнейших российских коммерческих банков России и стран СНГ.

В 2022 году банк нарастил капитал на 3% до 5,8 трлн. руб. Количество его активных клиентов-физических лиц составило 106,7 млн. человек, а количество активных корпоративных клиентов превысило 3 млн.

Если рассматривать активные операции ПАО «Сбербанк», то главным драйвером их роста является выдача ипотечных кредитов (более чем на 20%), это привело к увеличению объема кредитного портфеля банка на 12,9% в 2022 году. Рост ипотечных кредитов ускорился из-за программ господдержки. Корпоративный кредитный портфель вырос на 12,4% – до 18,8 млн. руб. По данным банка, качество его кредитного портфеля остается стабильным несмотря на проблемы в экономике.

По словам руководителя банка Германа Грефа «2022 год стал сложнейшим годом для банковского сектора». В связи с этим банк запустил программу антикризисных мер, введя меры строжайшей экономии и создав резервы по кредитному портфелю и заблокированным активам. Активная работа банка в этом направлении позволила заработать «Сберу» в 2022 году 300,2 млрд. рублей чистой прибыли, хотя этот на 75,7% ниже аналогичного показателя 2021 года. Банк отчитался о росте чистых процентных доходов и чистых комиссионных доходов. Процентный доход вырос благодаря росту объемов работающих активов и нормализации ставок привлечения.

По итогам работы за первый месяц 2023 года, по мнению руководства банка, отмечены продолжающиеся положительные тренды, возникшие в конце прошлого года. Аналитики считают, что благодаря своей сбалансированной политики чистая прибыль Сбербанка может по итогам 2023 года составить 1,1-1,2 трлн. руб., т.е. вернуться на уровень показателя 2021 года.

РАЗВИТИЕ КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЙ В РОССИИ

Гладков А.П., гр. МАГ-Э-422

Научный руководитель доцент Генералова А.В.

Кафедра Финансов и бизнес-аналитики

Креативные индустрии представляют собой особый сектор экономики, среди основных характеристик которого выделяют: большой объём существующих знаний и необходимость генерации новых, высокая творческая составляющая труда и значимость новых технологий и открытий. К креативным индустриям относятся в том числе и те, которые основываются на искусстве или использовании историко-культурного наследия, современные медиа и производство цифрового контента, прикладные индустрии.

В 2021 году была поставлена задача сформировать план мероприятий по реализации «Концепции развития творческих (креативных) индустрий и

механизмов осуществления их господдержки в крупных и крупнейших городских агломерациях до 2030 г.»).

Под «творческими (креативными) индустриями» в данной Концепции подразумевают ядро креативной экономики – сферы деятельности, в которых компании, организации, объединения и индивидуальные предприниматели в процессе творческой и культурной активности, распоряжения интеллектуальной собственностью производят товары и услуги, обладающие экономической ценностью, в том числе обеспечивающие формирование гармонично развитой личности и рост качества жизни российского общества.

Известно, что законодательное оформление института креативных индустрий планировалось произвести во втором квартале 2022 года, однако в мае процесс внесения поправок в закон был отложен на два года.

По последним подсчётам специалистов Высшей школы экономики, насчитывается более 4,9 миллионов работников этой сферы, что составляет 6,8% всех занятых. По данным Агентства стратегических инициатив, почти 748 тысяч организаций ведут деятельность в креативных индустриях, при этом ежегодная выручка составляет более 10,7 триллионов рублей, или 4,21% от суммарной выручки всех организаций страны.

Общий вклад таких индустрий в экономику России составил 4,98% ВВП, или более 5,3 триллионов рублей. Уже к 2035 году, согласно прогнозам Центра стратегических разработок, этот показатель планируют увеличить до 10%. Среди регионов первую позицию по вкладу в ВРП заняла Москва с результатом 18,5%. Следом в рейтинге располагается Санкт-Петербург – 12,6%, тройку лидеров замыкает Тюменская область – 8,9%.

ПОВЫШЕНИЕ ФИНАНСОВОЙ ГРАМОТНОСТИ КЛИЕНТОВ КОММЕРЧЕСКИХ БАНКОВ

Панова Е.А., гр. ВМАГ-Э-222

Научный руководитель доцент Зернова Л.Е.

Кафедра Финансов и бизнес-аналитики

В последнее десятилетие в РФ обозначился тренд к повышению общего уровня знаний в области финансов у населения. Одними из участников данного процесса выступают коммерческие банки как институты финансовой системы, обязанные по распоряжению ЦБ РФ и правительства РФ проводить просветительскую деятельность среди населения, рассказывая не только о собственных продуктах, но и об общих экономических явлениях и отдельных банковских услугах, доступных на текущий момент. Процесс повышения финансовой грамотности населения становится одним из факторов, который влияет на ее формирование.

Результаты исследований показывают необходимость государственного участия в процессе финансового образования населения. На сегодняшний момент в Российской Федерации принят проект повышения финансовой грамотности населения – Национальная стратегия повышения финансовой грамотности. В рамках данной стратегии обозначены основные проблемы, решение которых стоит перед государством и общественными институтами.

Повышение финансовой грамотности напрямую влияет на «черный ящик» сознания клиента банка. Это обусловлено улучшением личностных характеристик клиента, а также упрощением принятия им решения по выбору продуктов или услуг. В результате финансово грамотный клиент нацелен на максимальное использование действующих продуктов из продуктовой линейки банка и, одновременно, более лоялен к инновационным банковским продуктам.

Отметим, что целевой аудиторией в рамках повышения финансовой грамотности выступает население, по каким-то причинам не использующее активно банковские продукты. Соответственно, проведя обучение данной категории клиентов, коммерческий банк выходит на ранее не охваченный рынок, на котором межбанковская конкуренция ниже, чем на рынке действующих активных клиентов.

В долгосрочной перспективе банк получает возможность укрепления бренда на рынке, формирование целевой аудитории, лояльно настроенной на инновационные банковские продукты, снижение своих финансовых потерь от мошенничества, направленного на своих клиентов, а также снижение издержек от операционной деятельности (например, повышение доли пользователей системы ДБО закономерно влечет за собой снижение количества офисов и сопутствующих им расходов).

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ОЦЕНКА СТАРТАПА ПО ПОДБОРУ КАПСУЛЬНОГО ГАРДЕРОБА ДЛЯ ЖЕНЩИН

Аверьянова А.С., Борисова М.Д., Бородинова М.И., Мальцева В.С., гр. ЭЭ-121

Научный руководитель доцент Симонова В.А.
Кафедра Финансов и бизнес-аналитики

В результате проведенного нами исследования, где было опрошено более ста девушек и женщин в возрасте от 19 до 45 лет, было выяснено, что женщина тратит на подбор одежды около семи дней в сезон, при этом зачастую такой подбор не идеален, вещи не сочетаются по цветовой гамме, стилю и между собой. Тенденцией последних лет стало появление новых услуг в помощь деловым женщинам, таких, как подбор готового

капсульного гардероба, который упростит повседневную рутину женщин и высвободит время, которое она могла бы посвятить своей карьере, семье, здоровью.

Целевой аудиторией подобного бизнеса являются женщины от 18 до 45 лет, занятые материнством или деловыми вопросами. По проведенным нами исследованиям, количество поисковых запросов на тему покупки капсульного гардероба на платформах Яндекс и Google по Москве в месяц составляет порядка 1150. Помимо прямых поисковых запросов этой темой интересуются в социальных сетях и на видеохостингах.

Мы оценили экономическую эффективность такого бизнеса, разработав проект стартапа со следующими характеристиками: продажа от 30 капсул в месяц в начале проекта до 100 капсул в месяц, со средней ценой капсулы 30000 руб. В состав переменных затрат такого бизнеса входит аренда склада, закупка одежды, услуги курьера, комиссия банка за терминал.

По нашим оценкам, необходимый стартовый капитал для бизнеса составляет около 500 тыс. рублей, проект окупается уже на второй месяц работы; точка безубыточности проекта колеблется в диапазоне от 2 до 5 капсул в месяц в течение года.

Сильными сторонами такого бизнеса являются уникальность продукта, высокая рентабельность проекта, гибкость в работе.

Слабыми сторонами подобного бизнеса являются возможные риски, связанные с залежалыми товарами; зависимость от трендов моды; высокая стоимость услуги для некоторых клиентов.

Таким образом, бизнес в сфере капсульного гардероба характеризуется быстрой окупаемостью и высокой прибыльностью, т.к. уже на начальных этапах работы ожидается значительная масса чистой прибыли, которая увеличивается с течением времени.

УПРАВЛЕНИЕ РАЗВИТИЕМ ПРЕДПРИЯТИЯ

Рачковская П.А., гр. ВМАГ-Э-421

Научный руководитель доцент Генералова А.В.

Кафедра Финансов и бизнес-аналитики

В современной действительности, характеризующейся социально-экономической и политической нестабильностью в мире, управление развитием предприятия становится все более сложным процессом, который зависит от множества факторов прямого и косвенного воздействия. Управление предприятием должно осуществляться на основе оценки и прогноза его финансово-экономического положения.

Главной проблемой предприятий можно назвать создание системы управления их развитием, позволяющей обеспечить достаточно высокую эффективность работы, и способствующей поддержке ключевых направлений деятельности компании и социально-экономических результатов. В основе такой системы должна лежать модель анализа и прогнозирования работы предприятий самых разных направлений деятельности, которая прошла проверку в реальном секторе экономики.

Российские предприятия нуждаются в механизме, который бы давал точную оценку текущего состояния и прогнозы на будущее, а также обосновывал направления экономической политики и давал количественную оценку эффективности разрабатываемых мероприятий. Таким механизмом может стать прогнозирование состояния предприятия, воплощенное в модели, которая должна являться инструментом принятия эффективных управленческих решений.

В деятельности управляющих крайне важна не столько способность принятия стандартных решений, а сколько умение максимально оперативно и правильно изменять ситуацию и подобрать подход, который был бы оптимальным в конкретной ситуации. Для такого подхода основой в принятии управленческих решений может быть прогнозирование, которое поможет выявить общие перспективы и тенденции развития и обеспечить осуществление взаимосвязанных долгосрочных и краткосрочных программ.

Безусловно, актуальным и важным является повышение качества управления развитием предприятий посредством комбинации применения методов и моделей, а также на этой основе формирование системы поддержки принятия решений по управлению развитием предприятий.

МОДЕЛЬ МАРКЕТИНГА НОВОЙ КОМПАНИИ В ИНДУСТРИИ МОДЫ

Титкова А.А., гр. ВМАГ-М-521

Научный руководитель доцент Симонова В.А.

Кафедра Финансов и бизнес-аналитики

В современном мире, модная одежда выполняет коммуникативную функцию индивида с окружающим миром, так как, с её помощью, человек самовыражается и транслирует свой внутренний мир. Маркетинг усиливает эту функцию за счёт особого кроя, дизайна и производства, внедрения новых лекал и высоких технологий производства одежды.

За последнее время, на модном рынке потребность в технологиях и инструментах маркетинговых коммуникаций для продвижения своей продукции значительно возросла, так как конкуренция растет с каждым

днём. Fashion-маркетинг обеспечивает взаимодействие и контакт с потребителем, помогает обратить внимание на предлагаемый ассортимент.

Четкое маркетинговое планирование позволяет определить точность своевременности и прогнозов продаж и смену тенденций будущего сезона. Помимо рекламы, PR, личных продаж, стимулирования сбыта и др., fashion-бизнес применяет такие маркетинговые инструменты, как показ коллекций с участием звёзд и освещение данных мероприятий в СМИ.

Не стоит забывать, что основную часть спроса на товар формируют не производители, а байеры, которые занимаются закупкой товара. Их задача заключается в том, чтобы проследить тенденции грядущего сезона, сопоставить с желаниями потребителей и сформировать заказ для производителя. Эффективность этой деятельности напрямую зависит от применения маркетинговых инструментов для формирования лояльности покупателя к продвигаемой на рынок продукции.

Создание новой компании на рынке невозможно без комплекса маркетинга. Его суть заключается в том, чтобы выделить основные пункты и разработать грамотную стратегию для продажи продукта.

В рамках комплекса реализации маркетинговых мероприятий для структур, действующих на рынке модной одежды, рациональным представляется применение концепции 7P, в которую входят следующие элементы: продукт, цена, продвижение, место, люди, физическое окружение, люди. Результатом рациональных маркетинговых мероприятий считается востребованность бренда, узнаваемость, рост продаж и приобретение лояльной аудитории.

ОСОБЕННОСТИ РЫНКА ЦЕННЫХ БУМАГ В РОССИИ

Изотов Е.А., гр. МАГ-Э-422

Научный руководитель доцент Квач Н.М.

Кафедра Финансов и бизнес-аналитики

Российский рынок ценных бумаг является неотъемлемой частью экономики, предоставляя компаниям и инвесторам платформу для привлечения капитала, способствующего экономическому росту страны.

Рынок ценных бумаг в России регулируется Центральным банком, который контролирует выпуск и торговлю ценными бумагами. В свою очередь, проработанная законодательная база гарантирует инвесторам защиту от мошеннических действий, а компании соблюдают требования о раскрытии информации. Самыми крупными фондовыми биржами России являются Московская и Санкт-Петербургская биржи. Московская биржа предлагает широкий спектр ценных бумаг, включая акции, облигации и деривативы. Санкт-Петербургская биржа является региональной и

специализируется в первую очередь на торговле государственными и корпоративными облигациями.

База инвесторов на российском рынке ценных бумаг разнообразна, в нее входят как отечественные, так и иностранные инвесторы. Отечественные инвесторы представляют собой частных лиц, пенсионные фонды и институциональных инвесторов, таких как банки и страховые компании. Иностранные инвесторы, в свою очередь, включают в себя хедж-фонды, инвестиционные банки и суверенные фонды благосостояния. Участие иностранных инвесторов значительноросло в последние годы благодаря экономическому росту России и включению страны в основные мировые индексы, однако на фоне последствий пандемии коронавируса и проведения страной специальной военной операции, интерес иностранных инвесторов к российскому рынку ценных бумаг значительно снизился.

На сегодняшний день, российский рынок ценных бумаг переживает беспокойные времена, вызванные волнениями на мировой арене, в связи с чем теряет миллионы потенциальных инвесторов, и как следствие, недополучает огромное количество материальных ресурсов. Однако уход иностранных отраслевых лидеров не только освобождает места для отечественных инвесторов и предпринимателей, а также предполагает открытие новых перспектив для их развития.

СОВРЕМЕННЫЙ ВЗГЛЯД НА ФИНАНСОВЫЕ СТРАТЕГИИ

Нетребко М.Д., гр. МАГ-Э-422

Научный руководитель доцент Ветрова Е.А.

Кафедра Финансов и бизнес-аналитики

Существуют разные взгляды на то, какое определение дать понятию «финансовая стратегия». В основном это вызвано разнообразием подходов к формированию самих финансовых стратегий, а также изменениями взглядов на них. Ещё на это влияет двойная сущность понятия, сочетающая стратегический менеджмент и финансовую сторону.

Но максимально обобщенную формулировку понятия, по моему мнению, дала Ковалева А.М.: «под финансовой стратегией понимается генеральный план действий по обеспечению предприятия денежными средствами».

При разработке финансовой стратегии в основном придерживаются следующих пунктов:

- 1) анализ финансового состояния организации и внешней среды;
- 2) определение текущего периода жизненного цикла организации и финансовой стратегии;

3) постановка цели и задач, которые должна решить усовершенствованная финансовая стратегия;

4) планирование мероприятий и предложений по совершенствованию текущей финансовой стратегии;

5) оценка и корректировка измененной финансовой стратегии;

6) реализация новой финансовой стратегии и контроль за ее исполнения.

Также при разработке и реализации финансовой стратегии используются различные инструменты, как например:

бюджетирование;

диверсификация;

система сбалансированных показателей (ССП);

система оперативного контролинга.

Ещё финансовые стратегии можно разделить на следующие типы:

агрессивная;

консервативная;

умеренная.

Сейчас актуален вопрос того, что можно включить в финансовую стратегию при кризисной ситуации и вот несколько вариантов:

повысить ликвидность активов;

оптимизировать структуру капитала;

улучшить систему учета и контроля издержек;

оптимизировать прибыль.

ОСОБЕННОСТИ КРЕДИТОВАНИЯ ФИЗИЧЕСКИХ И ЮРИДИЧЕСКИХ ЛИЦ В КОММЕРЧЕСКОМ БАНКЕ

Баркинхоева Д.Б., гр. ВМАГ-Э-222

Научный руководитель доцент Зернова Л.Е.

Кафедра Финансов и бизнес-аналитики

Банковское кредитование – это процесс предоставления коммерческим банком денежных ресурсов физическому или юридическому лицу во временное пользование на принципах возвратности, платности, срочности, дифференцированности и обеспеченности.

В зависимости от типа заемщика выделяют розничное кредитование (кредиты для физических лиц), корпоративное кредитование (кредиты для юридических лиц) и межбанковское кредитование.

Кредитование юридических лиц осуществляется в соответствии с регламентом предоставления кредитов юридическим лицам. Кредитование юридических лиц и предпринимателей осуществляется при открытии ими

расчетных или текущих счетов в банке. Банк предоставляет кредиты как в рублях, так и в иностранной валюте.

Кредитование юридических лиц осуществляется на основе кредитного договора и договора об открытии кредитной линии. Юридическим лицам при кредитовании открываются три основных вида кредитных линий:

- возобновляемая (револьверная);
- не возобновляемая;
- рамочная.

Кредитование физических лиц осуществляется в соответствии с правилами всеми коммерческими банками на основании кредитного договора между заемщиком и кредитором и по необходимости договоре о залоге.

Кредиты физическим лицам выдаются разных видов, например на неотложные нужды, на капитальное строительство и др.

Таким образом, на сегодняшний день кредитные отношения играют важную роль в жизни людей, а также необходимы предприятиям (организациям) для расширения деятельности.

ПРИЧИНЫ НЕСОСТОЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИЙ В СОВРЕМЕННЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ УСЛОВИЯХ

Козлова А.А., гр. ЭЭФ-119

Научный руководитель доцент Квач Н.М.

Кафедра Финансов и бизнес-аналитики

В современных условиях нестабильности, угроза банкротства для организаций различных форм собственности стоит достаточно актуально. На 01.01.2023 года в Федресурсе числится 164459 компаний-должников.

С юридической точки зрения, банкротство является признание арбитражным судом или объявление должником неспособности в полном объеме удовлетворить требования кредиторов по денежным обязательствам и исполнить обязанности по уплате обязательных платежей если соответствующие обязательства и (или) обязанность не исполнены им в течение трех месяцев с даты, когда они должны были быть исполнены.

Существуют различные причины несостоятельности организаций, но основные из них это: экономико-финансовые причины, политическая ситуация в стране и усиление международной конкуренции. Анализируя общую динамику последних лет, стоит отметить, что среди основных причин банкротства выступают экономические и политические факторы: недостаток собственных средств, неопределенность вокруг курса развития страны, высокий уровень процентных ставок.

Чтобы избежать наступления критической ситуации, важно своевременно принимать меры направленные на предупреждение банкротства. При обнаружении первых признаков банкротства, нужно провести полную оценку финансового состояния хозяйствующего субъекта. При этом важно выработать такую стратегию, которая была бы направлена на минимизацию риска. Какую же стратегию и инструмент будет применять организация, напрямую зависит от причин, которые повлияли на ее финансовое положение.

При невозможности восстановить платежеспособность организация, решением арбитражного суда, признается банкротом и вводится процедура конкурсного производства, целями которой является ликвидация организации и удовлетворение требований кредиторов за счет реализации имущества должника.

Делая выводы, можно сказать, что проведение финансового анализа и оценки вероятности банкротства предприятия – это эффективный способ недопущения наступления банкротства организации в ближайшем будущем.

ПРОДВИЖЕНИЕ БРЕНДА НИЖНЕГО БЕЛЬЯ НА РОССИЙСКИЙ РЫНОК

Шалагинова Я.Э., гр. ВМАГ-М-522
Научный руководитель профессор Дембицкий С.Г.
Кафедра Финансов и бизнес-аналитики

Рынок fashion-ритейла со временем становится все больше: вместе с достижениями науки и техники растет и их интеграция в сегмент розничной торговли. Производство ускоряется, а коммуникация улучшается за счет развития данной отрасли и выпуска специалистов по логистике.

Развивается также и более узкая сфера нижнего белья: российские производители занимают все больше позиций на рынке, хотя и остаются более маленькими игроками в сравнении с иностранными брендами, часть которых закрылась.

В связи с пандемией и внешнеполитическими событиями рынок нижнего белья становится свободней и ниши все больше открываются Российскому производителю, но есть некоторые нюансы. Например, «ушедшие» с рынка бренды переоформляются, меняют название и возвращаются для продолжения работы, а поставщики из «недружественных» стран находят способы обходить блокировку передачи транзитных средств. Как итог, в действительности сфера легкой промышленности не становится сильно свободней, хотя и появляется большая свобода на рынке.

Но проблема сегмента российской легкой промышленности не только во внешних обстоятельствах, но также и во внутренних, таких, как высокие проценты по заёмным средств, отсутствие достаточного количества государственных льгот для бизнеса, отсутствие достаточной доли качественного экономического образования специалистов во многих направлениях деятельности, низкие производственные мощности и их недостаточное развитие в целом. Удивительно, например, то, насколько затруднительно найти производство, изготавливающее мужское нижнее бельё с правильными плоскими швами.

Из данного анализа можно сделать вывод о том, что рынок fashion ритейла и сфера производства нижнего белья продолжают развиваться и расти, однако существуют как внешние, так и внутренние проблемы, которые затрудняют развитие этой отрасли в России.

ФОРМИРОВАНИЕ ПЕРСОНАЛЬНОГО БРЕНДА

Петрова А.А., гр. ВМАГ-М-522
Научный руководитель доцент Квач Н.М.
Кафедра Финансов и бизнес-аналитики

Современное общество в данный момент живет по законам жесткой конкуренции, как между товарами, так и между специалистами. Развитие рынка труда находится в той стадии, когда каждый отдельный профессионал может одновременно быть частью бренда и быть самим брендом. Этот фактор послужил причиной, почему брендинг из маркетинга товаров и услуг перешел в сферу индивидуальных специалистов, которые стремятся монетизировать своё имя и увеличить, таким образом, личный доход.

Потребитель более активно реагирует на рекламу, продвигаемую в массы посредством интеграции с блогерами или инфлюенсерами, поскольку людям всегда было более свойственно доверять другим людям, нежели крупным корпорациям. Это одна из основных причин, почему в нынешнее время настолько популярно именно развитие личного бренда.

Стоит отметить, что успешность любого персонального бренда кроется в его уникальности. У каждого персонального бренда должны быть своя особая история, своя философия, свои ключевые особенности, отличающие его от ряда остальных брендов. Все это достигается четко выстроенной стратегией и, в особенности, концепцией. Личный бренд, если речь идет о человеке, это в первую очередь имидж, закрепленный в создании других людей.

Разработка грамотной концепции создания и продвижения собственного персонального бренда определяется стратегическими целями

и, в совокупности, призвана помочь повышению эффективности деятельности по продвижению товаров и услуг, а следовательно, конкурентоспособности на рынке. На успешное продвижение личного бренда влияют многие факторы. Это и активное ведение социальных сетей с правильной визуализацией, соответствующей эстетике и философии бренда, и определение четкой целевой аудитории, и выстраивание нужных каналов общения с ней и каналов продвижения рекламы. Правильно выбранная стратегия помогает решить все эти вопросы, а также эффективнее использовать имеющиеся ресурсы, включая время, усилия, деньги.

Резюмируя, можно сделать вывод, что в современных реалиях мало быть просто хорошим специалистом, важно иметь популярность, быть узнаваемой и авторитетной персоной. А для достижения этой популярности необходима грамотно выстроенная стратегия и уникальная концепция продвижения персонального бренда.

СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ БАНКОВСКОГО СЕКТОРА В РОССИИ В УСЛОВИЯХ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОГО ДАВЛЕНИЯ

Ващенко М.А., гр. ЭЭФ-119

Научный руководитель доцент Симонова В.А.

Кафедра Финансов и бизнес-аналитики

В 2022 году банковская система России столкнулась с серьезным испытанием в виде беспрецедентного санкционного давления со стороны иностранных государств. Попадание большей части крупнейших банков в санкционные списки сделало невозможным проведение международных расчетов и ослабило позиции по другим направлениям, все это серьезно повлияло на прибыльность банковского сектора в минувшем году.

За 2022 год банковскому сектору все же удалось зафиксировать прибыль – она составила 203 млрд. руб. Однако финансовый результат оказался рекордно низким, снизившись в 12 раз по сравнению с 2021 годом. Тем не менее, результат оказался выше, чем прогнозировал регулятор, ожидая увидеть отрицательный финансовый результат. Банкам удалось компенсировать полученный в первом полугодии 2022 года убыток в 1,5 трлн. руб. за счет денежных вливаний в экономику, мер поддержки от ЦБ, и роста кредитования после снижения ставок. Также существенно оказала влияние валютная переоценка на фоне ослабления рубля. Некоторые финансовые показатели по сравнению с предыдущим годом даже улучшились: прирост средств физических лиц в 2022 году составил почти

7%, что выше, чем в 2021 году, а размер корпоративных кредитов показал рост в 14%, что также превосходит значение показателя годом ранее.

Наиболее устойчивыми к кризису оказались банки с бизнес-моделью, ориентированной на работу с малым и средним бизнесом. Аккумулированный в последние годы запас прочности и масштабные меры поддержки позволили сгладить прямое воздействие на банковскую систему кризисного 2022 года. В 2023 году прогнозируемая прибыль банковского сектора составит по разным оценкам около триллиона рублей при отсутствии прочих политических и экономических потрясений. Таким образом, можно констатировать, что банковская система России сохраняет относительную финансовую устойчивость. Экономика и финансовая система государства постепенно адаптируются к работе в условиях санкций. Среди ключевых задач, которые ставит перед собой Банк России – минимизация валютных рисков за счет сокращения использования «токсичных» валют, стратегическая переориентация российской инфраструктуры на рынки дружественных стран и своевременный выход из регуляторных послаблений.

ПАРТНЕРСТВО КАК ЭФФЕКТИВНЫЙ ИНСТРУМЕНТ РАЗВИТИЯ БИЗНЕСА

Оборина К.А., гр. ЭЭФ-119

Научный руководитель старший преподаватель Шильцова А.В.

Кафедра Финансов и бизнес-аналитики

Партнерские отношения – это взаимодействие между несколькими компаниями с целью получения собственных выгод для каждой стороны. В бизнесе существуют множество типов отношений, участников которых принято называть партнерами. Если рассматривать взаимодействие между владельцами одной фирмы, заинтересованными в общем успехе компании, то данное партнерство будет называться внутренним, если говорить о сотрудничестве нескольких юридических или физических лиц на основании отдельных соглашений – это внешнее партнерство.

В зависимости от возможностей и ролей участников, поставленных задач и целей сотрудничества выделяют следующие основные виды делового партнерства: хозяйственное или коммерческое; некоммерческое; социальное или государственно-частное; стратегическое; тактическое; генеральное или неограниченное; ограниченное.

В настоящее время большая часть предпринимателей отдают предпочтение таким видам бизнес-партнерств, как франчайзинг, совместное предприятие, аффилированное предприятие, стратегическое и венчурное партнерство. Данные виды сотрудничества являются эффективным

инструментом развития бизнеса так как позволяют: расширить клиентскую базу; увеличить доход компании; сократить затраты путем совместного использования знаний и ресурсов; укрепить позиции бренда на рынке.

Однако, несмотря на множество преимуществ, существуют и недостатки партнерства. Например, возникновение разногласий на фоне расхождения целей и методов работы, недопонимание и несоответствие ожиданий от партнера, проблемы с управлением, проявляющиеся при соблюдении интересов участников, конкуренция при условии нахождения партнеров в одном рыночном сегменте, возможные ограничения на свободу действий, потенциальные проблемы с конфиденциальностью и защитой интеллектуальной собственности, а также необходимость делить риски и возможные убытки между участниками соглашения.

Таким образом, партнерство может подарить бизнесу новые возможности для роста и развития, открыть новые перспективы, но при этом сотрудничество обязывает партнеров принять на себя новые риски и ответственность. Поэтому, прежде чем вступать в партнерские отношения, необходимо оценить как возможное повышение эффективности фирмы, так и потенциальные убытки фирмы.

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ УПРАВЛЕНИЕ РАЗВИТИЕМ МОДНОГО БРЕНДА С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ИНСТРУМЕНТОВ МАРКЕТИНГА ВЛИЯНИЯ

Непахарева А.А., гр. ВМАГ-М-522
Научный руководитель доцент Дружинина И.А.
Кафедра Финансов и бизнес-аналитики

Развитие инновационных технологий онлайн-рынка влечет за собой формирование новых тенденций в изменении потребительского поведения. Использование инновационных технологий позволяет коммерческим организациям, работающим на рынке B2B в сфере фэшн индустрии, наиболее эффективно использовать сущность рыночного механизма спроса и предложения, оперативно реагировать на изменения в воздействии многообразных факторов, определяющих поведение покупателей, совершенствовать механизм создания и продвижения брендов модной продукции. К важнейшим элементам механизма, определяющим успешность развития предприятий фэшн индустрии на рынке B2B, относятся эффективная система управления модным брендом с использованием современных инструментов маркетинга влияния.

В этой связи актуальным является изучение кардинальных изменений, происходящих в индустрии моды в контексте процессов, связанных с

цифровизацией экономики и инновационными методами, базирующиеся на технологиях современного маркетинга.

Одним из таких инструментов выступает *influence* маркетинг (маркетинг влияния), являющийся инструментом продвижения товаров и услуг через мнение знаменитостей (актеров, спортсменов, экспертов в определенной нише).

Исследование особенности современного *influence* маркетинга для компаний, работающих на рынке B2B в индустрии моды, позволит сформировать индивидуальный подход для каждого потенциального клиента компании.

Выявление наиболее эффективных форм сочетания различных инструментов маркетинга на разных стадиях создания и продвижения модного бренда на рынке B2B, для получения максимального экономического эффекта, имеет как научное, так и практическое значение.

ФУНДАМЕНТАЛЬНЫЙ АНАЛИЗ КАК АНАЛИТИЧЕСКИЙ ИНСТРУМЕНТ ИНВЕСТИЦИЙ

Сабиржанова Е.В., гр. ВМАГ-Э-421
Научный руководитель доцент Квач Н.М.
Кафедра Финансов и бизнес-аналитики

Фундаментальный анализ как аналитический инструмент в концепте инвестиционной деятельности представляет собой метод оценки качества компании исходя из ее основных финансовых показателей, находящих отражение в реальной (внутренней) стоимости активов. Определение внутренней стоимости играет ключевую роль в фундаментальном анализе, поскольку рыночная цена под напором многообразия субъективных оценочных суждений формируется исходя из наиболее популярной точки зрения, сразу же принимая авторитарно-доминирующее положение на рынке.

Фундаментальный анализ активно используется практически во всех инвестиционных стратегиях в виде первого этапа обзора рыночного потенциала и подходит как для формирования представления о текущем состоянии активов, так и для прогнозирования их позиций. В зависимости от цели, преследуемой инвестором, фундаментальный анализ рассматривается в разрезе инвестирования в стоимость и инвестирования в рост. Инвестирование в стоимость основывается на желании инвестора в настоящий момент приобрести актив, рыночная цена которого занижена по сравнению с его реальной стоимостью, предполагая, что в будущем на рынке произойдет корректировка и на актив установится справедливая цена. Зачастую, в стоимостном инвестировании индикатором, с помощью

которого можно понять, на каком этапе находится разрыв между реальной стоимостью и рыночной ценой, выступает корреляция между прибылью, как результирующим показателем деятельности компании и рыночной ценой, как суммой ожиданий и прогнозов.

Инвестирование в рост по своей сущности противоположно стоимостному инвестированию, сфокусированному на получении дивидендов, и больше ориентировано на покупку активов с целью их дальнейшей продажи. Объектами инвестирования в рост становятся компании (часто молодые), капитализация которых имеет темп роста выше среднерыночного. Здесь все внимание инвестора направлено на будущую перспективу, что несет достаточно высокие риски из-за неопределенности, так как текущая цена часто подвергается высоким колебаниям.

В отличие от спекулятивных операций на рынке, фундаментальный анализ выступает гарантом качественных инвестиций и при грамотном использовании данного метода инвестор имеет возможность заметно приумножить свой доход.

ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ФИНАНСОВОГО ПОВЕДЕНИЯ ИНДИВИДУУМА ПРИ СОСТАВЛЕНИИ БЮДЖЕТА

Харькова В.С., гр. АМЮ-222

Научный руководитель доцент Ксенофонтова С.Б.

Кафедра Финансов и бизнес-аналитики

Постоянные изменения в структуре общества, близко связанные с появлением различных особенностей во всех сферах жизнедеятельности, повлияли на человека, его восприятие мира и взаимоотношения с обществом в целом. У каждого человека свое восприятие жизни и финансового благосостояния, и каждый подходит к этим вопросам по-своему. В данной статье мы разобрали основные психологические особенности финансового поведения индивидуума при составлении бюджета.

В экономике и политике появились различные рычаги воздействия на общество. Это привело к тому, что многочисленные группы людей не готовы принимать сложившиеся изменения.

Так же стоит упомянуть о социокультурных особенностях финансового поведения. Под социокультурными особенностями финансового поведенческой экономика понимает сложившиеся в обществе нормы, ценности, представления о правильном образе действий.

На экономическое и финансовое поведение прежде всего оказывает влияние такая социокультурная особенность как уровень доверия к разным

категориям: к близким людям, к чужим и малознакомым, институтам власти.

На психологические особенности также влияют нормы и правила, принятые в обществе. В этой статье я также хочу затронуть тему социально-культурного развития личности.

Под социокультурными особенностями поведенческая экономика понимает сложившиеся в обществе нормы, ценности, представления о правильном образе действий.

В заключение, психологические особенности играют важную роль в финансовом поведении индивидуума при составлении бюджета. Личностные черты, эмоции, когнитивные искажения, привычки и социальное окружение – все эти факторы могут влиять на наше финансовое поведение. Понимание этих особенностей может помочь нам управлять своими финансами более эффективно и достигать наших финансовых целей.

СИЛА БРЕНДА И ЕЕ ИЗМЕРЕНИЕ

Зайкин И.Е., гр. ВМАГ-М-521

Научный руководитель доцент Гусарова А.С.

Кафедра Финансов и бизнес-аналитики

Современный бизнес с его особенностями и жесткой конкуренцией вынуждает предпринимателей все больше уделять внимание развитию бренда и его продвижению на основе оценки силы бренда. Основными задачами бренда являются возможность выделить его от похожих товаров и тем самым сделать его индивидуальным, показать отличительные качества и характеристики товара или услуги, сделать его более привлекательным, повысить стоимость брендируемого товара, защитить товар от подделки. Использование брендируемого позволяет работать с маркетплейсами, открывая тем самым более широкие возможности в продажах и логистике.

Многие предприниматели не уделяют должного внимания к бренду и недооценивают роль в деятельности предприятия и соответственно его влияние на финансовый результат. Практика показывает, что наличие бренда позволяет повысить стоимость бизнеса, его капитализацию, увеличить объемы продаж, а следовательно, приносить более высокие доходы. В настоящий момент бренд может оцениваться выше стоимости материальных активов компании.

Сила бренда представляет собой показатели качественных характеристик, основанных на отношении целевой аудитории к продукту или услуге, положение бренда к аналогичным брендам или торговым маркам конкурентов, показатели объемов продаж, экономические показатели рентабельности, маркетинговую активность. На основании

оценки данных показателей определяется сила бренда, что позволяет компаниям в дальнейшем использовать различные маркетинговые инструменты позволяющие продвигать бренд и улучшать результат своей деятельности.

Для оценки силы бренда современная практика выработала достаточно различные методики, такие как, интегрированный методы на основе системы индикаторов, когнитивная модель силы бренда, матричные методы, а также метод, разработанный специалистами Interbrand Group, который учитывает специфические особенности бренда как объекта оценки и сравнения.

Таким образом, можно сказать, что наличие бренда жизненно необходимо для компании fashion-индустрии, которая постоянно должна оценивать и вносить коррективы в маркетинговую стратегию, направленную на продвижение бренда, это позволит ей прогнозировать свой финансовый результат и стабильную работу.

ПОНЯТИЕ И КЛАССИФИКАЦИЯ БАНКОВСКИХ ИННОВАЦИЙ

Лу Юй, гр. ВМАГ-Э-222

Научный руководитель доцент Зернова Л.Е.

Кафедра Финансов и бизнес-аналитики

В соответствии с динамично меняющимися условиями экономической деятельности инновации стали условием успешного функционирования любого коммерческого банка. Каждый банк вынужден меняться сам и инициировать внутриорганизационные инновационные процессы. Для того чтобы завоевать доверие клиентов, кредитным организациям недостаточно предоставлять им только традиционный спектр услуг. Необходимо менять формы и методы обслуживания, расширять сервисные возможности, предлагать комплексный банковский сервис.

Банковские инновации – это доведенные до клиентов и принятые ими новые или кардинально видоизмененные услуги или продукты, внедренные в банковский процесс современные технологии, в том числе и инфокоммуникационные, позволяющие изучить экономический или социальный эффект.

Анализ источников экономической литературы показал, что банковская инновация – это продукт, услуга или технология, внедрение которой приводит к качественным изменениям в банковской деятельности и, как правило, приносит банку напрямую или опосредованно прибыль.

Разнообразие банковских инноваций в современном банковском деле отражает их классификация (по временному признаку, по причинам

зарождения, по объему воздействия, в зависимости от сферы внедрения в банке, по влиянию нового продукта на поведение потребителей).

Приведенная классификация банковских инноваций дает возможность выявить некоторые закономерности в возникновении и прохождении инновационных процессов в кредитных организациях. Дело в том, что преобладание того или иного типа инноваций определяет тип и направленность инновационной стратегии банка.

В свою очередь, типология банковских инноваций позволяет конструировать соответствующие экономические и управленческие механизмы, поскольку они определяются именно типом внедряемых инноваций и выбранной инновационной стратегией. При этом любой банк в процессе реализации системного подхода к определению своей инновационной стратегии, рассматривая свою инновационную деятельность с учетом классификации, получает возможность точнее позиционироваться на рынке, определить формы продвижения и реализации своих разработок и продуктов на рынок, которые для разных типов инноваций различны.

ФИНАНСОВОЕ ПОВЕДЕНИЕ СОВРЕМЕННОГО ПОДРОСТКА

Хитрова М.М., гр. ЭБ-120

Научный руководитель старший преподаватель Джавадов Т.А.

Кафедра Финансов и бизнес-аналитики

Финансовое поведение, навыки управления денежными средствами напрямую влияют на способность людей сохранить личную устойчивость и уровень жизни. Многих исследователей и финансовых организаций волнует вопрос о финансовом поведении населения, а также механизмы повышения уровня финансовой грамотности детей и молодежи, особенно, в возрасте до 18 лет.

Исследование, проведенное экспертами аналитического центра НАФИ, показало, что в последние два года, наблюдается сокращение доли россиян с низким уровнем финансовой грамотности и увеличение доли людей со средним ее уровнем. В свою очередь исследователи НИУ «ВШЭ», в вопросах финансовой грамотности, особо обращают внимание на детей и учащуюся молодежь. Результаты их исследований показали, что молодые люди в большинстве своем не откладывают средства на будущее, предпочитают хранить свои деньги в копилке, и имеют задолженность.

Молодым людям и девушкам, которые только вступают во взрослую жизнь и не имеют должного образования в сфере финансов, не знают принципов работы финансовых рынков, а также не осуществляют

долгосрочного планирования собственного бюджета и инвестиционных вложений, необходимо изучение финансовой грамотности.

Финансовое поведение населения находится в непосредственном взаимодействии со всеми сферами жизни и испытывает на себе влияние множества факторов. И для того, чтобы не совершать ошибки, которые могут в последствии стоить очень дорого, необходимо рационально и обдуманно подходить к принятию финансовых решений, а для этого нужны глубокие знания.

Из этого можно сделать вывод, что нынешнее образование, как в начальной, средней, старшей школах, так и в высших учебных заведениях, должно быть нацелено на подготовку детей и молодежи к получению глубоких знаний в области принятия финансовых решений.

Для осуществления данной цели необходимо ввести не только уроки финансовой грамотности, но и просвещать старшее поколение, к которому подростки часто обращаются за советом. Это не только поднимет уровень финансовой грамотности, но и сделает поведения молодых людей осознанным, позволяющим обеспечить личную финансовую безопасность, в том числе, в цифровой среде, и безопасность своих близких.

ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ ФОНДОВ ЦЕЛЕВЫХ КАПИТАЛОВ В УСЛОВИЯХ САНКЦИОННОГО ДАВЛЕНИЯ

Захаров В.А., гр. ЭГ-121

Научный руководитель старший преподаватель Джавадов Т.А.

Кафедра Финансов и бизнес-аналитики

В настоящее время Россия столкнулась с различными экономическими вызовами, такими как введение санкций, снижение цен на нефть, нестабильность курса валют и другими. В текущих условиях снижаются возможности для финансовой поддержки деятельности образовательных и некоммерческих организаций. Для решения данной стратегической задачи необходимо использовать различные форматы социальных инвестиций, которые позволяют в долгосрочной перспективе реализовывать проекты и инициативы, направленные на поддержку и развитие граждан России. Одним из таких эффективных и действенных институтов социальных инвестиций является фонд целевого капитала («эндаумент-фонд»).

В условиях сложной геополитической ситуации и внешнего санкционного давления со стороны иностранных государств с целью сдерживания экономического развития Российской Федерации, конечно же, произошли изменения в стратегии работы фондов целевого капитала. В условиях неопределенности бизнес-партнеры и частные дарители

«заморозили» свои инвестиции в фонды и формируют свои собственные «подушки безопасности», направляя свободные денежные средства в финансовые инструменты, позволяющие им в дальнейшем получить доход (вклады, облигации и т.д.).

Итак, новыми механизмами взаимодействия и привлечения пожертвований в деятельности фондов целевых капиталов выступают чаще всего система быстрых платежей (СБП), сервис «Кешбек во благо», пожертвования через СМС, пожертвования через социальную сеть Вконтакте и многие другие.

Можно сделать вывод, что к началу 2023 г. положение большинства эндаумент-фондов в России остается устойчивым. Это говорит о том, что фонды целевых капиталов стали одним из эффективных и сильных инструментов обеспечения деятельности некоммерческого сектора. Это позволяет сформировать следующие шаги по развитию эндаумент-фондов, а именно интеграция в решение задач по достижению национальных целей и приоритетов Российской Федерации.

ОЦЕНКА ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Щедрина М.А., гр. ЭЭФ-118з

Научный руководитель старший преподаватель Шильцова А.В.

Кафедра Финансов и бизнес-аналитики

Проведение анализа и оценки финансового состояния предприятия является актуальным исследованием для определения перспективных направлений его дальнейшего развития. Оценка финансового состояния позволяет выявить проблемные участки в системе управления финансами на предприятии, оценить финансовые показатели, позволяющие судить о вероятности наступления банкротства, а также определить потенциальные возможности повышения эффективности деятельности и укрепления финансового состояния промышленного предприятия.

Объектом исследования выступает ООО «ТД «Берег», которое является одним из развивающихся промышленных предприятий, осуществляющих деятельность в области производства противопожарного оборудования.

Комплексный анализ финансового состояния предприятия ООО «ТД «Берег» позволил выявить ряд недостатков в управлении его финансовыми ресурсами.

На основании анализа финансовой отчетности ООО «ТД «Берег» за период 2020-2021 гг., а также расчета основных показателей финансового состояния предприятия сделан вывод, что предприятие обладает

неустойчивым финансовым состоянием, что выражается в недостатке собственных оборотных средств и наличии долгосрочных источников финансирования. Соответственно, предприятие находится в достаточной зависимости от заемных источников финансирования. Так, в 2021 году произошло увеличение размера заемных средств на 718 тыс. руб., а величины кредиторской задолженности – на 7878 тыс. руб.

Данные выводы еще в большей степени обуславливают проведение анализа возникновения банкротства ООО «ТД «Берег», который показал, что эта вероятность составляет более 50%. Однако, рост показателя рентабельности продаж в конце 2021 года, вызванный рядом заключенных коммерческих договоров предприятием в конце анализируемого периода, говорит об укреплении финансовой устойчивости и сокращении риска наступления банкротства в дальнейшей перспективе, при условии стабильного увеличения показателя в будущем и оптимизации структуры капитала предприятия в части сокращения зависимости от внешних кредиторов.

МЕСТО КРЕДИТОСПОСОБНОСТИ В ОРГАНИЗАЦИИ КРЕДИТНОГО ПРОЦЕССА И В СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ КРЕДИТНЫМИ РИСКАМИ

Двуреченская Е.А., гр. ВМАГ-Э-222
Научный руководитель доцент Зернова Л.Е.
Кафедра Финансов и бизнес-аналитики

Кредитоспособность заемщика – это его способность исполнить полностью и своевременно свои обязательства по кредитному договору, т.е. погасить кредит и уплатить проценты за его использование.

Кредитование клиентов – одно из важнейших направлений деятельности коммерческих банков. Комплексный анализ кредитоспособности заемщика должен служить основой всего кредитного процесса. Благодаря этому анализу кредитные организации имеют возможность минимизировать кредитные риски и повышать эффективность своей деятельности в процессе управления кредитными ресурсами. Банк должен в каждом случае определить степень риска, который он готов взять на себя, и размер кредита, который может быть предоставлен в данных обстоятельствах.

Оценка стоимости реализации кредитного риска конкретного заемщика представляет собой расчет количественного значения потерь банка в случае неисполнения заемщиком условий кредитной сделки. При оценке финансового состояния и кредитоспособности предприятия должны быть учтены такие показатели как объем реализации, рентабельность,

коэффициенты ликвидности, денежные потоки, прибыль (убыток), состав и динамика дебиторской и кредиторской задолженности.

Кредитный риск оценивается на уровне отдельного заемщика на основе специального анализа его кредитоспособности. При этом обобщающей оценкой вероятности реализации риска выступает кредитный рейтинг заемщика. В мировой практике существуют следующие основные методы оценки риска кредитования, которые могут применяться как отдельно, так и в сочетании друг с другом: субъективное заключение экспертов или кредитных инспекторов и автоматизированные системы скоринга.

Таким образом, оценка кредитоспособности заемщика производится на основе имеющейся у банка информации о готовности заемщика исполнять обязательства, наличия у него возможности погасить кредит и наличия обеспечения, позволяющего банку компенсировать потери в случае неисполнения заемщиком условий кредитного договора. Точный анализ кредитоспособности клиентов намного эффективнее, чем преодоление просрочки платежа.

ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ В СОВРЕМЕННЫХ РЕАЛИЯХ

Логинова М.С., гр. МАГ-Э-422
Научный руководитель доцент Квач Н.М.
Кафедра Финансов и бизнес-аналитики

Мир постоянно меняется, и требования рынка труда тоже. Чтобы не отставать от последних тенденций и технологий, специалистам необходимо постоянно повышать свою квалификацию. Именно здесь на помощь приходят образовательные организации, особенно университеты, предлагающие дополнительное профессиональное образование.

В сегодняшних реалиях образовательные организации должны быть активными в определении потребностей рынка труда и разработке курсов, отвечающих этим потребностям. Это требует глубокого понимания тенденций развития отрасли и востребованных навыков.

Кроме того, методы обучения также требуют гибкости. Поскольку пандемия вынуждала многих работать удаленно, онлайн-курсы стали важнее, чем когда-либо. Университеты должны убедиться, что их онлайн-курсы имеют такое же качество, как и очные курсы, и что они доступны для людей с любым уровнем подготовки.

Еще один важный аспект деятельности образовательной организации – партнерство с представителями индустрии. Сотрудничая с компаниями, университеты могут обеспечить актуальность и современность своих

курсов. Партнерство с промышленными предприятиями также может предоставить возможность прохождения стажировки и получения реального опыта.

Помимо технических навыков, образовательные организации также должны уделять внимание развитию «мягких» навыков, таких как общение, работа в команде и решение проблем. Эти навыки становятся все более важными на современном рынке труда, где работодатели ищут всесторонне развитых специалистов.

Наконец, образовательные организации должны обеспечить доступность своих курсов для всех. Это особенно важно в мире, где растет неравенство доходов. Стипендии, гранты и другие виды финансовой помощи могут помочь сделать образование более доступным для людей из всех слоев общества.

В заключение следует отметить, что деятельность образовательной организации имеет решающее значение в современных реалиях. Благодаря приведенным методам, включающим в себя проактивные действия и инновационные подходы, организации помогут специалистам оставаться актуальными и конкурентоспособными на быстро меняющемся рынке труда.

КАЛЬКУЛИРОВАНИЕ СЕБЕСТОИМОСТИ И УЧЕТ ЗАТРАТ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ЛЕГКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

Мирошкина К.А., гр. МАГ-Э-422
Научный руководитель доцент Морозова Т.Ф.
Кафедра Финансов и бизнес-аналитики

Чтобы грамотно управлять финансовым состоянием предприятия, необходимо выстроить эффективную операционную систему выбора методов калькулирования себестоимости, исходя из специфики и особенностей деятельности конкретной организации. Себестоимость на промышленном предприятии является первичным показателем, формирующим затраты, что, в свою очередь, отражается на величине прибыли и финансовых показателях. Несмотря на разнообразие существующих методик исчисления себестоимости, вопрос выбора оптимального метода учета затрат остается актуальным.

При выборе метода учета затрат руководству предприятия важно четко представлять отличия между ними и понимать, как именно выбор того или иного метода отразится на финансовом результате деятельности предприятия.

Для принятия верного решения предлагается алгоритм, позволяющий, путём ответа на ряд вопросов, касающихся особенностей деятельности организации, определить подходящие конкретному промышленному предприятию методы учета затрат и калькулирования себестоимости. При составлении алгоритма необходимо будет систематизировать существующие методы исчисления себестоимости, предлагается рассматривать методы в зависимости от следующих квалификационных признаков: способа оценки затрат (фактическая, нормативная, плановая себестоимость), характера технологического процесса (котловой, позаказный, попередельный метод) и полноты включения затрат в себестоимость готовой продукции (полная и неполная себестоимость). В последствии данный алгоритм может быть дополнен и усовершенствован, с учетом целей деятельности конкретной организации некоторые квалификационные признаки могут быть рассмотрены в качестве приоритетных. Алгоритм позволит оперативно реагировать на изменения внешней и внутренней среды. Для этого рекомендуется периодически его пересматривать и корректировать согласно условиям текущей деятельности предприятия.

Таким образом, разработанный алгоритм позволит определить оптимальный подход к оценке себестоимости продукции, что приведет к сокращению затрат и улучшит конечный финансовый результат деятельности промышленного предприятия.

ФОРМИРОВАНИЕ ЭФФЕКТИВНОГО БИЗНЕСА В СФЕРЕ БЬЮТИ ИНДУСТРИИ

Савко Д.А., Маркина В.М., Усова А.А., гр. ЭЭБА-120
Научный руководитель старший преподаватель Шильцова А.В.
Кафедра Финансов и бизнес-аналитики

Одним из перспективных направлений создания и развития бизнеса в сфере оказания услуг является бьюти индустрия. Индустрия красоты представляет собой быстро растущий рынок, что обусловлено тем, что красота высоко ценилась во все времена и не потеряла актуальность и сегодня, поэтому бьюти предпринимательство, хоть и переживает некоторые сложности в ведении деятельности, связанные с общими экономическими причинами, однако достаточно быстро адаптируется к меняющимся условиям рынка и находит новые возможности роста.

Данная сфера деятельности отличается высокой конкуренцией, но и у новых организаций есть возможности занять свою нишу на рынке. Первым шагом к созданию успешного бизнеса в сфере красоты является проведение маркетинговых исследований. При формировании наиболее эффективной

стратегии развития следует руководствоваться теми предпочтениями, которые существуют у потребителей бьюти услуг. Например, таким ориентиром могут служить предпочтения клиентов относительно косметических средств, которые используются салоном красоты. Также при разработке индивидуального бизнес-плана стоит сделать акцент на рекламу. Сотрудничество с медийными лицами и маркетинговые кампании в социальных сетях могут повысить узнаваемость бренда и привлечь новых клиентов.

Не стоит забывать об оценке эффективности бизнеса, особое внимание стоит уделить достоверности информации и ее адекватности по отношению к текущим рыночным условиям о планируемых доходах и расходах компании, а в последствии осуществлять грамотное управление финансами организации.

И самым главным условием успешного бизнеса в данной сфере будет удовлетворенность клиентов полученными бьюти услугами, в частности, популярность у клиентов может повысить персонализированное обслуживание и программы лояльности.

Таким образом, учет вышеописанных аспектов позволит создать эффективный бизнес в сфере красоты, открыв предпринимателям большие возможности для роста и процветания.

РЕКЛАМНАЯ КАМПАНИЯ КАК КАНАЛ ПРОДВИЖЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ПРОДУКТОВ

Сергеев П.В., гр. ВМАГ-М-522
Научный руководитель доцент Квач Н.М.
Кафедра Финансов и бизнес-аналитики

Практически не существует каких-либо общепринятых правил по использованию средств рекламы в образовательной организации. Учитывается только тот факт, что каждому виду средств рекламы присущи свои собственные характеристики, отличающие их друг от друга; учитывается их стоимость, продолжительность, оказываемое воздействие на аудиторию, для которой они предназначены.

Продвижение образовательных продуктов и выбор рекламной площадки основывается на анализе целевой аудитории. Собранная и систематизированная информация о целевой аудитории позволят запустить рентабельную рекламную кампанию. На основе данных о целевой аудитории принимается решение о выборе рекламных площадок и тексто-графических элементов самих рекламных объявлений. Распространена практика использования разных рекламных объявлений для различных сегментов целевой аудитории.

Рекламная кампания может быть направлена как на продвижение самого образовательного продукта, при этом анализ отдачи от такого рода продвижения основывается на полученной прибыли на вложенный капитал, так и на формирование положительного имиджа образовательной организации, при которой возможен только инкрементальный анализ эффективности.

При продвижении самого образовательного продукта используются таргетированные инструменты рекламы, основными являются: Яндекс Директ и рекламная площадка VK.com. Для рекламной кампании самого образовательного учреждения используются охватные инструменты рекламы, направленные на информирование и формирование имиджа среди потенциальной целевой аудитории.

Важно отметить, наибольший эффект достигается при использовании методик комплексного маркетинга, включающих анализа образовательного продукта, формирование потребности и целевая реклама на заинтересованную аудиторию.

ПОРЯДОК ЗАЩИТЫ ОТ ТЕХНИЧЕСКОГО КОНТРАГЕНТА В СИСТЕМЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ

Фролова А.А., гр.ЭБ-119

Научный руководитель доцент Сенков В.А.

Кафедра Экономической безопасности, аудита и контроллинга

В целях проявления должной коммерческой осмотрительности, исключения взаимоотношений неблагонадежными и техническими контрагентами, претензий контролирующих органов и минимизации налоговых и финансовых рисков в организациях в обязательном порядке должна проводиться проверка контрагентов.

Контрагент – любое российское или иностранное юридическое или физическое лицо, с которым организация вступает в договорные отношения. Технический контрагент – юридическое лицо, не ведущее реальную экономическую деятельность и не исполняющее налоговые обязательства в связи со сделками, оформляемыми от их имени, использующие формальный документооборот в ситуации, когда лицом, осуществляющим исполнение, является иной субъект.

Выполнение проверки контрагента включает в себя следующие основные этапы. 1. Проверка пакета документов контрагента на предмет соответствия требованиям, необходимым для проведения качественной проверки. На данном этапе работник службы безопасности организации (далее – работник СБ), ответственный за проведение проверки, проверяет

поступивший пакет документов контрагента на предмет полноты и правильности оформления. 2. Проверка правоспособности контрагента. На данном этапе работник СБ должен убедиться в подлинности документов и достоверности представленной информации, а также, способности контрагента выполнить свои обязательства по договору на законных основаниях. Подлинность правоустанавливающих документов проверяется посредством сверки документов (с информацией специализированных ресурсов. 3. Сбор дополнительной информации. При проведении проверки работник СБ обязан собрать по контрагенту все доступные сведения: установить присутствие контрагента в сети Интернет, изучить внешнюю информацию о контрагенте (сайты партнеров, отзывы о деятельности контрагента и т.д.). 4. Оценка благонадежности контрагента и рисков для организации. Работник СБ анализирует собранные документы и информацию на предмет выявления у контрагента признаков «технической» организации, оценивает способность контрагента выполнить обязательства.

О БЕЗОПАСНОЙ ДОЛЕ ВЫЧЕТОВ ПО НДС И БЕЗОПАСНОЙ НАЛОГОВОЙ НАГРУЗКЕ

Косарева В.С., гр.ЭБ-119

Научный руководитель доцент Сенков В.А.

Кафедра Экономической безопасности, аудита и контроллинга

Обеспечение экономической безопасности – необходимое условие для поддержания стабильности и повышения эффективности деятельности организации. В современных экономических условиях актуальность ее обеспечения приобретает все большее значение из-за роста недобросовестной конкуренции, коррупции и теневой экономики. В независимости от масштаба предприятия всегда существует угроза дестабилизации экономической безопасности организации, которая влечет за собой угрозу прекращения деятельности хозяйствующего субъекта, поэтому необходимо заботиться о формировании надежной системы экономической безопасности в своей организации.

Одним из важнейших условий обеспечения экономической безопасности организации является определение безопасной доли вычетов НДС и достижение оптимального уровня налоговой нагрузки, позволяющей совместить возможность избежать повышенного внимания со стороны налоговых органов и возможность без финансовых затруднений платить налоговые платежи. Под налоговой нагрузкой понимается совокупность налогов и сборов как конкретного налогоплательщика, так и определенной выборки лиц, возникающая в процессе функционирования налогоплательщика. Необходимо отметить, что по каждому

хозяйствующему субъекту представители налоговых органов считают конкретный показатель – общую величину налогов, обязательных сборов и взносов, которая разнится в зависимости от отрасли, региона и масштаба организации – и соотносят его с полученной выручкой. Безопасная доля вычетов – это разница между суммой налога к уплате и вычетом по НДС. Существенным недостатком является то, что безопасная доля законом не установлена. Заявить к вычету можно сумму даже больше НДС, но в таком случае налоговая может: потребовать предоставить дополнительные документы и пояснения или вызвать на комиссию.

Таким образом, результаты исследования позволили сделать вывод, что достижение оптимального уровня налоговой нагрузки, сочетающего возможность без финансовых затруднений платить налоговые платежи и не попасть в поле зрения налоговиков для реализации мер повышенного налогового контроля, а также определение безопасной доли вычетов НДС являются одними из ключевых условий экономической безопасности хозяйствующего субъекта.

НАЛОГОВЫЕ РИСКИ В СИСТЕМЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ГОСУДАРСТВА

Евсеева В.А., гр.ЭБ-119

Научный руководитель доцент Сенков В.А.

Кафедра Экономической безопасности, аудита и контроллинга

В налогах следует видеть не только ресурсы и инструмент обеспечения экономической и финансовой безопасности, но, и фактор риска. Роль налоговых рисков как фактора экономической безопасности или экономической угрозы для государства зависит от конкретной ситуации, особенностей этапа экономического развития, характера проводимой экономической политики, стабильности государственной власти. С одной стороны, налоги в качестве источника ресурсов являются средством обеспечения безопасности, например, рост налогового потенциала при гармонизации интересов центра и федеральных образований. С другой, налоги могут быть причиной усиления угроз и налоговых рисков.

В настоящее время неполная или несвоевременная оплата налогов, а также риски, связанные с преднамеренным уклонением от уплаты налогов, являются одной из наиболее существенных угроз в сфере налогообложения, например, уже долгие годы собираемость налогов в России не превышает 80%. Особенно активно используются налоговые схемы, связанные с незаконным возмещением НДС. Все это оказывает комплексное негативное воздействие на всех уровнях национальной экономической безопасности,

увеличивает теневой сектор экономики и снижает уровень доходов бюджетов разного уровня. Именно поэтому государству необходимо уделять особое внимание управлению налоговыми рисками, и это управление должно быть эффективно встроено в систему обеспечения экономической безопасности. Такая система должна обеспечивать постоянный контроль за состоянием финансовой и налоговой отчетности, взаимодействие с налоговыми и правоохранительными органами, своевременную и адекватную реакцию на возникающие налоговые риски в виде эффективных управленческих решений, направленных на минимизацию налоговых рисков.

В заключении можно сказать, что направления обеспечения экономической безопасности государства должны строиться на основе минимизации налоговых рисков. Это могут быть такие меры, как упрощение их уплаты, снижение ставок налогов, ужесточение наказаний за неправомерные действия со стороны налоговых органов и другие. Но при этом главной задачей является сохранение баланса между необходимостью заполнения бюджета государства и безопасным функционированием экономической системы в целом.

ИНВЕНТАРИЗАЦИЯ В СИСТЕМЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Курсова К.Д., Рыбкина Е.А., гр.ЭБ-119

Научный руководитель доцент Ливадина С.П.

Кафедра Экономической безопасности, аудита и контроллинга

Современный мир переживает этап сильного развития цифровых технологий, что непременно сказывается на экономической составляющей предприятия. Цифровизация становится ключевым фактором, влияющим на эффективность и продуктивность хозяйственно-экономической деятельности организации. Вследствие этого, технологическое развитие предприятия становится необходимым условием обеспечения экономической безопасности.

Под экономической безопасностью предприятия понимается состояние защищенности от внутренних и внешних угроз, которые могут существенно отразиться на деятельности организации. Для обеспечения экономической безопасности необходимо грамотное использование имеющихся ресурсов и инструментов. Одним из способов повышения качества обеспечения экономической безопасности является инвентаризация.

Инвентаризация – это основной способ фактического контроля за сохранностью товарно-материальных ценностей, который проводится путем определения соответствия имеющихся у компании активов и обязательств с данными бухгалтерского баланса. Объектами инвентаризации являются: основные средства, нематериальные активы, готовая продукция, денежные средства и др. Согласно ст. 11 №402-ФЗ «О бухгалтерском учете», обязательными условиями для проведения инвентаризации являются реорганизация или ликвидация компании, чрезвычайные ситуации, смена материально-ответственного лица, передача имущества в аренду и составление годовой бухгалтерской отчетности. Однако проведение инвентаризации может осуществляться внезапно, на усмотрение руководителя компании. Процесс инвентаризации осуществляется инвентаризационной комиссией, в которую входят минимум 3 человека, путем проведения описи активов и обязательств, которая далее оформляется в виде ведомости учета результатов инвентаризации. Итогами инвентаризации могут быть совпадение учетных фактических остатков, недостача, излишки и пересортица. Заключительным этапом инвентаризации является публикация руководителем компании Приказа об утверждении результатов инвентаризации.

АУДИТ УЧЕТНОЙ ПОЛИТИКИ ОРГАНИЗАЦИИ

Дмитриева С.В., гр.ЭБ-119

Научный руководитель доцент Ливадина С.П.

Кафедра Экономической безопасности, аудита и контроллинга

Учетная политика организации является важнейшим инструментом управления хозяйственной деятельностью. Она позволяет сформировать систему бухгалтерского учета экономического субъекта, проанализировать и смоделировать учетный процесс, закрепив оптимальные способы ведения бухгалтерского учета, сочетающиеся со стратегией развития организации независимо от сферы ее деятельности. Вопросы формирования учетной политики и ее исполнения относятся к значимым областям аудита, которые оказывают самое непосредственное влияние на показатели финансовой отчетности – информационную базу для принятия решений реальными и потенциальными инвесторами.

Положением по бухгалтерскому учету «Учетная политика организации» ПБУ 1/2008, учетная политика определяется как «принятая ею совокупность способов ведения бухгалтерского учета – первичного наблюдения, стоимостного измерения, текущей группировки и итогового обобщения фактов хозяйственной деятельности». Учетная политика является отражением совокупности основных и наиболее важных

документов, устанавливающих правила ведения бухгалтерского учета в организации. В учетной политике отражают вопросы разработки рабочего плана счетов, организации первичного учета, выбор метода учета затрат и калькулирования себестоимости продукции, выбор форм внутренней отчетности и другие. Согласно Федеральному закону «Об аудиторской деятельности», аудит – это «независимая проверка бухгалтерской (финансовой) отчетности аудируемого лица в целях выражения мнения о достоверности такой отчетности». Целью аудита организации бухгалтерского учета и учетной политики предприятия является установление соответствия организации бухгалтерского учета и учетной политики требованиям действующего российского законодательства и особенностям деятельности предприятия. При проведении аудиторской проверки учетной политики аудитор должен установить: наличие приказа (распоряжения) руководителя о принятии учетной политики; соответствие принятой учетной политики требованиям действующих законодательных нормативных актов, характеру и масштабам деятельности экономического субъекта; наличие приказа об изменении учетной политики; соблюдение учетной политики.

АУДИТ ОСНОВНЫХ СРЕДСТВ

Семенова А.А., гр.ЭБ-119

Научный руководитель доцент Ливадина С.П.

Кафедра Экономической безопасности, аудита и контроллинга

Согласно ФЗ №307 «Об аудиторской деятельности» аудит определяется как независимая проверка бухгалтерской отчетности организации в целях выражения мнения о достоверности такой отчетности.

Эффективное использование основных средств – одна из основных задач любой организации, ведь их рациональное использование напрямую влияет на финансовые результаты деятельности предприятия. Аудит основных средств является частным видом аудиторской проверки. В ходе аудита основных средств проверяется соблюдение требований законодательства в части организации и ведения учета ОС. Аудиторы должны проверить правильность отнесения активов к основным средствам, порядок документального оформления движения основных средств. Необходимо оценить порядок формирования первоначальной стоимости объектов, принятые сроки полезного использования, выбранные методы начисления амортизации и суммы начисленной амортизации. Также проверяется правильность налогообложения по операциям с основными средствами и отражения информации по основным средствам в

бухгалтерской отчетности. Все это требует определенного уровня знаний от специалиста и грамотного составление плана проверки.

Основным юридическим документом, на который опираются аудиторы при анализе бухгалтерской отчетности хозяйствующего субъекта по операциям по основным средствам является ФСБУ 6/2020 «Основные средства», утв. Приказом Минфина России от 17.09.2020 №204н.

Согласно указанным выше документам, при обнаружении несоответствия в отчетности, аудитор сообщает о них руководству проверяемой организации. Также аудиторы дают рекомендации по устранению несоответствий в финансовой отчетности и предприятие обязано принять все необходимые меры по их устранению в кратчайшие сроки. Выявленные в ходе аудита основных средств ошибки должны быть устранены организацией в обязательном порядке с соблюдением определенных требований изложенных в ПБУ 22/2010. Также негласным правилом опытных аудиторов считается использование не только внутренней документации организации, а также внешней, к которым относятся документооборот третьих лиц (контрагентов).

Процесс аудиторской проверки основных средств заканчивается составлением аудиторского заключения. Данное заключение со всеми выявленными нарушениями доводится до руководства предприятия.

ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРОДОВОЛЬСТВЕННОЙ БЕЗОПАСНОСТИ РЕГИОНА: СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ УКРЕПЛЕНИЯ

Богданова Ю.П., гр.ЭБ-119

Научный руководитель доцент Сараджева О.В.

Кафедра Экономической безопасности, аудита и контроллинга

Потребность в пище относится к числу первоочередных потребностей человека. В Концепции продовольственной безопасности Уральского федерального округа на период до 2020 года отмечено, что «Продовольственная безопасность является составной частью национальной безопасности страны, сохранения ее государственности и суверенитета, важнейшей составляющей демографической политики, необходимым условием реализации стратегического национального приоритета...». В проблеме обеспечения продовольственной безопасности региона аккумулируются ключевые моменты агропромышленной и экономической модернизации, реальное состояние и тенденции развития производства сельскохозяйственной и продовольственной продукции, отечественного рынка продовольствия, изменения степени его зависимости от импорта, платежеспособности населения в различных регионах России.

Продовольственная безопасность – незаменимая составляющая экономической безопасности и их двойственная связь вполне очевидна.

Современный агропромышленный комплекс России не в полной мере обеспечивает продовольственную и экономическую безопасность в своем секторе экономики. Потенциал АПК реализован далеко не полностью, а состояние продовольственной безопасности вызывает серьезные опасения. Сохраняется высокая импортная зависимость страны по отдельным видам сельскохозяйственной, рыбной продукции и продовольствия, что ведет к угрозе нарушения экономической безопасности. Требуется создание таких экономических условий и достижение такого уровня доходов населения, цен на продовольствие, при которых гарантировалась бы его физическая и экономическая доступность для всего населения. Достаточность и доступность продовольствия обеспечивают социальную и политическую стабильность в обществе, что создает условия для экономического развития, укрепления мощи и авторитета всего государства. Назревшая необходимость решения проблемы продовольственной безопасности России в современных условиях требует комплексного исследования и многоаспектного, системного анализа состояния вопроса с целью выработки единого механизма обеспечения продовольственной безопасности, как на уровне регионов, так и в общегосударственном масштабе.

ВЗАИМОСВЯЗЬ ЗАДАЧ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ И УПРАВЛЕНЧЕСКОГО УЧЕТА В ОРГАНИЗАЦИИ

Застела А.И., Тулякова С.О., гр. ЭБ-121

Научный руководитель профессор Зотикова О.Н.

Кафедра Экономической безопасности, аудита и контроллинга

Обеспечение экономической безопасности организации нацелено на защиту её интересов от внутренних и внешних угроз, что особенно важно для развития производственной деятельности. Достижение экономической безопасности каждой организации зависит от ряда факторов, включая порядок ведения управленческого учёта. Формирование оптимального сочетания элементов экономической безопасности и элементов управленческого учёта внутренней среды позволит обеспечивать контроль бизнес-процессов при соблюдении требований безопасности.

В условиях цифровизации экономики целесообразно формировать взаимосвязанные информационные потоки на основе использования встроенных в целевые программы основных элементов экономической безопасности и элементов управленческого учёта, включая учет ограничений в части потерь, нарушений и угроз деятельности организации.

Основные задачи экономической безопасности находятся во взаимосвязи с управленческим учётом, так как разрабатываются и решаются для достижения общей цели по обеспечению устойчивой и эффективной деятельности организации в текущих условиях, а также для создания потенциала развития и роста в будущем без каких-либо угроз. Под угрозами понимают факторы, препятствующие процессу реализации экономических интересов субъекта.

Управленческая отчётность современного предприятия, ориентированная на внутренних пользователей, включает комплекс взаимосвязанных показателей, характеризующих экономическую безопасность и управленческий учет производственно-хозяйственной деятельности. Формирование системы «экономическая безопасность – управленческий учет» на предприятии позволит ставить взаимосвязанные задачи, например, в областях расчетно-проектных, информационно-аналитических, контрольных, организационно-управленческих и правовых, что требует их совместного решения. Это позволяет устранять дублирование задач, повышать качество их решений и своевременно принимать обоснованные управленческие решения. В свою очередь, рационализация производств на основе применения системы «экономическая безопасность – управленческий учет», способствует снижению рисков, экономии текущих издержек, повышению конкурентоспособности продукции, получению высоких финансовых результатов, что необходимо для экономического развития предприятия.

РОЛЬ ИНФОРМАЦИОННО-КОММУНИКАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ ПРИ ОБЕСПЕЧЕНИИ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Колычева В.А., Першикова Е.А., гр. ЭБ-121
Научный руководитель профессор Зотикова О.Н.
Кафедра Экономической безопасности, аудита и контроллинга

В условиях развития цифровой экономики и совершенствования автоматизации разных видов управления деятельностью повышается роль информационно-коммуникационных технологий, в частности, для обеспечения экономической безопасности предприятий. Поиск решения проблем в области безопасности бизнеса находится в числе приоритетных при проведении научных исследований и при реализации проектов.

Обеспечение экономической безопасности, основанное на использовании современных информационно-коммуникационных технологий при выполнении функций учета, контроля, планирования,

анализа, регулирования деятельности предприятия, способствует достижению им высоких экономических результатов. В настоящее время на правильность принятия разного рода решений оказывает влияние ряд факторов, включая качество конструирования информационных систем и форм коммуникационного взаимодействия. Чаще всего это относится к различным подразделениям, при управлении которыми необходимо основываться на полученной достоверной и всеобъемлющей информации.

При выборе средств информационно-коммуникационных технологий предприятием следует ориентироваться на особенности своего информационного пространства, чтобы исключить в будущем состояние риска и дисбаланса. Так, на мировой арене периодически появляются новости о том, что крупные компании подверглись кибератакам. Фиксируются факты использования DDoS-атак на серверы клиентов. Информационное обеспечение экономической безопасности предприятия надо начинать с изучения информационных потребностей для его защиты от угроз. Как правило, руководство предприятия понимает, что постоянное появление разного вида угроз требует создания соответствующих условий для предупреждения опасностей и формирования защитных барьеров. Следует предусматривать, что рациональное оснащение подразделений информационно-коммуникационными технологиями должно быть сопряжено с разработкой и применением инструкций о разграничении доступа персонала предприятия к использованию компьютерных программ и формированию информационных потоков. Это повысит корпоративную ответственность персонала, предотвратит хищение конфиденциальной информации, разглашение коммерческой тайны и способствует обеспечению экономической безопасности предприятия.

НАПРАВЛЕНИЯ СНИЖЕНИЯ ОПЕРАЦИОННЫХ ЗАТРАТ НА ПРЕДПРИЯТИИ

Голякова Е.В., Милосердова В.А., гр. ЭБ-121

Научный руководитель профессор Зотикова О.Н.

Кафедра Экономической безопасности, аудита и контроллинга

Расходы в бухгалтерском учете делятся на издержки от обычных видов деятельности и прочие. С позиции «хозяйственных операций», характерных для стадий хозяйственной деятельности предприятия, в понятие «операционные затраты» часто включают совокупность затрат, связанных как с изготовлением и продажей произведенной продукции, так и с управлением предприятием. Экономия текущих затрат при выполнении хозяйственных договоров позволяет предприятию гибко регулировать цены на готовую продукцию, получая конкурентные преимущества.

Для промышленного предприятия актуально снижение издержек производства, что может быть достигнуто при реализации одного или совокупности разных направлений, в частности, следующих: замена импортного сырья и материалов на отечественные аналоги; применение ресурсосберегающих технологий, экономичных двигателей; создание вспомогательных производств по изготовлению необходимых комплектующих или материалов для обеспечения в них потребности основных производств; достижение полной загруженности производственных мощностей; сокращение простоев техники, замена оборудования на компактные и более производительные виды; оптимизация хозяйственных звеньев производственной инфраструктуры; рационализации штатов, например, путем совмещения профессиональных обязанностей, повышения квалификации персонала; сокращение объемов бракованной продукции; использование новых информационно-коммуникационных технологий и автоматизированных систем производства.

Предприятие вправе самостоятельно формировать статьи затрат в части себестоимости продукции и услуг. Использование классификации затрат по их целевому назначению позволяет раскрывать дополнительную информацию о характере операционных затрат, например, касающихся: ресурсов; амортизации основных средств и нематериальных активов; вознаграждений работникам. Информация о характере затрат помогает прогнозировать будущие денежные потоки. При организации производств и управлении ими важно решать задачи, направленные на снижение затрат, что необходимо для достижения экономического роста предприятия. Направления сокращения всех затрат выбирают в зависимости от имеющихся возможностей для достижения корпоративных целей.

ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОИЗВОДСТВЕННЫЕ ИНВЕСТИЦИИ С ПОЗИЦИИ ФСБУ 26/2020 «КАПИТАЛЬНЫЕ ВЛОЖЕНИЯ»

Буланцев И.Д., Тестова У.О., гр. ЭБ-121

Научный руководитель профессор Зотикова О.Н.

Кафедра Экономической безопасности, аудита и контроллинга

Организации, характеризующиеся инновационной деятельностью, заинтересованы в производственных инвестициях, в составе которых особая роль отводится капитальным вложениям. С 1 января 2022 г. вступил в силу федеральный стандарт бухгалтерского учета (ФСБУ) 26/2020, устанавливающий организациям требования к формированию в бухгалтерском учете информации о капитальных вложениях. На основе этого стандарта под капитальными вложениями понимают затраты,

связанные с первоначальным приобретением, созданием объектов основных средств или последующим улучшением и (или) их восстановлением. В целях учета требуется одновременное соблюдение таких условий, как: понесенные затраты обеспечат получение в будущем экономических выгод организацией и определена сумма понесенных затрат или приравненная к ней величина.

При оценке производственных инвестиций целесообразно исходить из ФСБУ 26/2020, где указывается, что относится и не относится к капитальным вложениям. В частности, относятся затраты на приобретение имущества, строительство, сооружение объектов, подготовку проектной, рабочей и организационно-технологической документации, коренное улучшение земель, проведение пусконаладочных работ, испытаний.

Суммы, уплаченные и (или) подлежащие уплате организацией при осуществлении капитальных вложений, включаются в стоимость капитальных вложений: за вычетом возмещаемых сумм налогов и сборов; с учетом всех скидок, уступок, вычетов, премий, льгот, предоставляемых организации, вне зависимости от формы их предоставления. Так, в сумму фактических затрат при признании капитальных вложений включаются связанные с осуществлением капитальных вложений проценты, которые подлежат включению в стоимость инвестиционного актива. В п. 18 стандарта подчеркивается: «Организация проверяет капитальные вложения на обесценение и учитывает изменение их балансовой стоимости вследствие обесценения в порядке, предусмотренном Международным стандартом финансовой отчетности (IAS) 36 «Обесценение активов».

Можно отметить, что актуально характеризовать понятие «производственные инвестиции» и с позиции ФСБУ 26/2020, в котором установлены требования к формированию в бухгалтерском учете информации о капитальных вложениях организаций.

ТРЕБОВАНИЯ К ПОРЯДКУ ПРОВЕДЕНИЯ ИНВЕНТАРИЗАЦИИ ИМУЩЕСТВА ОРГАНИЗАЦИИ

Кравченко К.С., Стрельцова Ю.Р., гр. ЭБ-121
Научный руководитель профессор Зотикова О.Н.
Кафедра Экономической безопасности, аудита и контроллинга

Министерством финансов РФ представлен проект федерального стандарта бухгалтерского учета (ФСБУ) 28/2022 «Инвентаризация», который планируется для обязательного применения с 2025 года в организациях, за исключением относящихся к бюджетной сфере. Стандарт устанавливает и регулирует: требования к инвентаризации; обязательное проведение инвентаризации; порядок отражения результатов

инвентаризации. В частности, приведены случаи, сроки, порядок и перечень объектов бухгалтерского учета при обязательной инвентаризации. Для отдельных случаев оговариваются сроки инвентаризации. Так, относительно основных средств организация вправе проводить инвентаризацию один раз в три года.

В стандарте отмечается, что при большом объеме работ для одновременного проведения инвентаризации всех объектов могут создаваться несколько инвентаризационных комиссий. Распределение же обязанностей между этими комиссиями и порядок их взаимодействия устанавливаются руководителем организации.

В связи с этим, каждая организация может самостоятельно разработать поэтапную или пошаговую инструкцию порядка проведения инвентаризации. Считаем, что можно включить в инструкцию ряд этапов: формирование, издание и регистрация приказа руководителя; ревизия, при которой проводится опись имущества с использованием методики подсчета объектов; сверка данных описи и бухгалтерского учета; отражение результатов инвентаризации на счетах бухгалтерского учета; подготовка информации для годовой бухгалтерской (финансовой) отчетности. Кроме того, выделить оформление проведения обязательной инвентаризации в случаях, характерных для организации.

Алгоритм пошаговой инструкции порядка инвентаризации можно выстроить, например, как последовательность следующих шагов: создание инвентаризационной комиссии; оформление приказа о проведении инвентаризации; определение остатков имущества по учетным данным; проведение инвентаризации; документирование результатов инвентаризации; принятие управленческого решения по итогам инвентаризации. Соответствие порядка проведения инвентаризации требованиям стандартов влияет на результаты обязательного аудита организации.

ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ БУХГАЛТЕРСКОЙ ИНФОРМАЦИИ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ

Макарова А.А., гр. ЭБ-121

Научный руководитель профессор Зотикова О.Н.

Кафедра Экономической безопасности, аудита и контроллинга

Инструменты цифровизации экономики влияют на разные виды деятельности, в том числе и на ведение бухгалтерского учета. Применение цифровых технологий позволяет достигать автоматизации и ускорения процессов сбора информации, её передачи и обработки, несмотря на объемы

и формы представления. При этом расширяются возможности формирования условий для оперативной дифференциации информации по задаваемым параметрам, в частности, по уровням доступности для ответственных специалистов и заинтересованных пользователей.

При формировании бухгалтерской информации на современном предприятии используют компьютеры, искусственный интеллект и роботизацию, что позволяет автоматизировать и стандартизировать бизнес-процессы, обеспечивать их контроль и учет хозяйственных средств. Бухгалтерский учет, как фундамент системы управления экономического субъекта, формируется в условиях интеграции с IT-технологиями и программными продуктами, направленными на преодоление недостатков существующих учета под воздействием цифровизации экономики.

Формирование бухгалтерской информации связано с применением рациональных информационно-коммуникационных технологий и IT-инструментов. Основными задачами создания конкурентоспособного бухгалтерского подразделения, обладающего всем необходимым для плодотворной деятельности, является цифровизации бухгалтерского учета путем реализации программного обеспечения для достижения уровня достаточности, понимания и релевантности информации, используемой в целях повышения эффективности управления организацией.

Особенность формирования бухгалтерской информации в условиях цифровизации экономики состоит в том, что расширяется количество запрашиваемых показателей, например, характеризующих экономическую безопасность, корпоративную ответственность и качество управления. Цифровизация бухгалтерского учета с позиции информационных составляющих одновременно влияет на две группы технологий: сбора, аккумулирования, хранения необходимой информации, её хранения и передачи; систематизации и структурирования информации. В области бухгалтерского учета стала популярна технология «блок-чейн», выстроенная на основе цифровых технологий по правилам записи информации в последовательной цепочке блоков, позволяющих распределенно хранить и обрабатывать большие объемы информации.

АКТУАЛЬНОСТЬ ВНУТРЕННЕГО КОНТРОЛЯ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ОРГАНИЗАЦИЯХ

Константинова В.Д., гр. ВМАГ-Э-522

Научный руководитель профессор Зотикова О.Н.

Кафедра Экономической безопасности, аудита и контроллинга

В современных условиях проблема организации инновационной деятельности требует особого внимания в связи с усилением роли

инноваций в развитии деятельности организаций и экономике страны. На финансово-экономическое продвижение предприятий реального сектора экономики влияет ряд факторов, в частности, наличие хозяйственных договоров, обеспеченность ресурсами, рациональность бизнес-процессов, выполнение обязательств и адаптация к изменениям. Универсальные модели внутреннего контроля разных видов деятельности, включая инновационные, на сегодняшний день отсутствуют. Инновационные процессы нуждаются во внутреннем контроле с позиции их соответствия безопасности производства, тактике и стратегии развития предприятия.

Проблемы при разработке общих стандартов и методик внутреннего контроля инновационной деятельности обусловлены разнообразием инновационных процессов и особенностями, характерными для предприятий определенных видов экономической деятельности. По данным Росреестра за 2021 год, высокие показатели по уровню инновационной активности имели производства обрабатывающей промышленности и сферы научных исследовательских разработок: соответственно 23,1% и 47,5%.

Инновационная деятельность, как предмет исследования, нуждается в постоянном изучении, анализе, изменении и дополнении существующих понятий и норм, поскольку это самая прогрессивная и трансформируемая сфера общественных отношений. Одним из основных аргументов в пользу необходимости внутреннего контроля инновационной деятельности и исследований этой области науки, выступает отсутствие в России единых стандартов по организации и ведению внутреннего контроля нововведений. Кроме того, существует потребность в разработке информационно-аналитических показателей и подходов, используемых при внутреннем контроле разных видов инновационной деятельности и при анализе его результатов. Выбор российскими предприятиями инновационного пути требует от их руководителей и работников взвешенного всестороннего обоснования возможностей и последствий реализации инновационных проектов, осуществления внутреннего контроля намечаемых и происходящих изменений. В силу этого, актуальны научные разработки по направлениям внутреннего контроля инновационной деятельности.

АКТУАЛЬНОСТЬ ВНУТРЕННЕГО ФИНАНСОВОГО КОНТРОЛЯ МЕДИЦИНСКИХ УЧРЕЖДЕНИЙ

Федонина М.А., гр. ВМАГ-Э-522

Научный руководитель профессор Зотикова О.Н.

Кафедра Экономической безопасности, аудита и контроллинга

Целенаправленная политика развитых и развивающихся государств на расходование значительной части бюджетных средств в сферу здравоохранения способствует улучшению здоровья и продолжительности жизни их граждан, поскольку от уровня и качества предоставленных медицинских услуг зависят уровень физического и психологического состояния населения каждой страны. Установленное нормативно-правовое регулирование бюджетных средств является основополагающей частью, обеспечивающей финансирование сферы здравоохранения.

В России действует специальный Базовый (отраслевой) перечень государственных услуг (работ), оказываемых (выполняемых) федеральными государственными учреждениями, в числе которого реестр услуг в сфере здравоохранения, обращения лекарственных препаратов. Отношения, возникающие при предоставлении государственных услуг с участием органов исполнительной власти на федеральном уровне и на уровне субъектов, регулируются федеральным законом № 210-ФЗ «Об организации предоставления государственных и муниципальных услуг».

Для профилактики нарушений и повышения эффективности механизма финансирования государственных услуг в сфере здравоохранения необходимо регулярно проводить мониторинг порядка расходования предоставляемых финансовых средств и проверки, ревизии отпускаемых товаров медицинского назначения. Оптимизация бюджетных расходов на медицинские цели происходит посредством формирования и соблюдения необходимых условий для рационального функционирования медицинских учреждений. Поэтому выполнение государственных заданий медицинскими учреждениями контролируется с позиции осуществления ими разнообразных видов деятельности, включая финансовые.

Актуальны вопросы внутреннего финансового контроля выполнения государственного задания соответствующим медицинским учреждением. Так, этот контроль позволяет своевременно анализировать документальное оформление отчетов о выполнении государственного задания, подготовиться к внешним инспекциям, предупредить злоупотребления, обнаруживать и устранять возможные нарушения при использовании финансовых средств медицинским учреждением. Считаем, что существует потребность в разработке методических рекомендаций по порядку

проведения внутреннего финансового контроля выполнения государственного задания медицинским учреждением.

АСПЕКТЫ ВНУТРЕННЕГО КОНТРОЛЯ ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ

Цветков А.А., гр. ВМАГ-Э-522

Научный руководитель профессор Зотикова О.Н.

Кафедра Экономической безопасности, аудита и контроллинга

Современная экономическая среда отличается динамичностью и возникновением новых «подрывных инноваций» XXI века. Изменениям подвержены, в первую очередь, внутренние структуры и системы, поддерживающие функционирование экономических субъектов, в частности, система внутреннего контроля, направленная, в числе прочего, на обеспечение эффективности и результативности деятельности путем контроля финансово-экономических показателей организации.

Тема внутреннего контроля финансово-экономических показателей, несмотря на достаточно большое количество исследований этих вопросов, остается актуальной в новых реалиях экономики ввиду необходимости постоянного развития и совершенствования контрольных функций.

Финансовая устойчивость, платежеспособность, сбалансированность денежных потоков, итоговые финансово-экономические показатели организации зависят от рациональности её производственно-хозяйственной деятельности. При наличии объективных трудностей, например, связанных с обеспечением деятельности организации материально-техническими и трудовыми ресурсами, важно регулярно осуществлять внутренний контроль финансово-экономических показателей, анализировать причины их изменений.

В эпоху развития коммуникационно-информационных технологий, цифровизации деятельности организаций возникает необходимость решения проблем выбора форм контроля, автоматизации внутреннего контроля финансово-экономических показателей и их оценок путем использования доступных и эффективных средств внутреннего контроля. Применение инструментов внутреннего контроля финансово-экономических показателей должно быть неотъемлемой частью при оценке результатов производственно-хозяйственной деятельности любой организации. Результаты внутреннего контроля финансово-экономических показателей можно использовать на предприятиях всех секторов экономики, которые заинтересованы в объективности анализа своей деятельности. В условиях, когда финансово-экономические показатели формируют для характеристики результатов внедрения в стратегию и цели

организации положений концепции устойчивого развития, возникает необходимость усиления экономических исследований теоретических аспектов в области совершенствования методик внутреннего контроля этих показателей.

ОСОБЕННОСТИ ВНУТРЕННЕГО КОНТРОЛЯ КОНСТРУИРОВАНИЯ ОДЕЖДЫ

Доброхотова А.Ю., гр. ВМАГ-Э-521

Научный руководитель профессор Зотикова О.Н.

Кафедра Экономической безопасности, аудита и контроллинга

Конструирование одежды – один из важных этапов формирования качества предметов одежды и эффективности их производства. На этом этапе определяются основные художественно-технические и экономические показатели, поэтому повышение качества проектных работ является актуальной задачей швейной промышленности, при решении которой значительное место отводится методам проектирования одежды.

При внутреннем контроле конструирования одежды важно оценивать оперативность разработки новых моделей, выявлять недочеты в работе, рекомендовать применение таких программ, которые позволяют автоматизировать множество функций процессов создания моделей, что способствует снижению трудоемкости изготовления готовой одежды и её розничной цены.

Современные предприятия швейной промышленности, как правило, не используют ручной режим, а переходят на автоматизированное проектирование одежды. При этом используют следующие программы: «Assol», «Grafis», «Comtense», «Gerber» и др. Эти программы адаптированы под методики конструирования моделей с размерными признаками по соответствующим ГОСТам и ОСТам РФ. Основными методиками конструирования считаются: ЭМКО СЭВ, ЦОТШЛ, ЦНИИШП, Оптимасс, Мюллер и Сын и др. В программы, используемые в швейных производствах, включаются базы размерных характеристик соответствующих видов одежды, что позволяет автоматически создавать любую модель во всех необходимых размерах и ростах. Пользователи программ имеют возможность вносить изменения параметров, переходить автоматически от размера к размеру. Изменения вносятся автоматически во всех размерах и ростах за один прием. При этом программа сохраняет все сопряжения, соотношения длин и срезов, надсечек. Использование автоматизированных программ для разработки моделей швейных изделий позволяет сокращать количество рутинных операций, улучшать качество посадки, соблюдать размерные характеристики и повышать эффективность швейного

производства. Внутренний контроль конструирования одежды касается особенно процессов оперативного создания лекал и автоматизированной их раскладки, простого размножения ассортиментов по размерам и ростам.

ОСНОВНЫЕ ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ВНУТРЕННЕГО АУДИТА ФИНАНСОВЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ

Патрикеева Я.О., гр. ВМАГ-Э-522

Научный руководитель доцент Ливадина С.П.

Кафедра Экономической безопасности, аудита и контроллинга

Аудит – общественно значимая и многосоставная процедура, направленная на подтверждение независимыми специалистами достоверности финансовой отчетности аудируемого лица. Финансовый результат компании является основным индикатором успешности ее деятельности. Аудит финансовых результатов осуществляется для подтверждения корректности отражения финансового результата предприятия в бухгалтерском учете и соблюдения положений соответствующих нормативных актов.

Объективный бухгалтерский учет финансовых результатов является одним из самых проблемных вопросов российской методологии учета. Ведется постоянная работа по совершенствованию порядка бухгалтерского учета, вносятся изменения в нормативно-правовые акты. От правильного ведения бухгалтерского учета финансовых результатов зависит достоверность бухгалтерской (финансовой) отчетности, поэтому повышается значимость аудита финансовых результатов. Цель аудита финансовых результатов – определение соответствия применяемой предприятием методики учета операций по формированию и использованию финансовых результатов нормативным документам на основе комплексного изучения теоретических основе внутреннего аудита и анализа финансовых результатов предприятия. Объектом проверки финансовых результатов является бухгалтерская прибыль (убыток), которая представляет собой конечный финансовый результат, выявленный за отчетный период на основании бухгалтерского учета всех хозяйственных операций компании. К задачам аудита финансовых результатов можно отнести: проверку соблюдения порядка документирования и законности, полноты и своевременности отражения хозяйственных операций в учете и отчетности; проверку правильности определения доходов и расходов от реализации продукции (работ, услуг); проверку правильности определения сальдо прочих доходов и расходов; проверку корректности отражения хозяйственных операций на счетах бухгалтерского учета (счета 90, 91, 99); проверку правильности налогообложения и использования прибыли.

НАЛОГОВАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ ОРГАНИЗАЦИИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Савельев А.В., гр. ВМАГ-Э-522

Научный руководитель доцент Сенков В.А.

Кафедра Экономической безопасности, аудита и контроллинга

Обеспечение налоговой безопасности организации является одним из фундаментальных условий гарантии ее нормального функционирования в ситуации, определяемой нормами текущего законодательства. Стремительно меняющиеся обстоятельства ставят перед организацией вопрос о необходимости ведения в рамках организации налогового менеджмента и построения эффективной модели налоговой безопасности. Главная цель этих действий предполагает возможность сведения к минимуму вероятности реализации налоговых рисков, возникающих в процессе деятельности организации. Налоговым риском называется вероятность финансовых потерь для всех участников налоговых отношений. Вероятность наступления налоговых рисков увеличивается с возникновением у организации связей с непроверенными контрагентами. Отсутствие системы сбора и работы с внешней информацией увеличивает вероятность воплощения таких рисков. Непосредственное влияние на налогоплательщика оказывает деятельность контрагента, связанная с открытием и ведением банковского счёта, порядком заключения договоров, ведением бухгалтерского учёта, представлением налоговой отчётности.

Целесообразность построения модели налоговой безопасности в настоящее время заключается в том, что грамотно и чётко выстроенная модель налоговой безопасности позволяет не только обеспечить снижение возможности возникновения налоговых рисков, но и даёт возможность для рационализации использования имеющихся у организации ресурсов, что позволит улучшить финансовые результаты и увеличить эффективность управления организацией.

Таким образом, сосредоточение внимания на собственной налоговой безопасности открывает для организации ряд возможностей: обретение стабильного финансового положения; возникновение условий для ее дальнейшего успешного развития; создание надежной репутации.

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ В ЭЛЕКТРОННОЙ ТОРГОВЛЕ

Коломийцева С.В., гр. ТТС-122

Научный руководитель доцент Сенков В.А.

Кафедра Экономической безопасности, аудита и контроллинга

Под понятие электронной коммерции подпадают электронные онлайн-сделки: покупки и продажи, денежные переводы, входят все торговые и финансовые транзакции, цепочки бизнес-процессов, которые происходят в онлайн-пространстве. В рынок электронной торговли входят: онлайн-магазины одежды, продуктов, мебели, бытовой техники и множества других товаров; международные и локальные маркетплейсы, например, AliExpress, Amazon, iHerb, Wildberries, Ozon и так далее; сервисы электронной продажи программного обеспечения, в том числе Google Play, App Store и другие. И даже сайт Microsoft; финансовые системы и онлайн-банкинг. Онлайн-банкинг и -платежи сейчас поддерживают все банки, а ещё сюда входят финансовые системы электронных денег вроде YuMoney (бывшие Яндекс Деньги) или PayPal и многое другое; курьерские службы вроде Яндекс Еды, Delivio, СДЭК или почтовая служба DHL; управление цепочками поставок – логистические и транспортные компании; интернет-маркетинг и сервисы для него.

Системы электронной коммерции упрощают процесс покупки для клиентов: достаточно оплатить покупку онлайн с помощью банковской карты или перевода и товар доставят клиенту на дом или, если это покупка электронного товара, вышлют доступ по электронной почте. Это гораздо быстрее и проще, чем поход в магазин.

Покупки в интернете являются одним из самых популярных видов деятельности в интернете. В условиях пандемии, начавшейся в 2020 году, среди наиболее стабильных проектов электронной коммерции в категории модных аватарных туристических маркетплейсов – Wildberries, OZON и Lamoda. Компания задержала и удержала новых клиентов. В 2022 популярность маркетплейсов продолжила расти: клиенты сделали на этих площадках на 43% больше покупок, чем в 2021 году (Ozon за 9 месяцев 2022 года обработал 290,7 млн. заказов, что в 2,2 раза больше, чем 131,2 млн. в предыдущем году. Количество активных покупателей увеличилось на 54%, до 32,7 млн.). Эту тенденцию можно объяснить несколькими факторами: уход зарубежных брендов и развитие параллельного импорта, большой и разнообразный ассортимент товаров от разных продавцов, удобный интерфейс и условия доставки. Таким образом, в современных экономических условиях необходимо следить за новыми тенденциями в электронной торговле с целью улучшения опыта покупок клиентов и построения с ними долгосрочных отношений.

ПЯТЬ КРУПНЫХ ПРОВАЛОВ СТАРТАПОВ 2020 г.: КОГДА ВИНОВАТА НЕ ТОЛЬКО ПАНДЕМИЯ

Архипова М.Д., Миронова М.А., гр. МИД-121
Научный руководитель доцент Мирошниченко Н.В.
Кафедра Экономической безопасности, аудита и контроллинга

IfOnly: в начале 2020 года туристический бизнес одним из первых почувствовал на себе проблемы, связанные с ограничениями на передвижение по всему миру. Главной причиной падения компании, по мнению TechCrunch, стало отсутствие плана В. Тогда как ближайшие конкуренты IfOnly оперативно меняли бизнес-модель, руководство стартапа решило выждать наступления лучших времен и проиграло в своих прогнозах.

Atrium разрабатывал продукты для оказания юридических услуг другим стартапам. Руководство Atrium вложило все средства в поддержание штата, тогда как первоначальная цель – разработка оригинального софта – отошла на второй план. Попытка пересмотреть бизнес-модель уже не смогла вернуть клиентов, так как стартап распался на несколько обычных юридических агентств.

ScaleFactor: к снижению количества клиентов привели грубые ошибки в порученных компании вычислениях, отсутствие обратной связи с предпринимателями и нежелание руководства Scale Factor вести бизнес честно. За годы существования сервиса менеджерам приходилось подделывать большое количество финансовых документов, чтобы инсценировать перед инвесторами повышенные продажи Scale Factor.

Essential: проект Энди Рубина – главы Android. Суть первой части проекта заключалась в том, что компания пыталась произвести революцию среди смартфонов и создать новый «айфон» – Essential Phone. Однако данный телефон ничем не впечатлил пользователей и завышенные ожидания не оправдались. Свою историю существования компания Essential завершила в том числе и из-за пандемии, а также из-за скандалов, связанных с личностью Энди Рубина.

Quibi: этот проект вошел в историю бизнеса не только как самый амбициозный проект, но и как самый недолговечный. С момента его запуска до закрытия прошло всего 6 месяцев. Джеффри Катценберг решил запустить онлайн-кинотеатр для смартфонов, где каждое видео для удобства восприятия разбито на десятиминутные отрезки – quick bites. Причин закрытия проекта было несколько. Одной из них стало то, что платформа изначально задумывалась как продукт для молодежи, но ее контент составляли фильмы и сериалы для более зрелой аудитории. Из-за этого она не получала тех охватов, на которые рассчитывала изначально.

УСПЕШНЫЕ СТУДЕНЧЕСКИЕ СТАРТАПЫ

Кумаритова А.С., Барыжиков Н.А., гр. МИД-121
Научный руководитель доцент Мирошниченко Н.В.
Кафедра Экономической безопасности, аудита и контроллинга

Стартапы, основанные студентами, могут быть невероятно успешными. Сегодня это явление получило определенную поддержку в мире образования, университеты стараются создать благоприятную среду для появления и развития молодежных стартапов.

1. Facebook. Социальная сеть Facebook была создана в 2004 году одним из студентов Гарварда Марком Цукербергом, который разработал ее в общежитии университета. Их отличительной особенностью стало разработанный Цукербергом метод контакта, который был удобен и доступен каждому пользователю. Вплоть до сентября 2005 года сайтом могли пользоваться только студенты. В июне 2006 года Facebook стал открытым для профессиональных сообществ, а в сентябре на сайте была открыта свободная регистрация. Теперь он приносит своему создателю миллиарды долларов и сумасшедший успех. То есть Цукерберг стартовал в родном университете, затем разрекламировал проект в других вузах, а в 2007 году.

2. Вконтакте. Социальная сеть ВКонтакте была построена на амбициях молодого студента СПбГУ Павла Дурова. Идея создания сайта для переписок, который бы работал по всему миру, возникла после того, как друг Павла из-за границы приехал в гости, а поддержание связи стало для него проблематичным. Поначалу сайт назывался «Студенты.ру» и был закрытым, регистрация была доступна только по приглашениям. Однако позже он стал открытым и получил масштабную популярность. Павел и его брат Николай приложили усилия, чтобы монетизировать проект, добавив на сайт рекламу и игры, которые стали приносить огромную прибыль. Интересный факт: на 2009 год одного из казуальных игровых приложений – «Счастливый фермер» – хватало, чтобы принести более 10 млн. долларов.

Сейчас студенты, оканчивающие стартап-акселераторы, добиваются больших успехов. Например, один из выпускников SberStudent, Юрий Зарубин, получил \$100 тыс. на свой проект «Talknow», который был также признан лучшим в номинации «Прорыв года» на конкурсе GSEA Russia. Выпускники Петербургского университета, разработали технологию переработки целлюлозных отходов с помощью грибов, а выпускница Казанского университета Мария Бугрова создала универсальный стоматологический тренажер.

ПЯТЬ УСПЕШНЫХ РОССИЙСКИХ СТАРТАПОВ, КОТОРЫЕ ВЫШЛИ НА МИРОВОЙ РЫНОК

Жиженкова Я.В., гр. МВ-221

Научный руководитель доцент Мирошниченко Н.В.

Кафедра Экономической безопасности, аудита и контроллинга

Принято считать, что успешные стартапы создавались и развивались за рубежом. Но зачастую мы даже не знаем об успешных российских кейсах. Рассмотрим 5 успешных российских стартапов, которые вышли на мировой рынок.

Ecwid. Основатель стартапа – Руслан Фазлыев, программист из Ульяновска, который ещё в школе начал заниматься кодингом. Из этого увлечения к 40 годам выросли два технологических бизнеса. Один из них – Ecwid, сегодня известный практически во всем мире. Ecwid – это набор сервисов для предпринимателей в сегменте e-commerce, фактически конструктор онлайн-магазина. Система позволяет без программиста создать онлайн-витрину и показать её на разных площадках, от «Яндекс.Маркет» до социальных сетей. За десять лет стартап привлёк инвестиций на сумму \$50 млн. Охват – 175 стран. Основная география присутствия – США и Канада, Германия и др.

Revolut. Основатель стартапа – Николай Сторонский. Revolut – мобильное приложение, интегрированное с мультивалютной дебетовой картой. Оно позволяет конвертировать деньги из одной валюты в другую по выгодному межбанковскому курсу, совершать бесплатные переводы в любую точку мира, покупать криптовалюту, инвестировать в акции. Изначально банковские функции не планировались, но в 2018 году Revolut получил банковскую лицензию в Европе, которая стала основным рынком. Аудитория – 12 млн. пользователей.

Arrival. Основатель стартапа – Денис Свердлов, бывший заместитель министра связи России (2012-2013 годы). Arrival – производитель электромобилей – коммерческих фургонов и электробусов. Особенностью стартапа стал новый формат производства – на микрофабриках, то есть на производственных линиях, которым не требуются заводы, хватает обычного склада. Это позволило удешевить и ускорить запуск производства, которое запланировано на конец 2021 года. По расчетам компании, в 2023 году она должна выйти в плюс, а к 2024 г. – ежегодно зарабатывать свыше \$14 млрд. и выпускать по 168000 электрофургонов в год. Этому должен поспособствовать и выход на биржу через слияние с компанией-пустышкой (SPAC): сделка принесёт Arrival \$660 млн.

ZeroAvia. Основатель стартапа – Валерий Мифтахов, физик-ядерщик с дипломом МФТИ, выпускник Принстона (доктор физико-математических

наук) и бывший сотрудник Google и консалтинговой компании McKinsey. ZeroAvia – разработчик водородных двигателей для самолётов. Сейчас в разработке и тестировании находится готовый к сертификации двигатель ZA-600. Он будет использоваться в самолётах на 10-20 пассажиров для перелётов на расстояние до 500 миль (800 км). Первый полёт на двигателе ZeroAvia в сентябре 2020 года совершил коммерческий самолёт Piper M-class в научно-исследовательском центре стартапа в Англии. За это журнал Time внёс ZeroAvia в список The Best Inventions of 2020. К 2026 году стартап надеется выпускать двигатели для самолётов, летающих на расстояние свыше 800 км.

InDriver. Основатель стартапа – Арсен Томский, технологический предприниматель, родившийся в Якутске. Первыми его проектами были портал Ykt.Ru и холдинг Sinet Group. А в 2012 году появился InDriver – местный ответ высоким ценам «Яндекс.Такси» зимой (специфическая проблема в Якутии). Арсен увидел, что люди пытались решить её своими силами – в группе во «ВКонтакте» они договаривались о совместных поездках. И он решил предложить им альтернативу. InDriver – российский сервис заказа такси, который после пяти лет развития в Сибири и на Дальнем Востоке в 2017 году зашёл в Москву, а уже на следующий год – в Нью-Йорк. Особенность сервиса – гибкость тарификации: пассажир указывает цену, которую готов заплатить за поездку, а водители решают, принять такое предложение или выставить своё. Сам процесс вызова такси тоже настраивается для каждого города – в миллионниках более автоматизированный, в маленьких посёлках чаще используется живая связь (звонки) с водителем. Запустились в 33 странах (свыше 450 городов). Среди них – Бразилия, Индия, Таиланд, Вьетнам, Мексика, ЮАР и т.д.

УСПЕШНЫЕ ПРОЕКТЫ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ НЕЙРОСЕТЕЙ

Хохлова В.Б., гр. МИ-221, Шумкин А.М., гр. МВ-321

Научный руководитель доцент Мирошниченко Н.В.

Кафедра Экономической безопасности, аудита и контроллинга

Нейронные сети могут обучаться и принимать решения, применяются уже не только для развлечения, но и для решения целого набора сложных задач в разных сферах науки и бизнеса.

AlphaGo – одна из наиболее успешных нейросетей, которая обыграла профессионала в игре, положив начало развитию нейросетей. ChatGPT – широко известный чат-бот, созданный на основе нейросети GPT-3.5 от OpenAI, обучаемый с помощью массива текстов из интернета и системы обучения с подкреплением на основе обратной связи с человеком. ChatGPT владеет широким диапазоном возможностей: написание кода, ответы на

сложные вопросы, создание сценариев, сочинение текстов песен, создание расчетов и многое другое. GPT-4 – новая мультимодальная модель от OpenAI, которая может распознавать изображения, понимать юмор, имеет большую долговую память и возможность изменить характер общения. Midjourney – нейросеть, обучившаяся за очень короткий промежуток времени создавать реалистичные изображения на основе текстовых описаний-подсказок. Midjourney быстро развивающийся проект, который находится на этапе бета-тестирования.

Нейросети являются важной частью нашего цифрового пространства и продолжают развиваться. Использование нейросетей позволяет решать задачи, которые ранее считались невозможными без привлечения большого количества сотрудников. Нейросети вероятно станут неотъемлемой частью нашей жизни в ближайшем будущем.

ИДЕЯ СТАРТАП-ПРОЕКТА: СОЗДАНИЕ ПОРТАЛА ДЛЯ СТУДЕНЧЕСКИХ ПРОЕКТОВ

Цын А.Е., гр. МИМ-121, Рогачев Н.С., гр. МИМИ-121
Научный руководитель доцент Мирошниченко Н.В.
Кафедра Экономической безопасности, аудита и контроллинга

Многие студенты имеют потенциально интересные идеи, однако им может не хватать команды для реализации собственного проекта. Поиск необходимых сокомандников часто несёт в себе множество проблем, поскольку существует недостаток платформ, где можно разместить свой проект и пригласить людей для совместной работы. Более того, мало кто готов работать на безвозмездной основе за идею, когда как у студентов, как правило, ограниченный бюджет. Необходимо отметить, что многие студенты не знают о существовании подобных платформ и услуг, которые могут помочь им в поиске сокомандников. В результате, люди с потенциально перспективными идеями могут оставить их нереализованными из-за сложностей поиска подходящей команды.

Есть и обратная ситуация, студенты без коммерческого опыта разработки могут искать проекты, в которых они могут развиваться и участвовать, но столкнуться со схожими проблемами.

Наш продукт – для студентов. Он позволяет создавать проекты и добавлять в них описание и вакансии с метками, чтобы собрать команду. Студенты могут искать вакансии, которые соответствуют их интересам, и читать описание проектов, чтобы найти подходящий. Также стоит отметить, что для использования платформа будет абсолютно бесплатна.

Помимо прочего, мы предлагаем дополнительный функционал для пользователей. Например, создание блога проекта на нашей платформе, где

есть возможность писать статьи и записи, чтобы привлечь не только новых пользователей, но и инвесторов благодаря тому, что они могут отследить, как развивался проект и на каком он этапе находится на данный момент. Также мы уведомляем пользователей о мероприятиях, таких как «хакатоны» (англ. hackathon), «хардатоны» (англ. hardathon) и конференции.

ФАКТОРЫ ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ВРЕМЕНЕМ ПРОЕКТА

Аносова В.М., гр. ЭМ-122в

Научный руководитель доцент Пришляк Е.А.

Кафедра Экономики и менеджмента

Эффективное управление временем проекта имеет решающее значение для его успешного и своевременного завершения. Управление временем проекта – это действие или процесс тренировки сознательного контроля над временем, потраченным на конкретные виды деятельности, при котором увеличиваются эффективность и продуктивность. Одним из методов анализа и оценки проектов, управления расписанием проектов является PERT (от англ. Project Evaluation and Review Technique), который направлен на нахождение минимально возможного времени для реализации всего проекта. Оптимизация затраченного времени является одним из факторов эффективности менеджмента проектов. Для этого необходим рационально выстроенный рабочий план, включающий детальный анализ всех фаз жизненного цикла проекта, оценки времени, требуемого для реализации каждой операции, а также рационально выстроенные взаимосвязи между каждым видом проектных работ.

Повлиять на эффективность управления временем проекта могут такие факторы, как: четко определенные цели проекта, понимание которых помогает определить задачи и сроки их выполнения и соответствующим образом расставить приоритеты; точно определенный масштаб, объем проекта, который помогает поставить задачи и рассчитать ресурсы, необходимые для его своевременного завершения; подробный план проекта, способствующий определению задач, их зависимостей и сроков, что помогает поддерживать проект на должном уровне; эффективное распределение ресурсов, гарантирующее доступность нужных ресурсов в нужное время, а также сокращающее число нарушений сроков выполнения работ проекта; эффективная коммуникация между членами команды проекта помогает выявлять проблемы и быстро их решать, сокращая задержки и предотвращая недопонимание; управление рисками, прежде всего, выявление потенциальных рисков и разработка плана по их снижению уменьшает влияние непредвиденных событий на сроки

реализации проекта; регулярный мониторинг хода проекта помогает выявлять проблемы на ранней стадии и принимать корректирующие меры; гибкость и способность приспосабливаться к изменениям в масштабах проекта или сроках.

В целом, эффективное управление временем проекта требует сочетания планирования, коммуникации, управления рисками и гибкости, чтобы обеспечить успешное и своевременное завершение проекта.

ФАКТОРЫ ФОРМИРОВАНИЯ ЭФФЕКТИВНОЙ КОМАНДЫ ПРОЕКТА

Белякова Ю.А., гр. ЭМ-122в

Научный руководитель доцент Пришляк Е.А.

Кафедра Экономики и менеджмента

Формирование эффективной команды проекта имеет решающее значение для успеха любого проекта. Хорошие проектные команды с большей вероятностью получают поддержку со стороны топ-менеджмента организации и со стороны инвесторов. Более того, хорошие проектные команды показывают клиентам, заказчикам и другим заинтересованным лицам высокое качество проектного менеджмента, что способствует успешной реализации проекта.

Эффективная команда проекта может быть сформирована с учетом комплекса факторов, прежде всего, это подбор специалистов для команды по определенным критериям. Участники команды должны быть доступны для работы над проектом в определенный период времени, должны иметь надлежащий опыт работы, важный для достижения успеха проекта, должны быть высококвалифицированными и опытными специалистами в области реализации проекта, обладать навыками эффективного и позитивного разрешения конфликтов. Важно установить удельные расходы (т.е. расходы на одного участника команды) в пределах ограниченного бюджета проекта, а также степень открытости информации о заказчике, аналогичных закончившихся проектах и нюансах среды проекта для участников проекта. Кроме того, важными представляются следующие факторы, которые необходимо учитывать при создании команды. Каждый член команды должен четко понимать свою роль и обязанности в проекте, чтобы избежать путаницы и обеспечить подотчетность. Члены команды с взаимодополняющими навыками и опытом могут эффективно сотрудничать и привносить в проект различные точки зрения. Сильное лидерство: эффективные руководители проекта могут вдохновлять и мотивировать членов команды, обеспечивать руководство и направление, а также способствовать коммуникации и сотрудничеству между членами команды.

Члены команды должны иметь возможность общаться открыто и честно, предоставляя обратную связь и высказывая свои опасения, чтобы проект шел по плану. Четкие цели и сроки проекта помогают членам команды добиться этих целей проекта и внести индивидуальный вклад в его успех. Доверие и уважение между членами команды способствуют сотрудничеству и создают позитивную и продуктивную рабочую атмосферу.

В целом, формирование эффективной команды проекта требует тщательного рассмотрения ролей, навыков, лидерства, коммуникации, доверия и ресурсов, все из которых могут способствовать возможности команды эффективно сотрудничать и достигать целей проекта.

ПЛАНИРОВАНИЕ КОММУНИКАЦИОННОГО ПРОЦЕССА В УПРАВЛЕНИИ ПРОЕКТАМИ

Цепицина М.О., гр. ЭМУ-120

Научный руководитель доцент Нефедова Л.В.

Кафедра Экономики и менеджмента

В современных реалиях коммуникации и их планирование являются неотъемлемой частью проектной деятельности. Главной целью процесса планирования коммуникаций является выявление информационных потребностей основных заинтересованных сторон проекта и определение способов и методов их удовлетворения. Базовыми элементами процесса планирования принято считать отправителя, получателя, само сообщение и канал его передачи.

Непосредственно в процессе коммуникации отправитель и получатель проходят несколько взаимосвязанных этапов основополагающими из которых принято считать: генерирование идеи, кодирование информации и выбор канала передачи, передача информации, декодирование (восприятие и понимание) информации получателем, получение обратной связи.

В ходе планирования коммуникаций команда проекта должна ответить на вопросы: кто, какую информацию, как часто, каким способом и для каких целей будет отправлять и получать, а также кто будет отвечать за своевременность, надежность и полноту данной информации.

Анализ, проведенный в ходе исследования, выявил, что наибольшее внимание планированию коммуникаций уделяют работники в возрасте старше 30 лет, что позволяет им минимизировать впоследствии время, которое тратится на коммуникации. В свою очередь участники проектов в возрасте до 18 лет не считают необходимым тратить время на планирование этого важного аспекта деятельности, при этом далее тратят более 50% проектного времени на взаимодействие с участниками проекта.

План управления коммуникациями может включать в себя: роли и распределение ответственности; технологии коммуникаций и правила применения их в проекте; планы коммуникаций по событиям и регулярности; матрицу ответственности; матрицу согласованности проектной документации; структуру и содержание архива проекта.

За последние годы приоритеты сотрудников сильно изменились и даже опытным менеджерам сложно ориентироваться в вопросах коммуникации внутри проектной команды. Усложняет ситуацию и то, что тема коммуникаций в проектной деятельности мало изучена, не имеет универсального алгоритма и в целом требует не только профессионализма, но и развитых личных качеств (эмоциональная интуиция, интеллект, понимание современных тенденций развития общества).

НОВЫЙ ВЕКТОР ЛОГИСТИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ РОССИИ В УСЛОВИЯХ САНКЦИЙ

Лубский Н.С., гр. ЭМБ-119

Научный руководитель доцент Нефедова Л.В.

Кафедра Экономики и менеджмента

Введение санкций негативно сказалось на транспортировке продукции всеми способами. Тем не менее отечественные производители и логистические компании постепенно адаптируются к условиям текущих ограничений. Приморский край, являясь лидером Дальневосточного федерального округа в экономическом развитии, в этих условиях только укрепляет свою роль как российских ворот в Азию.

Общий грузооборот портов Приморского края за I полугодие 2022 г. вырос на 1,6% и составил около 83,3 млн. т. За 2022 год произошли определенные изменения и в географии поставок края. Увеличилась доля таких стран, как Вьетнам, ОАЭ, Гонконг, Казахстан, Республика Беларусь, Армения, Румыния. Ответом на растущий спрос со стороны клиентов из стран Азиатско-Тихоокеанский регион стало развитие новых линий. На долю Приморского края приходится 19,2% общей протяженности железнодорожных путей Дальнего Востока. Поиск грузоотправителями альтернативных, более дешевых логистических маршрутов заставил обратить пристальное внимание на Транссиб. По данным Дальневосточного таможенного управления, объем контейнерных перевозок через порт Владивосток с начала года вырос на 39%, через порт Восточный – на 75%. Отмечен рост транзита контейнеров из Кореи через Владивосток и Находку и далее по Транссибу, что дешевле на 30-40% и быстрее. В перспективе прогнозируется рост грузооборота в этом направлении, поэтому перед

страной стоят задачи экстренного развития железнодорожной инфраструктуры Восточного полигона.

В настоящее время остро стоит вопрос о финансировании строительства автомобильных пунктов пропуска на границе с Китаем в Приморском крае из федерального бюджета, так как действующие автомобильные пункты пропуска находятся в состоянии, не способном обеспечить прогнозируемый грузооборот. В 2022 г. началось строительство трех новых автомобильных пунктов пропуска, а также реконструкция всех пяти автомобильных пунктов пропуска края. В результате ожидается получить значительный рост пропускной способности как по грузовому, так и по пассажирскому направлению.

В новых реалиях Приморье – самый выгодный регион России для организации международных перевозок и развития нового логистического направления. Приморский край имеет все возможности для переправы грузов и морем, и по суше, в том числе по железной дороге.

ОСОБЕННОСТИ ПОВЕДЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

Малюкова В.А., гр. ЭМУ-120

Научный руководитель доцент Нефедова Л.В.

Кафедра Экономики и менеджмента

В современном обществе, когда большая часть деятельности компаний и их покупателей переместилась в интернет-пространство, понимание поведения потребителей в информационном пространстве, и, в частности, в социальных сетях как никогда волнует всех участников рынка. На поведение потребителя влияют как факторы внешней среды, так и внешние стимулы от продукта, рекламы, личных контактов и т.п., инициирующие действия потребителя и в онлайн, и в офлайн среде. Поведение потребителей в социальных сетях имеет ряд особенностей, которые отличают его от поведения в других каналах коммуникации: чувствительность к социальному влиянию; быстрота распространения информации; персонализация; влияние эмоций. Потребители, несмотря на проведенный анализ информации о продукте и выделенных плюсах и минусах товара, все еще полагаются на эмоции при принятии решений о покупках. Именно поэтому маркетологам очень важно понимать эмоции клиентов и способы влияния на них. Понимание особенностей поведения потребителей может помочь компаниям разработать более эффективные стратегии маркетинга и управления репутацией в социальных сетях.

Анализ статистических данных о поведении потребителей в социальных сетях в 2022 г. показал, что 81% решений потребителей о

покупке зависят от сообщений их друзей, отзывов и мнений влиятельных лиц в социальных сетях (источник Форбс). Около 31% потребителей говорят, что используют социальные сети для поиска новых товаров для покупки (источник Аймиа). Конверсия увеличивается на 133%, когда мобильные покупатели перед покупкой видят положительные отзывы (источник Базарголос). 78% потребителей говорят, что публикации компаний в социальных сетях влияют на их покупки (источник Форбс). 56% потребителей говорят, что при совершении покупок в Интернете сейчас на них больше влияют изображения и видео из социальных сетей, чем до пандемии (источник Stackla). Исходя из собранной выше статистики можно утверждать, что пользовательские привычки изменились в сторону использования социальных сетей, преимущественно, для покупок по рекомендациям других людей, известных брендов и инфлюенсеров.

Основными потребностями, определяющими поведение потребителя в социальных сетях, являются построение отношений; занятие, чтобы отвлечься; обучение, развитие и признание. Эти пять мотиваций и питают повсеместное использование потребителями социальных медиа.

ЦИФРОВЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ В РАЗВИТИИ БРЕНДА

Яковлев Н.А., гр. ЭМБ-119

Научный руководитель доцент Нефедова Л.В.

Кафедра Экономики и менеджмента

В современном мире большинство взаимоотношений бизнеса и покупателей происходят в цифровом пространстве. Что влияет и на построение эффективных бизнес-процессов, направленных на развитие бренда. Выделяют три этапа жизненного цикла бренда: 1) этап роста, выхода на рынок, завоевания и работы с потребителями-новаторами, ранними последователями; 2) этап удержания рынка, зрелости бренда и работы с максимально широкой аудиторией; 3) этап угасания, замедления, падения. Многие специалисты отрасли выделяют «нулевой» этап, предполагающий разработку стратегии продвижения бренда и товара.

На этапе проектирования или «нулевом» этапе, наиболее эффективными инструментами будут являться те, которые смогут предоставить возможности формирования визуальной составляющей торговой марки и формирования юридической базы. Для закрытия данных потребностей среди доступных российских цифровых инструментов можно порекомендовать онлайн-сервис «Figma» и систему «Консультант Плюс». Для этапа выхода на рынок, когда потребности смещаются в сторону увеличения сбыта, наиболее эффективным цифровым инструментом будут выступать «Яндекс.Директ», рекламные кабинеты внутри социальных сетей

и аналитический сервис «JagaJam», позволяющий оценивать свои действия в соцсетях и следить за конкурентами. На этапе зрелости, когда достигается момент закрепления на рынке, охват аудитории бренда увеличивается, а рекламные кампании, как и любой другой контент бренда необходимо постоянно модифицировать, рекомендуется использовать технологии CDN (Content Delivery Network), а для увеличения эффективности информационного взаимодействия можно прибегнуть к помощи CRM (Customer Relationship Management) системы. Последний этап не предусматривает освоение новых инструментов. Однако использование инструментов, описанных ранее, позволит сохранять узнаваемость и поддерживать лояльность к бренду.

Подводя итог, необходимо отметить, что в процессе разработки продукта и товарного знака, перерастающего в бренд, необходимо на первых этапах закладывать стратегию продвижения торговой марки на рынке и одновременно планировать перечень современных цифровых инструментов, гарантирующих реализацию стратегии на каждом этапе жизненного цикла бренда. Таким образом, компании должны постоянно проводить анализ внешней и внутренней среды и модернизировать свои инструменты под современные требования и стандарты.

ФЕНОМЕН ИЗБЫТКА ВЫБОРА

Плаксин А.А., гр. ЭМБ-119

Научный руководитель доцент Нефедова Л.В.

Кафедра Экономики и менеджмента

Избыток выбора (от англ. choice overload) – это феномен, который возникает в результате слишком большого количества равнозначных вариантов, доступных потребителю. Большой выбор сбивает с толку и отнимает много времени на раздумья, что может повлечь за собой отложенную покупку, либо полный отказ от неё. Покупка на эмоциях становится менее вероятной. Уменьшение количества выбора избавляет человека от завышенных ожиданий. Так, при наличии множества вариантов одного товара, потребитель пытается найти идеальный для себя вариант, но чаще всего впустую тратит много времени и остается не удовлетворён.

Данный подход можно использовать для оптимизации работы как розничных торговых сетей, так и для отдельных товарных брендов и сетей услуг. Рестораны используют систему ограниченного меню, где количество блюд равнозначно тому, что в полной мере даст понимание о вкусовых атрибутах выбранного заведения направления/кухни. При уменьшении позиций в прайс листе и при увеличении шрифта на 50% продажи

повышаются в среднем на 20%. Эти манипуляции позволяют потребителю более удобно и быстро изучать ассортимент и оформлять заказ.

Опытным путем в компании «Tesco» доказано, что уменьшение позиций товаров на полках магазинов положительно сказывается на статистике продаж. Так, глава компании сократил треть всех товаров на полках своих магазинов и незамедлительно зафиксировал увеличение прибыли.

Люди, сталкиваясь с широким выбором, часто испытывают беспокойство и страх за его результаты. Если потребитель пожалеет о сделанном выборе в пользу того или иного товара в выделенной категории, вероятность того, что он захочет вновь брать ответственность за новый выбор в ней, существенно снижается.

Современные исследования по проблемам лояльности показывают, что между лояльностью и удовлетворенностью существует нелинейная связь. Когда удовлетворение превышает некоторый порог, покупательская лояльность растет быстро, а ниже другого порога лояльность падает так же быстро. Регулируя количество выбора услуг или товаров, можно облегчить систему контроля за их качеством, повысить лояльность потребителей и добиться прироста показателей продаж.

ИССЛЕДОВАНИЕ ВЛИЯНИЯ РЕБРЕНДИНГА НА КОНКУРЕНТОСПОСБНОСТЬ КОМПАНИИ

Дубленкова В.О., гр. ЭМБ-119

Научный руководитель доцент Шальмиева Д.Б.

Кафедра Экономики и менеджмента

Современная экономика базируется на большом количестве производителей, каждый из которых ежедневно борется за потребительский выбор. Чаще всего покупатель отдает предпочтение тому, что в полной мере может удовлетворить его потребность. И на сегодняшний день одним из самых эффективных инструментов для повышения конкурентоспособности является ребрендинг.

Анализ рынка и рыночной ситуации показывает изменение конкурентной среды, в которой не только появляются новые бренды, но и развиваются существующие. Такое изменение базируется на определенных нововведениях, вносимых в разные составляющие бренда. К ним относят: новую маркетинговую стратегию, изменение логотипа, названия, концепции и многое другое. Реализация данных мероприятий приводит к ребрендингу.

В соответствии с теорией жизненного цикла любой бизнес проходит через стадию «старения», которая подразумевает под собой потерю брендом

своих конкурентных преимуществ. И в этот момент нужно грамотно воспользоваться возможностью ребрендинга, который может помочь решить следующие задачи: повышение лояльности покупателя, обновление продукта, рецептуры и технологии производства, географическое и культурное масштабирование на новые рынки, повышение репутации и т.д. С целью выбора грамотной стратегии ребрендинга нужно пройти через несколько обязательных этапов: аудит текущей ситуации; аудит бренда; исследование рынка; разработка тактики.

Непосредственно процесс ребрендинга включает в себя следующие составляющие: проведение ребрендинга; внедрение изменений; мониторинг показателей. Следование принципам ребрендинга позволит грамотно решить все существующие проблемы производителя. Вышеперечисленные шаги в указанной последовательности должны реализовываться грамотными специалистами, которые вместе сформируют профессиональную команду, способную достичь высоких результатов.

МЕЖДУНАРОДНЫЕ РАСЧЕТЫ И ИХ ЗНАЧЕНИЕ ДЛЯ ОРГАНИЗАЦИИ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКИХ СВЯЗЕЙ

Жогло С.А., гр. ЭМ-121

Научный руководитель доцент Шальмиева Д.Б.

Кафедра Экономики и менеджмента

Глобальные экономические проблемы, с которыми мир столкнется в 2023 г., создают три мощные силы: геополитика, кризис стоимости жизни из-за инфляции и замедление экономического роста в ведущих странах. Однако, развитие внешнеэкономических связей между странами может способствовать улучшению экономической ситуации как для этих стран, так и для мировой экономики в целом. Организация внешнеэкономических отношений существенно зависит от особенностей осуществления международных расчетов, в рамках которых регулируются платежи по денежным требованиям и обязательствам между государствами, организациями и гражданами разных стран в процессе обмена результатами хозяйственной деятельности.

Несмотря на многообразие международных расчетов, используемые во внешнеэкономических связях, можно объединить в две группы: торговые и неторговые. Большая часть всех международных расчетов приходится на торговые расчеты, включающие: платежи и поступления по внешнеторговым операциям; платежи и поступления по международному кредиту; платежи и поступления по международным перевозкам грузов различными видами транспорта. К неторговым расчетам относятся:

платежи по содержанию дипломатических, торговых, консульских и других представительств и международных организаций; расходы по пребыванию делегаций, групп специалистов и отдельных граждан в других странах; переводы денежных средств за границу по поручению общественных и других организаций и частных лиц.

Международные расчетные отношения – это необходимый и важный элемент проведения внешнеторговых операций. Эффективная организация расчетов способствует кругообороту средств, обеспечивает бесперебойность реализации продукции. Посредством международных расчетов осуществляются различные платежи по денежным обязательствам, возникающим в связи с внешнеторговой деятельностью, предоставлением внешних и иных кредитов, займов, международными перевозками пассажиров, грузов, страхованием, туристической деятельностью.

МАРКЕТИНГ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ КАК ИНСТРУМЕНТ ПРОДВИЖЕНИЯ БРЕНДА

Куликова А.П., гр. ЭМБ-119

Научный руководитель доцент Шальмиева Д.Б.

Кафедра Экономики и менеджмента

В настоящее время в России наиболее эффективным и креативным инструментом продвижения какого-либо типа продуктов или услуг стал маркетинг социальных сетей SMM (Social media marketing). В связи с этим, для успешной деятельности в финансовых системах предприятию нужно строить продуктивную коммуникационную стратегию и на постоянной основе ее корректировать в зависимости от получаемых результатов. Реализация данной задачи без применения социальных сетей является невозможной. Именно они позволяют лучше понимать желания аудитории, ее потребности, интересы, намерения, мотивы, страхи и т.д. Социальные сети – многофункциональное средство продвижения идей, фирм и учреждений, брендов, персоналий. Популярность и возможности данного механизма быстро совершенствуются, возникают методики исследования и анализа социальных сетей в социологии, психологии, маркетинге, менеджменте и так далее. Маркетинг социальных сетей (SMM) – новая и активно осваиваемая сфера деятельности производителей товаров и услуг вне зависимости от масштабов и специфики данной деятельности.

Особенностью социальных сетей является возможность непосредственного контакта с потребителем, без применения навязчивых традиционных средств маркетинга. Осуществляя деятельность в Интернете, маркетологи обычно предпочитают применять именно социальные сети. Продвижение в социальных сетях, в основном подходит компаниям с

огромной аудиторией (рекламные агентства, онлайн-продукты, IT-индустрия, типографские услуги, услуги аутсорсинга, оптовая торговля, тренинговый бизнес). В меньшей степени SMM эффективен для промышленных организаций (строительное и грузовое оборудование, нефтяное). Главная причина состоит в том, что аудитория, готовая осуществлять данные покупки мала, и не является классической для социальных сетей.

SMM-стратегия – ряд принципов, установленных специалистами по маркетингу, в рамках продвижения бренда в социальных сетях. Необходимо детальное планирование действий специалистов в рамках развития и продвижения в социальных сетях.

Таким образом, осуществление продуктивных маркетинговых коммуникационных кампаний в социальных сетях является значимым фактором результативного продвижения компании, бренда, направлено на увеличение целевой аудитории, разработку, улучшение и защиту репутации компании через формирование лояльности потребителей к предприятию.

ВНЕШНИЙ ДОЛГ И ФОРМЫ ЕГО УРЕГУЛИРОВАНИЯ

Семенова О.С., гр. ЭМ-121

Научный руководитель доцент Шальмиева Д.Б.

Кафедра Экономики и менеджмента

Решение внутренних проблем в экономике страны вызывает необходимость заимствования финансовых средств не только на внутреннем, но и на внешнем рынке. Дефицит государственного бюджета, представляющего собой превышение государственных расходов над поступлениями в бюджет за счет налогов, таможенных сборов и прибыли государственных предприятий образует государственный долг. В самом широком понимании государственный долг включает взятые на себя и непогашенные финансовые обязательства государства и уполномоченных им органов перед резидентами и нерезидентами. Увеличение государственного долга происходит при нарастании дефицита государственного бюджета, причины которого связаны со спадом производства, ростом необеспеченной эмиссии денег, возрастанием затрат по финансированию военно-промышленного комплекса, ростом объемов теневой экономики, непроизводственных расходов, потерь и т.д. Возникающие трудности в экономике не позволяют странам своевременно возвращать долги и выплачивать по ним проценты. В результате образуется просроченная задолженность, при нарастании которой возникает потребность увеличения расходов бюджета на ее обслуживание.

Возникновение и рост государственного долга обуславливают необходимость управления им. Управление государственным долгом – это совокупность финансовых мероприятий государства, связанных с погашением и регулированием суммы государственного кредита, а также организация мероприятий по привлечению новых заемных средств.

Погашение государственного долга и процентов по нему производится либо путем рефинансирования – выпуска новых займов для того, чтобы рассчитаться по облигациям старых займов, либо путем конверсии и консолидации уже существующих заимствований.

При разработке политики управления внешним долгом в развитых странах ее теоретическим основанием является стремление заместить внешними заимствования поступления в бюджет от налогов, поскольку это будет оказывать положительное воздействие на экономику. Отдельные страны используют общий портфельный подход к управлению внутренним и внешним долгом, что ускоряет также процесс оперативного принятия необходимых решений. В таких странах как Ирландия, Дания, Швеция, Новая Зеландия используется портфельный метод управления государственным долгом, нацеленный на снижение затрат и риск его обслуживания, аналогичный обычной практике управления портфелем ценных бумаг. Но если в последнем случае ставится задач повышения их доходности, то при управлении долговым портфелем стремятся к сокращению затрат.

ФОРМИРОВАНИЕ ПЛАТЁЖНОГО БАЛАНСА СТРАНЫ ДЛЯ УЧАСТИЯ В МИРОХОЗЯЙСТВЕННЫХ СВЯЗЯХ

Федорочева Д.А., гр. ЭМ-121

Научный руководитель доцент Шальмиева Д.Б.

Кафедра Экономики и менеджмента

Проблема формирования платёжного баланса страны для участия в мирохозяйственных связях является актуальной, так как платёжный баланс выступает зеркальным отражением экономического состояния страны за определенный период времени. В современных условиях трудно активно участвовать в международной валютно-финансовой системе, если четко и реально не сбалансирован платёжный баланс. Вся совокупность международных отношений страны находит отражение в балансовом счете ее международных операций, который называется платёжным балансом.

Руководством для составления платёжного баланса является 5-ая редакция Методических рекомендаций Международного валютного фонда по платёжным балансам 1993г., а также при его составлении используется принцип двойной записи. К числу внутренних факторов, влияющих на

платежный баланс, относятся: состояние национальной экономики, темпы ее роста, инфляцию, платежеспособность населения, конкурентоспособность выпускаемой продукции и оказываемых услуг, курс национальной валюты и другие. К внешним факторам относятся усиление международной финансовой взаимозависимости, увеличение масштабов ввоза и вывоза капитала, изменения во внешнеэкономической политике государств, нестабильность международной валютной системы и циклические колебания мировой экономики.

Одним из методов краткосрочного воздействия на платежный баланс, является девальвация национальной валюты, которая удешевляет национальный экспорт и удорожает импорт. Следует особо выделить методы средне и долгосрочного регулирования платежного баланса, к которым относится стимулирование экспорта или ограничение импорта, дефляционная политика, а также в некоторых странах для регулирования платежного баланса используются валютные ограничения.

Таким образом, платежный баланс – это один из основных источников информации о состоянии макроэкономической ситуации в стране, а состояние платежного баланса не может быть игнорировано при принятии решений как в области макроэкономической политики, так и на микроуровне.

ЦВЕТОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ МАРКЕТИНГОВОЙ КОММУНИКАЦИИ

Андреева Д.В., гр. ЭС-121

Научный руководитель доцент Страчкова Е.Г.

Кафедра Экономики и менеджмента

Цвет – один из важнейших источников информации: не случайно, по мнению экспертов, от 62% до 90% наших впечатлений основаны на восприятии цветов. И не удивительно, что маркетологи пытаются использовать такой канал для ненавязчивого влияния на мнение потребителей. Объём продаж и количество покупателей зависит, в том числе, и от правильно подобранной цветовой гаммы товара; это свидетельствует о том, что для развития успешного бизнеса нужно разбираться в цветовых технологиях маркетинговых коммуникаций.

Цветовой маркетинг – это целенаправленный выбор сочетаний цветов, который усиливает желание покупателя приобрести данный товар или услугу и не требует больших вложений. Технологии данного маркетинга также помогут сформировать желаемый образ компании, повысить доверие потребителя и увеличить её прибыль. При выборе цветовой палитры нужно учитывать различные особенности потребителей:

национальные, половые, возрастные и другие. Потому что один цвет может привлекать какую-то часть рынка, а другой сегмент рынка – отталкивать. Точно угадать реакцию аудитории на цветовые решения невозможно. Тем не менее, специалисты рекламной сферы не оставляют попыток глубже изучить эту тему. Существует специальная наука – колористика, которая изучает цвет, его природу и характеристики. Знание колористики используют в своей работе дизайнеры и иллюстраторы, чтобы создавать гармоничные цветовые сочетания и придавать продуктам индивидуальный стиль и настроение. Правильно подобранные цвета в корпоративной символике и рекламе: привлекают целевую аудиторию – необычные цвета и оттенки помогают привлечь внимание аудитории и запомниться пользователям; помогают компаниям выбрать цвета, отличные от основных конкурентов по рынку, что может им помочь выделиться на фоне конкурентов и запомниться потребителям; мягко и ненавязчиво формируют нужную реакцию у потребителей – опираясь на понимание психологии цвета, можно спрогнозировать, как потенциальные покупатели будут воспринимать бренд и продукты компании.

Использование цветовых воздействий в маркетинге может, как поспособствовать развитию бренда, так и привести к финансовым потерям. Всё это свидетельствует о том, что визуальные образы и цветовые сочетания – важная и неотъемлемая часть маркетинговых коммуникаций.

ФАКТОРЫ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ НА РЫНКЕ ФИТНЕС-УСЛУГ

Бавыкина А.М., гр. ЭМБ-119
Научный руководитель доцент Страчкова Е.Г.
Кафедра Экономики и менеджмента

Конкуренция – это процесс экономической борьбы и взаимодействия между производителями товаров, целью которого является получение выгодных условий производства и сбыта товаров, а также большей прибыли от реализации. Конкурентоспособность – это способность превзойти конкурентов в заданных условиях. Каждая компания существует в определенной среде, определяющей конкурентоспособность её бренда.

Детерминанты конкурентоспособности бренда можно разделить на внешние и внутренние факторы. Первая группа факторов находится вне контроля компании и зависит, прежде всего, от экономической ситуации в данной стране, а также в странах присутствия компании и экономической ситуации на мировом рынке. Вторая группа факторов – это внутренние факторы, которые зависят от ресурсов бренда и способности использовать их надлежащим образом, в соответствии со стратегией бизнеса.

Повышение конкурентоспособности компании на рынке фитнес-услуг – это способность предлагать конкурентоспособные на рынке продукцию и услуги, преимущество компании по отношению к другим компаниям данной отрасли внутри страны или за ее пределами. К факторам, влияющим на конкурентоспособность компании можно отнести: широкий ассортимент предоставляемых услуг, состояние рынка, квалификация менеджмента и персонала, наличие и использование современного оборудования и технических средств, дифференцированный подход в организации деятельности. Фитнес-бизнес производит продукт, который в отличие от промышленного продукта неосязаем, поэтому его тяжелее обменивать и продвигать на рынке. Критерием оценки качества фитнес продукта является эмоциональная реакция потребителя, которая зависит от воспитания и отношения к делу персонала, а также от самого потребителя, например, учет прибыли или количество потребителей не является достаточным для полной оценки процесса обслуживания в фитнес индустрии (обязательно надо учитывать и качество обслуживания).

В настоящее время российскому рынку фитнес-услуг свойственна консолидация в период наступления зрелости (например, создание сетей). Обостряется конкуренция, которая ведет к вытеснению слабых, неэффективных компаний и усилению концентрации крупных. Складывается тенденция к созданию филиалов в других городах; многие фитнес-клубы используют франчайзинг для открытия филиалов; при этом действует принцип единства содержания и формы (направления услуг, класс услуг, комплексность, ценовое предложение, требования к персоналу, дизайну и оборудованию).

БРЕНДИНГ КАК ЭФФЕКТИВНАЯ ТЕХНОЛОГИЯ ДОСТИЖЕНИЯ УСПЕХА НА РЫНКЕ

Бурмистрова Ю.В., гр. ЭМБ-120в
Научный руководитель доцент Страчкова Е.Г.
Кафедра Экономики и менеджмента

В современных условиях наметился ряд тенденций, влияющих на повышение интереса к формированию бренд-концепций товаров и услуг. Большое количество товаров или услуг в некоторых сферах привело к обострению конкурентной борьбы. Причем наиболее остро это ощущается среди производителей и продавцов продуктов питания, услуг мобильной связи, бытовой химии и т.д. Стала все более актуальна тенденция стирания различий в потребительских свойствах товаров и услуг, что вызывает необходимость создания и укрепления брендов. Кроме этого, потребитель ограничен во времени и финансах на выбор и покупку товаров и услуг, что

диктует особую необходимость в грамотном их позиционировании и придании им устойчивого позитивного образа, совпадающего с ожиданиями целевой аудитории.

Перечисленные тенденции диктуют необходимость корректировки взглядов как в целом на маркетинговые стратегии развития коммерческих организаций, так и на интегрированные рекламные коммуникации товаропроизводителей и продавцов. В зону повышенного интереса специалистов попадает брендинг как одна из наиболее эффективных технологий достижения успеха на рынке.

Под брендом чаще всего понимают марку с изначально подразумеваемым качеством товаров или услуг. Большинство товаров – марочные, то есть они имеют имя, логотип или другие идентифицирующие их символы или небольшие отличия от других подобных товаров. Брендинг позволяет довести разработанный бренд до покупателя и не только сформировать в его сознании имидж марки товара, но и оказать помощь в восприятии покупателем функциональных и эмоциональных элементов товара. В этом контексте брендинг помогает покупателю ускорить выбор товара и принятие решения о его покупке.

По мнению многих специалистов, разработка бренда, как проект, включает три этапа: разработку позиционирования бренда; нейминг – разработку названия; разработку дизайна фирменного стиля и упаковки. На каждом этапе очень важно сформировать несколько альтернатив; только выбирая лучшее можно создать по-настоящему сильный бренд.

К продвижению бренда приступают, имея на руках готовый бренд, хорошо понимая его идею, образ, целевого потребителя и рыночное позиционирование. И от того, насколько верной, эффективной и точной окажется стратегия продвижения (сайт компании; реклама в Интернет; SMM; видеоконтент; SEO-продвижение; мобильные приложения; спонсорство/ спецпроекты и другие), будет зависеть успех бренда на рынке.

АСПЕКТЫ УПРАВЛЕНИЯ РАЗРАБОТКОЙ КОРПОРАТИВНОГО БРЕНДА

Горохова Е.Д., гр. ЭМБ-119
Научный руководитель доцент Страчкова Е.Г.
Кафедра Экономики и менеджмента

Корпоративный бренд – это совокупность визуальных и вербальных элементов бренда компании, транслирующих её конкурентные преимущества/обещания (название, логотип, товарный знак и другие визуальные элементы: шрифты, цветовые схемы и символы). Это также и фирменный стиль в широком смысле, а также позиционирование и

устойчивые атрибуты маркетинговых коммуникаций, которые становятся известными и понятными в результате последовательного маркетинга.

Для потребителя корпоративный бренд является гарантом качества продукции или услуг, не подразумевающий участие потребителя в корпоративной культуре компании; но репутация корпоративного бренда может создать такие условия и транслировать такие ценности, что, пользуясь качественной продукцией компании, у потребителя может возникнуть желание принять активное участие в жизни компании, как наемный работник.

В позиции потенциального работника, фокус смещается с продукции на условия, в которых предстоит оказаться соискателю в течение протяженного времени: корпоративная культура, коллектив, отзывы работников (текущих и бывших) будут прямо влиять на восприятие корпоративного бренда, как его непосредственные атрибуты. Это больше касается репутации, но именно этот эмоциональный набор ассоциаций и качеств будет в итоге связан с непосредственными атрибутами компании.

Разработку корпоративного бренда можно рассматривать как проект. В первую очередь необходимо изучить, каким образом компании-конкуренты формулируют сообщения и производят коммуникации как со своими потребителями, так и внутри своей компании. Учет данных аспектов и особенностей поможет избежать подражания в визуальных и прочих коммуникациях, повысит уникальность, узнаваемость корпоративного бренда, а также поможет выявить тренд среди конкурентов. Это в свою очередь может послужить основой для изменения тактики и характера обращения от имени самой компании. Формирование эффективного корпоративного бренда позволяет обеспечить основу для разработки наиболее выгодной стратегии развития, упрочить свое положение или занять лидирующее положение в рыночной нише; может способствовать повышению репутации компании и капитализации бренда. Сильный корпоративный бренд также позволяет обеспечивать защиту продуктам, интеллектуальной собственности, дизайну и прочим составляющим элементам компании и её продукции.

ОСОБЕННОСТИ СОЗДАНИЯ И ПРОДВИЖЕНИЯ БРЕНДА

Евстегнеева А.Э., гр. ЭМ-121

Научный руководитель доцент Страчкова Е.Г.

Кафедра Экономики и менеджмента

Бренд – это последовательный набор функциональных, эмоциональных, психологических и социальных обещаний целевому

потребителю, которые являются для него уникальными и значимыми и наилучшим образом отвечают его потребностям.

Узнаваемость марки – это то, к чему стремится каждая компания. В литературе приводится много различных вариантов, как продвигать товары и бренды, одним из которых является брендинг. Его основной целью является формирование у потребителей предпочтения бренду, который обеспечит компании спрос на товар на длительный промежуток времени. Бренд продвигает бизнес-идею, и его основная задача – донести до людей её индивидуальность, сущность и ценности, передав их визуальными средствами. Это помогает бренду оставаться связанным с отдельной определенной целью или, если быть более точным, с определенным мировоззрением. Двумя главными функциями бренда являются, во-первых, идентификация товара и его производителя – бренд начинается с идеи, которая соединяется с образом товара и проецируется в общество; во-вторых, различимость товаров в конкурентной среде – будучи востребованной и подхваченной социальной средой, она становится общественно значимым явлением.

Процесс создания бренда включает в себя следующие действия: создание концепции бренда – для кого и чего он предназначен, какую смысловую нагрузку несет; разработка вариантов, составляющих бренда – круг альтернатив; тестирование вариантов – выбор наиболее подходящих для предложенной концепции товара; создание упаковки (внешнее оформление товара); тестирование бренда.

Социальные сети – лучшее место для продвижения бренда, особенно для тех, кто начинает с нуля. Это объясняется тем, что продвижение в соцсетях не требует много денег и позволяет существенно расширить охват при минимальных затратах. Например, аудитория социальной сети ВКонтакте составляет 97000000 человек в месяц. Среди них можно найти свою целевую аудиторию, которой будет интересен создаваемый контент. Чтобы не продумывать разные стратегии продвижения, можно дублировать посты во всех известных соцсетях одновременно; так же можно продвигать контент на своем сайте, в СМИ и на других площадках.

Продвижение бренда – это долгий, сложный процесс, который требует, не только времени и финансовых вложений, но и креативных идей.

ИНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГИИ КАК ИНСТРУМЕНТ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Новичкова Е.В., гр. ЭС-221

Научный руководитель доцент Страчкова Е.Г.

Кафедра Экономики и менеджмента

Практика использования всех аспектов традиционного маркетинга в Интернете, с целью продажи продукта или услуги покупателям и управления взаимоотношениями с ними характеризует понятие интернет-маркетинга. Чтобы бизнес мог выжить в интернете, ему необходим правильно подобранный инструментарий интернет-маркетинга; он помогает бизнесу расти быстрее, чтобы он не тратил драгоценное время на рутину, и не отставал от конкурентов. Существуют различные инструменты интернет-маркетинга для разных задач – поиска клиентов, продаж, создания имиджа, оценки результативности маркетинговой деятельности.

Интернет-маркетинг включает в себя такие действенные digital-инструменты, как медийная реклама; контекстная реклама; поисковый маркетинг в целом и SEO в частности; продвижение в социальных сетях: SMO и SMM; прямой маркетинг с использованием email, RSS и т.п.; вирусный маркетинг; партизанский маркетинг; партнерский (аффилированный) маркетинг; интернет-брендинг; email-маркетинг; контент-маркетинг; programmatic (RTB) и другие.

Специалист, который умеет привлекать клиентов в интернете, используя адаптированные методы классического маркетинга, называется интернет-маркетологом, а проще говоря, человеком, который помогает бизнесу и покупателям найти друг друга в сети.

Интернет-маркетолог работает в связке с таргетологом, SMM-щиком, копирайтером; в его основные задачи входит: разработка стратегии продвижения и отслеживание её реализации; анализ работы на разных этапах и внесение корректировок в план; отчеты перед клиентами и формирование рекомендаций по дальнейшему продвижению. В зависимости от проекта и того, сколько интернет-маркетолог готов взять на себя, ему могут потребоваться разные навыки: проводить анализ конкурентов, продукта, ниши и использовать эту информацию; формулировать цели продвижения; составлять стратегию продвижения в социальных сетях; готовить площадки и каналы привлечения трафика; определять и сегментировать целевую аудиторию; выстраивать воронку продаж и работу с ней; разбираться в видах контента и его эффективном использовании; владеть маркетинговыми инструментами (например, сервис

аналитики DataFan, онлайн-парсер целевой аудитории Pepper.Ninja, сервис отложенного постинга SMMplanner).

БРЕНДИНГ И РЕБРЕНДИНГ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КОМПАНИИ

Палагина А.С., гр. ЭС-121

Научный руководитель доцент Страчкова Е.Г.

Кафедра Экономики и менеджмента

Бренд – это комплекс представлений, ассоциаций, эмоций, ценностных характеристик о продукте или услуге в сознании потребителя; он обеспечивает эмоциональную связь между восприятием потребителя и функциональностью продукта. Формирование бренда является важнейшим фактором, определяющим прибыльность предлагаемых товаров или услуг; именно качественный бренд позволяет в дальнейшем снизить издержки на продвижение, обеспечить устойчивость компании в конкурентной борьбе.

Становление и развитие бренда включает основные этапы: позиционирование бренда, разработка стратегии бренда, создание компонентов бренда, продвижение бренда и управление брендом.

Процесс же формирования представлений, ассоциаций, эмоций, ценностных характеристик о продукте или услуге в сознании потребителя называют брендингом. Но брендинг – это не только формирование нового бренда на рынке, но и изменение уже существующего, а именно ребрендинг. Ребрендинг – это изменение образа бренда, нацеленное на рост продаж, увеличение доли рынка, а также на сохранение компании на рынке в связи с какими-то, чаще неблагоприятными событиями. Ребрендинг предполагает корректировку не только визуальных, но и смысловых элементов: названия, позиционирования, миссии, целей, легенды, способов коммуникации бренда с потребителями. Обновленный бренд позволяет выделиться среди конкурентов, расширить целевую аудиторию, продемонстрировать потребителям свои сильные стороны, которые при прежнем названии или позиционировании не были очевидны или по каким-то причинам были потеряны.

Понятия «бренд», «брендинг» и «ребрендинг» взаимосвязаны, однако создание бренда подразумевает также применение товарного знака и торговой марки. Товарный знак подразумевает обозначение бренда, служащее для его идентификации потребителем, которое подлежит правовой защите; товарная же марка используется для внешнего обозначения товара с целью его идентификации и отличия от конкурентов.

Мировая практика показывает, что грамотно сформированные и управляемые бренды не только надолго сохраняют свои позиции на рынке,

но и обеспечивают компаниям неоспоримые конкурентные преимущества. Поэтому брендинг и ребрендинг в маркетинговой деятельности компании являются важнейшими факторами её становления и развития.

СПЕЦИФИКА И ИНСТРУМЕНТЫ БАНКОВСКОГО МАРКЕТИНГА

Подмарева В.И., гр. ЭМБ-120в
Научный руководитель доцент Страчкова Е.Г.
Кафедра Экономики и менеджмента

Специфика банковской деятельности отображается на всех составляющих маркетинга в сфере банковского бизнеса, включая цель, функции и принципы. Цель банковского маркетинга – создавать такие финансовые услуги и предоставлять их таким образом, чтобы лучше всего удовлетворить потребности потребителей и получить прибыль. Для достижения поставленной цели необходимо выполнять следующее: проводить анализ поведения потребителей с целью выявления их потребностей; исследовать финансовый рынок и находить наиболее экономически привлекательные сегменты; следить за потоками капитала на финансовом рынке; изучать маркетинговую деятельность конкурентов; разрабатывать и применять новые маркетинговые стратегии; создавать новые банковские продукты и предлагать новые банковские услуги с целью удовлетворения потребностей потребителей; достигать долговременных конкурентных преимуществ, предлагая высококачественные услуги с ориентацией на потребности потребителя; устанавливать прозрачные отношения с потребителями, партнерами и работниками самого банка; внедрять прогрессивные технологии получения, обработки и хранения информации; совершенствовать внутреннюю культуру коммерческого банка.

На реализацию целей и задач банковского маркетинга ориентированы его функции: аналитическая, сбытовая, производственная и управленческая; классические маркетинговые функции в банковской сфере имеют определенные особенности. Так, аналитическая функция банковского маркетинга заключается, в первую очередь, в выявлении существующего и потенциального рыночного спроса и требований потребителей к банковской продукции. Производственная функция предусматривает эффективную организацию деятельности по созданию новых и совершенствования существующих банковских услуг. Сбытовая функция банковского маркетинга – это разработка сбытовой политики, организация системы стимулирования реализации банковских продуктов и предоставления банковских услуг, поддержания и развития позитивного имиджа коммерческого банка. Управленческая функция маркетинга в

банковской сфере означает планирование и координацию деятельности банка на финансовом рынке, а также контроль за показателями эффективности его деятельности.

Инструменты банковского маркетинга призваны обеспечивать реализацию маркетинговой политики коммерческого банка и способствовать достижению его основных целей.

РАЗРАБОТКА ПРОГРАММЫ ЛОЯЛЬНОСТИ ПОКУПАТЕЛЕЙ

Султанова А.Р., гр. ЭС-121

Научный руководитель доцент Страчкова Е.Г.

Кафедра Экономики и менеджмента

Программа лояльности – это способ удержать постоянных покупателей и мотивировать их на дальнейшие покупки; также это форма поощрения постоянных покупателей путём их вознаграждения для удержания и мотивации к совершению повторных покупок.

Привлечение нового покупателя обходится компаниям до десяти раз дороже, чем мотивация уже существующего на новые приобретения. Однако, программы лояльности не нужны компаниям, покупатели которых делают однократные крупные покупки (недвижимость, автомобили) или пользуются услугами однократно (свадебные салоны); зато у продуктовых магазинов, брендов одежды и косметики, спортивных клубов и автосервисов программы лояльности отлично себя зарекомендовали.

К видам программ лояльности относят: дисконтные, многоуровневые, бонусные, партнерские, ценностные, благотворительные, кобрендинговые, геймифицированные, кэшбэк, сторителлинг, закрытые клубы и т.д. Программа лояльности нужна не только для удержания покупателей; компании используют её для построения эффективной маркетинговой стратегии. Программа лояльности решает в компании следующие задачи: повышение частоты покупок и среднего чека; сбор и пополнение данных о покупателях; сокращение расходов на привлечение новых покупателей; формирование персонализированных предложений; формирование пула лояльных покупателей; установление контакта и «общение» с ними. К этапам разработки и внедрения программы лояльности относят: постановку цели, выбор структуры и механики, формирование стратегии, запуск, оценку её эффективности. Выбор механики программы начинают с аналитики целевой аудитории, а запуск программы – с тестирования.

Показателями эффективности программы лояльности являются: средняя продолжительность жизненного цикла потребителя; уровень вовлеченности потребителей; процент их оттока; индекс показывающий, сколько покупателей рекомендуют данную компанию своим знакомым.

Важным условием лояльности покупателей является достижение высокого уровня их удовлетворенности продуктами/услугами компании, уровнем их обслуживания и качеством сервиса, а также материальными и нематериальными предпочтениями.

Количество разновидностей программ лояльности постоянно растёт, но покупатели верят им всё менее охотно. Чтобы инструмент работал, необходимы понятные и привлекательные условия программ, а также их тщательная подготовка.

НЕВЕРБАЛЬНЫЕ СРЕДСТВА ПОВЫШЕНИЯ ДЕЛОВОГО СТАТУСА

Белова В.В., гр. ЭМ-221

Научный руководитель доцент Пурыскина В.А.

Кафедра Экономики и менеджмента

Общаясь с друзьями, коллегами и родственниками человек очень часто прибегает к невербальному способу общения, и в основном это делает не произвольно или подсознательно. Во многом данный «язык» общения создаёт первое впечатление о нас и об окружающих, и определяет наше отношение и реакцию друг к другу. Если бы люди сознательно относились к этим безмолвным сигналам, то тут же открыли бы для себя возможность более полно и эффективно их использовать. Невербальное общение представляет собой общение без помощи слов и часто возникает бессознательно, поэтому может либо дополнять и усиливать словесное общение, либо ему противоречить и ослаблять. В настоящее время данная форма общения достаточно хорошо изучена и для достижения необходимого эффекта с успехом может контролироваться через жесты, мимику и пантомимику, а также через прямые, сенсорные или телесные контакты. Почему важно научиться использовать невербальные средства общения? Правильно понимать «язык» невербального общения важно по нескольким причинам. Во-первых, передать чувства словами, так как человек передает их жестами, практически невозможно, поскольку одних слов зачастую бывает недостаточно. Во-вторых, уметь общаться невербально, значит уметь владеть собой и понимать, что люди думают в действительности.

Стоит заметить, что во время личной беседы собеседники передают невербальным путём две трети информации. Сопроводя свою речь жестами, человек передает 55% информации, в то время как при помощи слов всего лишь 7%. Визуальный контакт является важным элементом делового общения. Человеку значительно легче поддерживать визуальный контакт с собеседником при обсуждении приятной темы, а, как правило, при

обсуждении неприятных вопросов избегаем его. Зафиксированный взгляд в районе лба собеседника создает атмосферу делового партнёрства.

Соблюдение таких «мелочей» существенно позволяет человеку выглядеть лучше в глазах собеседника и по возможности полностью контролировать ситуацию, а если что-то пойдет не так исправить это и повернуть в выгодную для себя позицию. Умение владеть невербальными средствами коммуникации – это искусство, постигнув которое индивид без проблем сможем повысить свой деловой статус.

ВЛИЯНИЕ КОММУНИКАТИВНЫХ БАРЬЕРОВ НА ЭФФЕКТИВНОСТЬ ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ

Грехова А.А., гр. ЭМ-121

Научный руководитель доцент Пурыскина В.А.

Кафедра Экономики и менеджмента

Деловое общение является важной составляющей профессиональной деятельности специалистов любой сферы. Поэтому для успешного установления контактов, эффективного ведения переговоров и достижения поставленных целей необходимо иметь знания в области деловых коммуникаций. Однако в процессе делового общения часто возникают затруднения, непонимания и отрицательные эмоции, причиной которых становятся коммуникативные барьеры.

Коммуникативный барьер – это психологическое препятствие на пути восприятия адекватной информации между партнерами по общению. Обычно это уже сформированное субъективное мнение каждого из участников по поводу обсуждаемой темы. Также, если человек может на бессознательном уровне интерпретировать услышанное слово неправильно, если не готов к получению данной информации. Как правило, в подобной ситуации срабатывает психический защитный механизм. Ещё одной распространённой причиной возникновения коммуникативных барьеров является разница в знаниях и опыте. Используя какие-то профессиональные понятия и термины в разговоре, человек даже не будет осознавать, что собеседник не может понять большую часть сказанного.

В процессе делового общения возможно возникновение, по крайней мере, трех коммуникативных барьеров: «авторитет»; «избегание» и «непонимание». Первые два обеспечивают защиту от источника информации, последний барьер – защиту от самого сообщения.

Таким образом, барьеры в общении не являются результатом сознательной, произвольной и направленной защиты от воздействия информации, и, как правило, их действие противоречиво. Подводя итог можно сказать, что невозможно избежать всех коммуникативных барьеров,

так как будут возникать в любом случае при общении людей и затруднять эффективность их взаимодействия. Однако, учитывая возможность их и зная пути их преодоления, можно минимизировать негативное влияние коммуникативных барьеров, что будет способствовать более эффективному деловому общению людей, коллег и партнеров по бизнесу.

ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Егорова А.А., гр. ЭС-121

Научный руководитель доцент Пурыскина В.А.

Кафедра Экономики и менеджмента

В нашем мире ничто не может оставаться без изменений, которые происходят на постоянной основе и не могут быть незамеченными современными людьми. Эти перемены касаются экономики, торговли, бизнес-процессов, способов маркетингового влияния на потребителей абсолютно во всем мире. Примером подобных перемен за последнее столетие стало появление сети Интернет, представляющую глобальное средство коммуникаций и обеспечивающую передачу различных видов данных по всему миру без национальных и территориальных ограничений. Глобальная сеть обеспечивает быстрое развитие мирового информационного сообщества, а вместе с ним и подходы к управлению бизнесом и реализации маркетинговых решений.

В наше время невозможно представить жизнь без интернета. Утро начинается с проверки социальных сетей, в которых человек потребляет около 34 гигабайт информации, проводит в среднем 3-4 часа в день за мобильным устройством. В течение дня люди регулярно посещают сайты и там встречают пестрые объявления, которые вынуждают приобрести новые товары. С каждым годом все больше людей используют интернет для поиска информации о товарах и услугах, а также их покупке. Таким образом, интернет стал неотъемлемой частью жизни каждого человека, и именно этим пользуются маркетологи при разработке маркетинговых стратегий компании.

Развитие ни одной компании в мире не обходится без использования инструментов интернет-маркетинга. Интернет-маркетинг позволяет повысить узнаваемость бренда, лучше понимать потребности и интересы потребителей, эффективно настраивать рекламные кампании, а, следовательно, привлекать новых клиентов и тем самым увеличивать прибыль. При этом значительно повышается эффективность действий компании, так как четко выявляется целевая аудитория и направляются только те рекламные объявления, в которых нуждаются потребители.

Однако успешного результата в деятельности предприятия можно достичь лишь при тщательной разработке стратегии.

Постепенно офлайн-маркетинг теряет свое влияние, и современные тенденции требуют от производителей адаптироваться к последним веяниям. Интернет-маркетинг является очень востребованным среди покупателей, так как в последнее время большое число покупок совершается при помощи онлайн-платформ и востребованность в нем постоянно возрастает.

СОЗДАНИЕ И ПРОДВИЖЕНИЕ БРЕНДА КОМПАНИИ

Кондакова М.А., гр. ЭС-221

Научный руководитель доцент Пурыскина В.А.

Кафедра Экономики и менеджмента

В настоящее время существуют миллионы компаний по всему миру, которые предлагают различные товары или услуги. В условиях жёсткой конкуренции им приходится постоянно соревноваться за наилучшее положение на рынке, чтобы реализовать все свои цели и получить максимальную прибыль. Потребности людей ежегодно растут и становятся все более высокими. Научно-технический прогресс не стоит на месте и вносит свои корректировки. Товары, которые раньше были очень популярны, сегодня становятся менее актуальными. Сфера услуг растет с каждым годом, так как она способствует решению социально-бытовых проблем потребителей и экономит время. Компании должны быть гибкими к постоянно изменяющимся условиям, четко понимать, чего хочет их целевая аудитория, постоянно совершенствоваться, внедряя инновации. Только в таком случае она сможет занимать лидирующие позиции на рынке.

Создание бренда – это ключ к успеху компании, так как он формирует эмоциональный образ в голове и придает ценность, за которую люди готовы платить более высокую цену, и повышает узнаваемость продукции компании. Формирование бренда – долгий и сложный процесс, который включает в себя разработку концепции, исследование рынка, изучение аудитории и т.д. Далеко не каждой компании удаётся стать популярной, потому что мало создать бренд, нужно уметь его правильно продвигать в массы. Продвижение бренда помогает раскрутить торговую марку и показать бренд «в выгодном свете». Рекламные компании в средствах массовой информации, ведение страничек в социальных сетях, участие в конференциях и благотворительных мероприятиях – все это способствует повышению известности бренда.

Таким образом, грамотное создание и успешное позиционирование бренда значительно увеличивает рентабельность фирмы, способствует

расширению целевой аудитории и укреплению позиции в определенной нише на рынке. Люди хотят покупать бренды, потому что это модно, престижно и проверено. Чем больше человек слышит о товарах или услугах какого-нибудь бренда, тем больше будет совершать его покупки, даже не всегда это осознавая. Недаром многие успешные компании, чтобы «быть на слуху» у людей, тратят миллионы долларов на лучших специалистов, которые разбираются в аналитике и разрабатывают фирменный стиль и непревзойденно чувствуют своих потребителей.

ИМИДЖМЕЙКИНГ КАК СОСТАВЛЯЮЩАЯ УСПЕХА В БИЗНЕСЕ

Момот А.А., гр. ЭМ-221

Научный руководитель доцент Пурыскина В.А.

Кафедра Экономики и менеджмента

Почти каждому человеку с раннего детства хорошо знакомо выражение: «Встречают по одежке, провожают по уму». И это утверждение применимо не только к общественной жизни, но и в предпринимательской сфере. Стоит отметить, что имиджмейкинг можно рассмотреть в двух аспектах: имидж одного человека, который планирует устроиться на работу в компанию, а также имидж организации, которая или уже существует, или только начинает свой путь. Согласитесь, что впервые встречаясь, человек «сканирует» индивида как объект общения, а изучив, дает ему субъективную оценку. Если индивид приятен человеку, то уже на подсознательном уровне выстраивается располагающее к общению взаимодействие. Если же нет, то человек стремится прервать возникшее общение. Такое применимо не только во взаимоотношениях между людьми, но и в процессе восхождения компании на рынок. Когда компания только начинает свое существование, она заинтересована в привлечении покупателей/клиентов путем продвижения своего продукта или услуги. Компания продумывает рекламные кампании, которые могут заинтересовать аудиторию. И то, насколько эта рекламная кампания «зацепит» потребителя, определяет место организации на рынке.

Имиджмейкинг во многом состоит из психологических приемов. Для создания качественного и привлекательного имиджа стоит проанализировать целевую аудиторию и сделать выводы относительно того, какие вещи привлекают и располагают ее. Например, при создании логотипа или же рекламы нужно определиться с тем, какую реакцию надо произвести на аудиторию. И здесь стоит обратиться к психологии цвета, так как каждый цвет вызывает разные эмоции у людей: синий – спокойствие; красный – страсть, злость; желтый – позитив; зеленый – свежесть и т.п.

Имидж выступает как стереотип при выборе потенциальными покупателями товара и услуги, поэтому его всегда стоит поддерживать должном уровне. Неправильно выстроенная рекламная кампания может разрушить годами выстроенный имидж организации, что приведет к ослаблению конкурентных преимуществ и потере доли рынка.

Таким образом, имидж имеет огромное значение для достижения успеха во всех сферах человеческой деятельности, так как не только позволяет завоевать лояльность окружающих людей, но и потенциальных клиентов и партнеров по бизнесу.

ОБУЧЕНИЕ ПЕРСОНАЛА КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ КАЧЕСТВА ТРУДОВОЙ ЖИЗНИ РАБОТНИКОВ

Романюгин Д.Р., гр. ЭМ-121

Научный руководитель доцент Пурьскина В.А.

Кафедра Экономики и менеджмента

Как правило, обучение персонала – это целенаправленный, планомерно организованный и систематически осуществляемый процесс овладения знаниями, умениями и навыками, а также способами делового и профессионального общения работников под руководством опытных преподавателей, наставников, специалистов и руководителей.

Повышению качества трудовой жизни работника способствует создание условий для наиболее полного и всестороннего раскрытия трудового потенциала каждого члена коллектива, что в свою очередь обеспечивает организацию профессиональными сотрудниками для эффективного выполнения стоящих перед ними задач и способствует реализации стратегических перспектив развития.

Планируя процесс обучения, организация и сам работник определяют ряд задач, являющихся наиболее приоритетными в сложившейся ситуации и стратегически важными в будущем. Обучение персонала, с точки зрения работодателя, способствует воспроизводству и сохранению персонала, внедрению нововведений, созданию позитивного имиджа организации, а с точки зрения работника – повышение профессионального мастерства положительно отражается на гарантии сохранения рабочего места, возможностях повышения в должности, на чувстве собственного достоинства и возможностях самореализации.

В международной практике для оценки эффективности профессионального обучения используется модель Дональда Киркпатрика, рассматривающая 4 уровня оценки результатов обучения: реакция, усвоение, поведение и результат. В модель Д. Киркпатрика был добавлен в

1991 году Дж. Филипс пятый уровень оценки – отдача от инвестиций в обучение (ROI), расчет которого позволяет количественно выразить улучшение результативности и качества работы в результате обучения сотрудников. Стоит отметить, что оценка в денежном эквиваленте ценности проведенного обучения и возврата инвестиций на программы обучения способствует принятию обоснованных решений по выбору обучающих программ и сравнивать их эффективность.

Формированию и развитию кадрового резерва, повышению квалификации и росту производительности труда персонала, а также качеству его трудовой жизни, формированию единого корпоративного духа и повышению лояльности сотрудников и клиентов к компании будет способствовать результативность обучения работников.

НРАВСТВЕННЫЙ КЛИМАТ КОМПАНИИ КАК КОНКУРЕНТНОЕ ПРЕИМУЩЕСТВО

Фищенко И.И., гр. ЭМ-121

Научный руководитель доцент Пурыскина В.А.

Кафедра Экономики и менеджмента

Особую важность в настоящее время в период социально-экономического развития организации играет человеческий ресурс. В данном случае главная цель менеджмента заключается в согласовании интересов всех уровней управления, что предполагает использование навыков сотрудников в организации с учётом всех его личностных и профессиональных характеристик. Вступая во взаимодействие между собой, работники образуют социальные системы, удовлетворяющие свои разнообразные потребности. Организация выступает, как материальная основа жизни общества, наделяя человека всем необходимым: работой, материальными благами и другими различными привилегиями. Поэтому для достижения поставленной цели организации объединение людей внутри нее в подгруппы имеет большое преимущество, так как в одиночку человек не в состоянии решить ни одну значимую задачу, не потратив на это большое количество времени и не приложив значимых усилий. Таким образом, главным источником разногласий в трудовом коллективе является социальное взаимодействие, и, возникающие стрессовые ситуации приводят к снижению результативности труда.

На персонал организации воздействуют определенные социально-психологические закономерности, без знания которых руководителю трудно управлять сотрудниками, вести не только воспитательную работу, мобилизовывать работающих на выполнение производственных задач, но и эффективно развивать предприятие. Принятие совместных решений

производственных вопросов способствует снижению конфликтных ситуаций и соответственно стресса у работников, повышая инновационный потенциал сотрудников и сглаживая возможные последствия нечеткого распределения обязанностей и неправильного руководства и конфликты на межличностном уровне, что в свою очередь улучшает нравственный климат в организации.

Из практики управления хорошо известно, что для налаживания дисциплины, повышения производительности труда и создания благоприятного нравственного климата руководителю необходимо знать межличностные отношения в коллективе, что будет способствовать сработанности и слаженности коллектива, формируя его как единую систему, и выступать конкурентным преимуществом компании на рынке.

МАРКЕТИНГ ВЛИЯНИЯ КАК СПОСОБ ПСИХОЛОГИЧЕСКОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ НА ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

Дугнист Ю.А., гр. ЭС-121

Научный руководитель преподаватель Криворотова Д.А.

Кафедра Экономики и менеджмента

Ключевым аспектом маркетинга является психология потребительского поведения, так как акцент на особенностях человеческого мышления и эмоционального фона повышает эффективность маркетинговой политики. Среди способов влияния маркетинга на потребителей с учетом психологических особенностей выделяют зрительные уловки, феномен Итона-Розена (эффект рифмованности), «принцип авторитетов», «прайминг-эффект», феномен Баадера-Майнхоф (частотная иллюзия) и другие.

Явление «принцип авторитетов» обосновал американский психолог Роберт Чалдини. Суть принципа заключается в том, что авторитетные личности, «лидеры мнений», вызывают у людей больше доверия, чем остальные, их мнение редко ставится под сомнение. Решения, принятые на основе данного принципа, кажутся потребителям рациональными.

Основной площадкой для распространения маркетинговых инструментов в настоящее время являются социальные медиа, так как большая часть аудитории перешла от телевидения и прессы к блогерам. Вид маркетинга, агентами которого выступают блогеры и звезды с аудиторией в социальных сетях или других площадках, где собирается большое количество пользователей, называется маркетингом влияния (инфлюенс-маркетингом). Привлечение блогеров в целях реализации рекламной кампании выгодно для организации ввиду уже сформировавшейся,

аккумулятивной целевой аудитории. Еще одним преимуществом применения маркетинга влияния является возможность отслеживать реакцию аудитории и оценивать ее вовлеченность.

За последние пять лет рынок инфлюенс-маркетинга в мире вырос почти в 10 раз. По данным исследования компании HubSpot, разработчика и продавца программных продуктов для продаж и обслуживания клиентов, 71% пользователей принимают решение о покупке товаров и услуг по рекомендациям из социальных сетей в связи с высоким уровнем доверия к блогерам. Наиболее привлекательной категорией инфлюенсеров для сотрудничества являются микроблогеры (количество подписчиков от 10 тысяч до 100 тысяч), что объясняется соотношением потраченного бюджета и получаемого результата.

Таким образом, маркетинг влияния является способом психологического воздействия на потребителей и занимает наиболее выигрышную позицию среди всех возможных.

РОЛЬ РЕКЛАМЫ В ФОРМИРОВАНИИ СПРОСА И СТИМУЛИРОВАНИЯ СБЫТА ТОВАРОВ (УСЛУГ)

Мурадян Л.М., гр. ЭС-121

Научный руководитель преподаватель Криворотова Д.А.

Кафедра Экономики и менеджмента

Обеспечение функционирования коммерческих организаций в современных условиях и развитие секторов экономики неразрывно связано с созданием и коммерциализацией товаров (услуг). Одним из важнейших факторов формирования спроса на продукцию является реклама. Качественная рекламная кампания посредством психологического влияния на потребителей способна выделить продукт на фоне конкурентов и привлечь целевую аудиторию.

Психологическое воздействие представляет собой совокупность действий, выполняемых с целью изменения параметров психики человека. Использование в рекламе методов психологического воздействия (информирование, внушение, убеждение и побуждение), подталкивает потребителей выбирать и приобретать определенный товар.

Рекламные инструменты, такие как матракаж, SMM (маркетинг в социальных сетях), объявления на страницах журналов, газет и др., взаимно связывают организацию с потенциальными покупателями, обеспечивают их информацией о товарах и услугах, полезности, привлекают внимание, определяют вектор потребностей, что позволяет говорить о регулярном влиянии на подсознание человека и общество в целом. Однако не каждая реклама достигает своей конечной цели и может привести к снижению

конкурентоспособности фирмы или отдельных ее товаров, потере имиджа бренда и даже выплате штрафов. Например, реклама «Скоро в школу», распространяемая на здании ОАО «Торговый дом «ЦУМ» в 2007 году, несла оскорбительный мотив в сторону школьников и их возрастных ценностей и нарушала закон «О рекламе», что привело не только к негативному отношению потребителей, но и к выдаче ФАС предписания о выплате штрафа.

Таким образом, для увеличения сбыта товаров (услуг) и достижения рентабельности производства благодаря применению рекламной кампании важно учитывать психоэмоциональные аспекты личности.

СБЫТОВАЯ ПОЛИТИКА В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ В УСЛОВИЯХ САНКЦИОННОГО ДАВЛЕНИЯ

Кондратьев И.М., гр. ЭС-121

Научный руководитель преподаватель Криворотова Д.А.

Кафедра Экономики и менеджмента

На протяжении долгих лет в России сбытовая политика предприятий развивалась равномерно, без резких скачков, но в условиях санкционного давления на Российскую Федерацию и ухода многих иностранных компаний с рынка, российским предпринимателям открылись новые возможности ведения бизнеса по оптовой и розничной торговле. В связи с этим сильно возросло количество предпринимателей, занимающихся продажей товаров, ввезенных по альтернативным каналам. Спрос на такие предложения оказался неожиданно высоким. Это обусловлено тем, что до произошедших событий крупные сети и региональные магазины имели преимущество – сертифицированный для использования на территории России товар, а теперь им приходится ввозить его через те же альтернативные каналы, но итоговая стоимость для потребителя намного выше ввиду высоких издержек на содержание магазинов сети, рекламу, складирование.

Единственным удерживающим потребителя фактором является гарантия, но и здесь приходится меняться. Гарантийные обязательства теперь несёт не производитель, а продавец, в связи с этим ему необходимо самостоятельно завозить запасные части, обучать специалистов, закупать оборудование для ремонта или заключать договоры сотрудничества с сервисными центрами, из-за чего издержки растут, а время гарантийного ремонта увеличивается. Таким образом, среди предпринимателей, занимающихся параллельным импортом товаров, возникает высокая конкуренция. Бывает так, что на одно товарное наименование приходится

более четырех тысяч предложений в Москве без учёта региональных магазинов и крупных сетей.

В перспективе конкуренция среди предпринимателей, занимающихся ввозом товаров по альтернативным каналам, будет только расти, поэтому следует ожидать появления новых и совершенствования уже известных инструментов стимулирования сбыта, а значит и развития маркетинга как науки.

СЕГМЕНТИРОВАНИЕ РЫНКА ТОВАРОВ (УСЛУГ)

Хваржева Е.М., гр. ЭМ-221

Научный руководитель преподаватель Криворотова Д.А.

Кафедра Экономики и менеджмента

Сегментирование рынка товаров (услуг) является главным инструментом квалифицированного маркетолога. Применение данного инструмента позволяет проанализировать рынки и определить сегменты, которые принесут более высокий доход. Объектами исследования становятся потребители, а также конкуренты компании и её продукция.

В настоящее время создание товара уже не является таким уникальным событием, как это было ранее. Еще полвека назад создание чего-то нового производило революцию и приносило изобретателям огромную прибыль. В настоящее время основным является не создание, а профессиональная и результативная разработка нового продукта. Благодаря квалифицированной маркетинговой стратегии фирмы товары, которые не были уникальными и сверхновыми, становились лидером продаж на многие последующие годы.

Проблемы сегментирования рынка считаются основными при организации маркетинговой деятельности. Буквально во всех видах маркетинговой работы исследование сегментов рынка выявляет потребление и влияет на результаты проделанной работы. Без сегментации выжить на рынке может только монополист, у которого в любом случае купят товар или услугу. В условиях конкуренции, если компания не проведет сегментацию рынка, она не сможет конкурировать с компанией, которая сегментацию провела. Успешное решение проблем сегментирования рынка компанией приведет к подъему продаж, и, соответственно, росту прибыли компании.

Методы и критерии сегментирования рынка услуг и товаров помогают принять оптимальное бизнес-решение. Таким образом, без сегментации невозможно увеличить продажи и повысить прибыль компании.

НЕЙРОМАРКЕТИНГ КАК ИНСТРУМЕНТАРИЙ ВОЗДЕЙСТВИЯ НА ПОТРЕБИТЕЛЯ

Соловьева Е.Ю., гр. ЭС-121

Научный руководитель преподаватель Криворотова Д.А.
Кафедра Экономики и менеджмента

Нейромаркетинг (сенсорный маркетинг) – инновационный методологический подход к маркетинговой деятельности, опирающийся на исследования поведения потребителей через воздействие различных стимулов на их мозг. Нейромаркетинг возник на стыке традиционного маркетинга, поведенческой психологии и нейрофизиологии, и подразделяется на аромамаркетинг, визуальный и звуковой мерчендайзинг.

Концепция нейромаркетинга предполагает, что человек воспринимает раздражители окружающей среды прежде всего на уровне нейрофизиологических сигналов, которые переводятся органами чувств в эмоции посредством биохимических и биофизических процессов. Предметом исследований выступают неосознанные сенсомоторные, когнитивные и эмоциональные реакции индивида на стимулы.

Задача нейромаркетинга – прогнозирование выбора потребителей путем изучения нейрофизиологических проявлений реакций человека на маркетинговые раздражители с целью повышения эффективности методов маркетинга. Использование данного направления маркетинговой деятельности позволяет собирать, обрабатывать и анализировать информацию о непроизвольных реакциях индивида, получаемую в результате измерения мозговой активности и физиологических показателей, в целях совокупного понимания потребительской стратегии. Следовательно, представление о механизме принятия решения о покупке существенно расширяется по сравнению с применением традиционных маркетинговых и социологических методик.

Среди методов нейромаркетинга выделяют кожно-гальваническую реакцию, регистрацию сокращения мышц лица, измерение частоты сердечных сокращений и пульса, айтрекинг, магнитную энцефалографию, электроэнцефалографию, магнитно-резонансную томографию.

Актуальность и целесообразность применения сенсорного маркетинга обусловлена объективностью данных, получаемых в результате нейрофизиологических исследований. Такой подход дает возможность выявить достоверные эмоции потребителей при контакте с раздражителем и определить их предпочтения среди представленных вариантов. Поэтому практическое использование инструментов нейромаркетинга эффективно для увеличения продаж и лучшего понимания потребителя.

СОЗДАНИЕ И ПРОДВИЖЕНИЕ БРЕНДА

Сечкова Е.О., гр. ЭС-121

Научный руководитель преподаватель Криворотова Д.А.

Кафедра Экономики и менеджмента

«Бренд для компании – это как репутация человека. Вы зарабатываете репутацию, стараясь делать тяжелые вещи хорошо» – сказал Джефф Безос, американский предприниматель, основатель и генеральный директор корпорации Amazon.com, один из самых богатых людей в мире. Известность торговой марки обеспечивает устойчивую позицию компании на рынке. Необходимо решать проблему формирования, продвижения бренда и управления им.

Бренд можно определить, как целостный образ, совокупность свойств и особенностей, формирующих у потребителя положительное представление об организации, ее имидже и о предоставляемой ею продукции. Бизнесу недостаточно одной рекламы, которая иногда бывает слишком навязчивой и со временем начинает только раздражать. Например, у итальянской компании Automobili Lamborghini S.p.A., производящей дорогие спортивные автомобили под маркой Lamborghini, нет рекламы по телевидению, потому что люди, способные купить данные автомобили, не сидят перед телевизором. Компаниям необходимо создать цельный, а главное уникальный образ, помогающий потребителю сформировать конкретные ассоциативные представления о деятельности той или иной компании. Грамотное брендинг выступает инструментом создания конкурентных преимуществ предприятия и его репутации.

Мы живем в динамично развивающемся обществе, идеи, ценности и сама целевая аудитория могут меняться, и чтобы бренд оставался действующим, фирме стоит отслеживать изменения рынка, разрабатывать стратегии продвижения бренда, ориентируясь на запросы покупателей, получая обратную связь и при необходимости корректируя образ бизнеса. Бренд особенно важно создавать и продвигать при выводе нового товара или услуги на рынок, чтобы у потенциальных потребителей появился интерес к новинке.

Необходимо отметить, что создание брендов в Российской Федерации сейчас особенно актуально, так как российский рынок покинули десятки популярных зарубежных брендов. В связи с этим также необходимо разрабатывать стратегии продвижения уже существующих брендов для обеспечения максимально полного охвата рынка и повышения доверия к бизнесу.

МАРКЕТИНГ В МУЗЫКАЛЬНОЙ ИНДУСТРИИ

Белугина В.В., гр. ЭС-121

Научный руководитель преподаватель Криворотова Д.А.

Кафедра Экономики и менеджмента

В современных условиях роль маркетинговых инструментов в музыкальной индустрии неоспорима. Каждый исполнитель в начале творческого пути принимает решение о дальнейшем развитии деятельности – самостоятельно продвигать музыкальный продукт или заключить контракт с продюсерским центром. От этого решения зависит выбор маркетинговых инструментов и, соответственно, судьба артиста в творческой индустрии – музыкальные хиты рождаются не только благодаря таланту композиторов и исполнителей, но и благодаря усилиям продюсеров.

Основная задача музыкального маркетинга – распространить информацию об исполнителе и привлечь как можно больше людей к его музыкальному товару. Под товаром подразумевается музыка в любых ее проявлениях: одиночный сингл, целый альбом или концерт артиста.

Еще несколько десятилетий назад единственным источником дохода исполнителей были живые выступления. Сегодня, благодаря современным маркетинговым технологиям, в музыкальной индустрии существуют другие способы монетизации. Так, если музыкальный проект сейчас не присутствует в социальных сетях, можно считать, что его не существует. Один из способов сделать музыку более прослушиваемой – записать под неё короткое видео и выложить в приложении «VK клипы». Это является хорошим маркетинговым инструментом, так как люди переходят в звук, под который снят видеоряд, и слушают полную версию песни.

По мнению российского певца, предпринимателя и продюсера Бахтияра Алиева (Bahh Tee) важно делать ставку на позиционирование, правильно преподнести свой проект. Маркетинговые инструменты необходимо сконцентрировать на привлечение «первого прослушивания»: потребитель будет слушать трек на повторе, если он действительно хороший. Также Бахтияр считает, что вся российская творческая индустрия смотрит на запад, но успех приходит к тем российским артистам, которые создают свою уникальную музыку, не забывая про культуру нашей страны, и такая музыка действительно находит своих слушателей.

Таким образом, мало уметь хорошо петь или играть на музыкальном инструменте, чтобы о творчестве исполнителя узнала вся страна. В сочетании с музыкальными навыками должны быть ещё и знания маркетинга для анализа рынка и предугадывания потребностей слушателей. Успех в музыкальной индустрии – это 1% таланта и 99% работы над проектом с помощью инструментов маркетинга.

НЕКОТОРЫЕ АСПЕКТЫ СОЗДАНИЯ И ПРОДВИЖЕНИЯ БРЕНДА

Айдинова И.А., гр. ЭС-221

Научный руководитель преподаватель Сельнинова Т.С.
Кафедра Экономики и менеджмента

В современных условиях количество товаров и услуг на рынке заметно выросло, а, следовательно, усилилась конкуренция. Проблема удержания своих позиций на рынке и повышение эффективности деятельности стоит остро. С данной проблемой сталкиваются не только молодые предприятия, но и уже имеющие опыт компании. Использование классических, стандартных методов уже недостаточно для успешного продвижения и функционирования предприятий. В связи с этим, предприятиям постоянно приходится прикладывать усилия на создание и укрепление своих преимуществ и улучшения своего продукта среди конкурентов.

Цель брендинга заключается в создании четкого, понятного и положительного образа товара или услуги в сознании потребителя, который позволит в долгосрочной перспективе повысить уровень узнаваемости компании и завоевать доверие целевой аудитории. Также можно отметить, что брендинг – один из важнейших инструментов маркетинга, который помогает компаниям или отдельному продукту дифференцироваться от конкурентов, создавая дополнительную ценность, тем самым увеличивая эффективность и прибыльность компаний.

Сам бренд предполагает продажу не просто товара, а целого образа жизни предприятия, включающего в себя его легенду, историю, узнаваемость, уникальность и полезность.

Основным фактором успеха большинства предприятий является лояльность потребителей. Поэтому компании воздействуют на эмоции потребителей, чтобы закрепить положительное впечатление от бренда и превратить пользователя в постоянного покупателя и почетного фаната бренда. Самая высшая степень лояльности потребителей – это когда покупатель из множества различных брендов выбирает всегда один конкретный.

Таким образом, бренд – это не только один из значимых факторов, влияющих на выбор покупателя того или иного товара, но и инструмент, который приводит к формированию дополнительных свободных денежных потоков, который позволяет компаниям быть конкурентоспособными на рынке товаров и услуг.

На сегодняшний день можно с уверенностью сказать, что каждая компания имеет свой бренд, который она постоянно развивает и улучшает, и это одна из причин ее популярности.

РОЛЬ ФОНДА НАЦИОНАЛЬНОГО БЛАГОСОСТОЯНИЯ В ЭКОНОМИКЕ РОССИИ

Новичкова А.Д., гр. ЭТВ-121в

Научный руководитель преподаватель Сельнинова Т.С.

Кафедра Экономики и менеджмента

Фонд национального благосостояния (ФНБ) является одним из важнейших аспектов экономики России. Первоначально основная цель создания ФНБ (с 01 февраля 2008 г.) заключалась в софинансировании добровольных пенсионных накоплений граждан Российской Федерации, и обеспечения сбалансированности (покрытия дефицита) бюджета Пенсионного фонда Российской Федерации. Однако в редких случаях бюджет ФНБ был также использован в виде антикризисного управления, так, например, в 2008 г. часть средств фонда были направлены на помощь российским банкам и размещены на депозитах во Внешэкономбанке.

После присоединения Резервного фонда (с 01 февраля 2018 г.), цели ФНБ были дополнительно расширены, а именно бюджет фонда также направлен на установление равновесия федерального бюджета РФ, например, в 2018 г. было проинвестировано в государственный проект по улучшению инфраструктуры отдельных городов России для привлечения туристов к чемпионату мира по футболу.

На текущий момент часть средств фонда выделены на самокупаемые инфраструктурные проекты, так например на 15.02.2023 Правительство РФ утвердило 23 инвестиционных проекта, реализуемых юридическими лицами, финансовые активы которых размещаются в средствах ФНБ, находящихся в доверительном управлении государственной управляющей компании, на возвратной основе.

Как установлено Правительством РФ, бюджет ФНБ формируется из дополнительных доходов с продажи нефтегазовых продуктов, т.е. получение сверхприбыли в период высоких цен на данный товар, а также доходов от использования средств самого фонда, объем которого с момента основания только увеличивается (по данным Министерства финансов на 01.03.2023 г. – 11106,40 млрд. рублей, 7,4% к ВВП).

Несмотря на экономические санкции и вытекающие последствия, в бюджет ФНБ позволяет использовать дополнительные доходы с продажи нефти и газа на приоритетные цели, т.е. данные средства направляются сразу на счета Казначейства. Санкции, введенные против РФ, никак не воздействуют на конверсию денежных средств со счетов ФНБ, данный фонд уже участвует в качестве источника антикризисных мер.

Таким образом, ФНБ является некой «подушкой безопасности», которая позволяет государству восполнять нехватку денежных средств,

когда на рынке присутствует резкое снижение цен на нефтегазовые продукты.

ЭТИЧЕСКИЙ КОДЕКС БИЗНЕСМЕНА

Полянский А.Д., гр. ЭТВ-121в

Научный руководитель преподаватель Сельнинова Т.С.

Кафедра Экономики и менеджмента

Американский менеджер Эдуард Хеннеси говорил, что «Этика должна начинаться на самом верху. Это вопрос лидерства, и глава компании должен служить примером». Этический кодекс бизнесмена включает в себя этические нормы поведения предпринимателей по отношению друг к другу, к своим сотрудникам, к потребителям или к обществу в целом. В настоящее время существует огромное количество бизнесменов, которые, как показывает практика, ведут нечестный бизнес, пытаются уклониться от законов, скрывают часть налогооблагаемой прибыли, уходят от уплаты налогов и прочее.

Этика предпринимательской деятельности заключается в том, что бизнесмены должны соблюдать кодекс чести предпринимателей, формирующий их имидж и лояльность к компании. Они должны вести деятельность компании в соответствии с принципами морали и нормами поведения, которые исключают жульничество, обман, махинации, отказ отданного слова и принятых обязательств.

Российские предприниматели еще в начале 20 века выделили основные принципы поведения в процессе предпринимательской деятельности: честность и правдивость; проявление гуманности к окружающим; уважение к установленным законам; ответственность за свою деятельность; уважение права частной собственности; целенаправленность и устремленность; реальная оценка возможностей.

Придерживаясь данных принципов, бизнесмены могут достичь успеха в ведении своего дела, а также укрепить репутацию порядочного и честного гражданина, завоевать доверие и уважение со стороны коллег, клиентов, конкурентов, партнёром, государства и общества в целом.

Таким образом, если предприниматели будут придерживаться высоко этических и моральных принципов, это приведет к укреплению нравственного здоровья общества. А также положительно скажется на формировании имиджа самого бизнесмена, взаимодействия со всеми заинтересованными субъектами хозяйствования и общества в целом.

РЕКЛАМА КАК МЕТОД ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Трякина Т.В., гр. ЭС-221

Научный руководитель преподаватель Сельнинова Т.С.
Кафедра Экономики и менеджмента

В настоящее время, когда рынок переполнен избытком предприятий, предоставляющих огромное разнообразие товаров и услуг, важную роль для ведения успешной деятельности компании играет ее конкурентоспособность. Поэтому предприятия находятся в постоянном поиске новых инструментов управления и улучшения своих конкурентных преимуществ.

Реклама представляет собой один из самых эффективных методов повышения конкурентоспособности предприятия. Рекламная деятельность играет огромную роль в формировании имиджа компании и ее продуктов, привлекая все больше новых клиентов и при этом сохраняя старых. Несомненным плюсом рекламы является то, что она позволяет представить продукцию или услуги предприятия в наилучшем свете, подчеркнуть их сильные стороны и уникальность. Анализируя роль рекламы в повышении конкурентоспособности предприятия, можно выделить основные тезисы.

Без эффективной рекламы предприятие может потерять значительную часть своей конкурентоспособности, так как бренд компании не будет достаточно известным на рынке и не сможет привлечь достаточное количество клиентов.

В условиях, когда конкуренция стоит особенно остро, именно реклама как инструмент маркетинга помогает выделить преимущества компании при прочих равных условиях и убедить потенциальных клиентов выбрать именно ее продукцию или услуги.

Реклама способна дать значительный эффект в краткосрочной и долгосрочной перспективе. Она позволяет повысить узнаваемость бренда и создать положительный имидж компании, тем самым существенно увеличить объемы продаж.

Реклама помогает расширить потенциальную аудиторию, а именно привлекая новых клиентов, которые ранее не были знакомы с данной продукцией или услугами компании.

Благодаря рекламе компания может увеличить количество лояльных потребителей, установить с ними связь, например, приглашая их на мероприятия или предлагая участие в конкурсах.

Таким образом, реклама является необходимым инструментом для повышения конкурентоспособности предприятия и должна быть включена

в маркетинговую стратегию компании в сочетании с другими маркетинговыми инструментами для достижения максимального эффекта.

РАЗРАБОТКА ПРОГРАММЫ ЛОЯЛЬНОСТИ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

Подопригора П.А., гр. ЭС-121

Научный руководитель преподаватель Сельнинова Т.С.

Кафедра Экономики и менеджмента

В условиях современного рынка каждый покупатель пытается найти для себя наилучшего продавца, который предоставит им выгодные условия. Соответственно, главная задача предпринимателя заключается в привлечении как можно большего числа покупателей к своей продукции или услуге, т.е. предложить именно тот товар или услугу, которую покупатели желают и хотят получить. В результате чего производители разрабатывают и предлагают программу лояльности, которая поможет увеличить потребительскую активность, уровень удовлетворенности покупателей, привлечь новых клиентов и установить эмоциональную привязанность, тем самым увеличить объемы продаж и доход организации, а также остаться конкурентоспособным на рынке.

Программа лояльности представляет собой один из самых эффективных инструментов по установлению взаимоотношений между производителем и потребителем. Эффективная программа лояльности – это маркетинговые мероприятия, которые направлены на предоставление постоянным клиентам предложений или поощрений в виде бонусов, скидок, купонов, участие в конкурсах и розыгрышах, с целью удержания уже имеющихся потребителей и привлечения новых.

Безусловно лояльность покупателей и их удержание оказывает положительный эффект на бизнес. От того, насколько грамотно предприятие сможет расположить клиента, зависит выгода в производстве определенных товаров и услуг. Некоторые программы лояльности вовсе не учитывают актуальные проблемы и возможности их решений, среду в которой производится определенный товар или услуга, особенности покупателей и конкурентов, в связи с чем организации сталкиваются с потерей клиентов и доходности. При разработке программы лояльности необходимо прежде всего провести исследование тенденций рынка и основных конкурентов, учесть основные пожелания и требования постоянных покупателей, а также выделить какие плюсы и минусы получит компания при разработке и внедрении данной программы.

Таким образом, разработка программы лояльности, как один из инструментов маркетинга, направлен на формирование лояльности целевой аудитории с целью создания и поддержания долгосрочных перспектив.

Данная программа должна удовлетворять обе стороны взаимоотношений: покупателя и предпринимателя.

ОСОБЕННОСТИ ЭТИКИ ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ В РАЗНЫХ ЭТНОКУЛЬТУРНЫХ СРЕДАХ

Гайрбекова Х.К., гр. ЭТВ-121в

Научный руководитель преподаватель Сельнинова Т.С.

Кафедра Экономики и менеджмента

Деловое общение – это самый сложный процесс взаимосвязи и взаимодействия между людьми с целью обмена деятельностью, информацией и опытом, т.е. выступает социально-значимая совместная деятельность. Но в процессе делового общения, к сожалению, очень часто возникают коммуникативные барьеры.

В каждой стране и у каждого народа существуют свои традиции и обычаи делового общения и деловой этики. Национальные особенности, история, религия, климат, исторически сложившиеся моральные нормы, устои и прочее оказывают влияние на то, как предприниматели одеваются, ведут себя, что считают приличным и достойным, и что является знаком ненадежности или неуважения к деловому партнеру. И это во многом определяет успех делового взаимодействия на международном уровне.

В современных условиях предприятия все больше развиваются, объединяясь с партнерами, не только из других регионов, но и из других стран. В результате чего им необходимо учитывать особенности деловой этики данных регионов или стран-партнеров. Так, например, Великобритания, где англичане достаточно консервативны, замечают мельчайшие детали и высоко оценивают собственное время: они пунктуальны и не потерпят опозданий. Испанцы же напротив крайне демократичны и строят неформальные отношения; им не свойственна пунктуальность, в отличие от британцев. Уважение, вовлеченность, понимание и терпеливость – основные четыре пункта, которыми можно было бы охарактеризовать стиль ведения бизнеса в стране Восходящего Солнца.

Возможно, что на первый взгляд чужие традиции и менталитет покажутся несколько абсурдными, и, даже могут вызвать внутренний диссонанс, однако в случае выражения партнеру неуважения, предпринимателя ожидает с высокой вероятностью неудача. Поэтому при ведении делового общения необходимо учитывать особенности деловой этики, которые исходят от истории государства и от менталитета населения, проживающего в нем.

Таким образом, недостаточно быть поверхностно осведомленными о культуре страны или региона: Вам нужно досконально изучить принятые здесь нормы морали, что является позволительным, а что нет. Ведь каждая мелочь, например, неаккуратно брошенный беглый взгляд, может отразиться на будущем Ваших бизнес-отношений с партнерами.

Авторский указатель

А

Абдульманова Э.Э. · 55
Авакянц В.А. · 103
Аверьянова А.С. · 344
Аврина Е.А. · 49, 112
Агапова Т.В. · 185
Азимов А.Т. · 216
Айдинова И.А. · 430
Айрапетян М.А. · 25
Александропуло Е.В. · 312
Алексашин А.А. · 173
Алескеров С.п.А.о. · 310
Алчебаева Д.А. · 300
Амиян Д.Г. · 65
Андреева Д.В. · 406
Аносова В.М. · 394
Антощенко И.Р. · 30
Арифуллин Р.Х. · 334
Арифуллина Н.Н. · 324
Арсентьева П.А. · 233
Арутюнян В.А. · 269
Архипова М.Д. · 389
Атанесова Д.В. · 46
Аушева Е.И. · 167
Ахмадеева А.Р. · 88

Б

Бабатаева Г.Ж. · 249
Бавыкина А.М. · 407
Баллод А.К. · 293
Балтыкова В.С. · 16
Баляева О.А. · 125
Барабанова Д.Э. · 43
Баранова Д.И. · 5
Барбашев Г.О. · 51
Баркинхоева Д.Б. · 349
Барыжиков Н.А. · 390
Баскакова Ю.А. · 4
Белова В.В. · 416
Белова П.В. · 99
Белослудцева А.К. · 78
Белюсова О.О. · 110
Белугина В.В. · 429
Беякова Ю.А. · 395
Березина Д.А. · 225
Берзой Е.Ю. · 174
Беркова Н.С. · 301
Беркутова А.А. · 61

Бикчурина С.К. · 111
Богатиков Я.И. · 39
Богданова Ю.П. · 374
Борисова М.Д. · 344
Бородинова М.И. · 344
Брызгалова Т.С. · 91
Буланцев И.Д. · 378
Буравихина К.К. · 318
Бурлак Д.Э. · 175
Бурмистрова Ю.В. · 408
Бурцев А.И. · 6
Быкова К.В. · 7

В

Варданян М.К. · 104
Василенко Е.А. · 94
Вахрушева П.А. · 266, 292
Ващенко М.А. · 353
Власова А.М. · 106
Власова Е.А. · 302
Вовк А.А. · 222
Ворошилова Е.Д. · 120
Вылегжанина Т.П. · 145
Вымениц М.А. · 330

Г

Гаврикова Д.Ю. · 245
Гаврилова О.С. · 146
Гагарова А.Б. · 96
Гайрбекова Х.К. · 435
Галоян Н.В. · 64
Гальгин Г.А. · 30
Гаммадова Ф.Р. · 240
Ганин А.С. · 244
Гареева Э.А. · 247
Гатина А.Б. · 267
Генерозова В.А. · 213
Гладков А.П. · 342
Глухова Л.С. · 9
Глушко А.Н. · 219
Голованенко Е.В. · 234, 237, 238
Голякова Е.В. · 377
Гончарова А.К. · 168
Горелова Т.В. · 21
Горожанкина П.А. · 270
Горохова Е.Д. · 409
Гостищева Н.В. · 70
Гофурова Ф.Б. · 228
Грачев И.С. · 207

Грехова А.А. · 417
Григорьев В.А. · 266
Гринькова А.А. · 62
Гришина А.С. · 77
Гришина Е.Д. · 75
Гусаров Г.М. · 86

Зезюля Р.В. · 89
Зиятдинова Е.Р. · 119
Зокиров Н.З. · 150
Зубкова В.В. · 326
Зуева П.А. · 203
Зулпикарова Р.М. · 151

Д

Давыдова Е.С. · 226
Дасаева Д.А. · 72
Дашин Д.О. · 242
Двуреченская Е.А. · 363
Демешко А.В. · 47
Демина М.В. · 64, 138
Денисов Ю.Г. · 333
Джанаари Д.Э. · 208
Джемилов Э.Э. · 232
Джумабеков М.С. · 147
Дмитриева Л.М. · 229
Дмитриева С.В. · 372
Доброхотова А.Ю. · 385
Домашевская М.С. · 37
Дубленкова В.О. · 401
Дугнист Ю.А. · 423
Душевский Д.В. · 176
Дюкарева С.Ю. · 316
Дядя Д.М. · 243

Е

Евстегнеева А.Э. · 410
Егорова А.А. · 418
Елаева М.В. · 67
Елатманова А.А. · 218
Емельянцева О.В. · 209
Еремихина А.А. · 61
Ефремова Г.В. · 204

Ж

Жалалова А. · 148
Жгулева Е.В. · 172
Жиженкова Я.В. · 391
Житникова П.П. · 13

З

Зайкин И.Е. · 358
Застела А.И. · 375
Захаров В.А. · 361
Зацепина Е.М. · 309, 331
Звягина А.С. · 239

И

Ивахников А.М. · 48
Игнатова К.Л. · 41
Изотов Е.А. · 347
Илюхина К.С. · 320
Инкина А.К. · 140, 141
Исаева Е.В. · 325
Исаков Д.М. · 152
Исмагилов П.А. · 153
Истомина А.В. · 243

К

Кадыров А.И. · 335
Казакова С.В. · 11
Калаева А.Д. · 189
Караваева В.И. · 45
Карамова А.С. · 170, 233
Карасик А.Р. · 8
Каржаневич В.Д. · 195
Карпова Т.А. · 313
Карцова Н.В. · 40
Катаева А.Н. · 97
Кашкарова П.А. · 286
Кириенко Д.А. · 230
Кириченко А.Ю. · 19
Кисилев Е.В. · 33
Кислова А.В. · 227
Киюр А.П. · 69
Клименко М.И. · 117
Клячева С.Н. · 220
Кныш Я.С. · 102
Ковалёва Е.А. · 63
Ковынева О.К. · 196
Козачухненко С.О. · 71
Козлова А.А. · 350
Козлова А.Д. · 44
Козлова Н.О. · 15
Коклягина С.А. · 131
Колган Е.А. · 246, 254
Колесникова А.Б. · 201
Коломийцева С.В. · 388
Колычева В.А. · 376
Компасова М.А. · 36
Кондакова М.А. · 419
Кондратьев И.М. · 425
Кондрашова М.Э. · 284

Константинова В.Д. · 381
Королева А.А. · 212
Корчагин М.В. · 154
Косарева В.С. · 369
Костенкова Я.Д. · 155
Костина В.А. · 288
Костров В.С. · 239
Котикова А.И. · 250
Котылёва А.П. · 77
Кочетков Н.С. · 10
Кочеткова С.Р. · 67
Кравченко К.С. · 379
Красникова М.О. · 56
Красногорская Е.Д. · 270
Кретьева А.Д. · 280
Кружкова Ю.П. · 267
Крылова Е.М. · 27
Кубекова А.И. · 143
Кудрявцева В.А. · 339
Кузнецов В.Д. · 271
Кузнецов Г.В. · 126
Кузнецова В.К. · 206
Кузнецова М.А. · 127, 156
Куликов А.А. · 157
Куликова А.П. · 403
Кульпина Е.С. · 158
Кумаритова А.С. · 390
Курсова К.Д. · 371
Курушина В.А. · 251
Кутузова В.В. · 231

Л

Лазарев М.Ю. · 265
Левандовская П.О. · 58
Леонтьева А.К. · 179
Логинова М.С. · 364
Лозовская А.А. · 169
Лу Юй · 359
Лубский Н.С. · 397
Лунева У.В. · 262
Львова П.С. · 285
Любакова А.В. · 84
Люлина М.В. · 122

М

Мавлонов М.Х. · 159
Магомедова М.Р. · 194
Макарова А.А. · 380
Макарова Д.А. · 210
Макеева К.Н. · 321
Максимова К.Д. · 306, 319
Малекова Д.М. · 304
Мальцева В.С. · 344

Малюкова В.А. · 398
Мамеко Н.С. · 337, 341
Маркина В.М. · 366
Мартемьянова Я.А. · 180
Мастеркова Т.В. · 87
Матвеева М.А. · 259
Матыцин С.О. · 34
Махлейдт Е.Ю. · 160
Машкова Н.С. · 161
Мерлина И. · 137
Мехтиева Ш.к.М. · 123
Микерина О.М. · 124
Милосердова В.А. · 377
Миронова М.А. · 389
Мирошкина К.А. · 365
Михайлова В.К. · 278
Молдавская Г.С. · 26
Моляков А.Н. · 181
Момот А.А. · 420
Монахов П.А. · 241
Моносова А.Ф. · 260
Москалева М.Е. · 197
Мотаева В.В. · 182
Мочалов Д.В. · 162
Мурадян Л.М. · 424
Мухортова М.Д. · 53

Н

Нагаева И.Х. · 190
Нафикова О.С. · 101
Непахарева А.А. · 355
Нетребко М.Д. · 348
Нефедова А.И. · 200
Никитина А.А. · 193
Николаева А.А. · 291
Новикова А.Е. · 60
Новичкова А.Д. · 431
Новичкова Е.В. · 412

О

Оборина К.А. · 354
Образцова О.А. · 272
Овсянникова А.А. · 73
Овчарова А.М. · 132
Олина М.М. · 93
Ордынец Р.О. · 217, 295
Орлов А.А. · 258
Орлова Д.В. · 314
Орлова Е.С. · 255
Ормоцадзе Л.Г. · 273
Осинцева С.А. · 57
Осипова Э.А. · 29

П

Павлова С.Н. · 104
Палагина А.С. · 413
Панафидина М.А. · 315
Панов А.В. · 336
Панова Е.А. · 343
Панюшкина Е.П. · 38
Папоян А.К. · 303
Парандий Э.В. · 163
Патрикеева Я.О. · 386
Пелевина Д.А. · 186
Першикова Е.А. · 376
Петров С.О. · 328
Петрова А.А. · 352
Петрова И.А. · 259
Пикунова А.Ю. · 107
Плаксин А.А. · 400
Плынова В.Д. · 142
Подмарева В.И. · 414
Подопригора П.А. · 434
Поздняков И.А. · 241
Покровская Е.И. · 298
Полянский А.Д. · 432
Попова М.В. · 70
Попова Н.С. · 327
Поповская Т.А. · 256
Пташкина Э.Г. · 191
Путина А.М. · 297

Р

Рачковская П.А. · 345
Редич А.А. · 227
Рогачев Н.С. · 393
Родионова У.А. · 115
Розанцева Л.Н. · 187
Романюгин Д.Р. · 421
Ромашко М.А. · 100
Рыбакова А.С. · 80
Рыбкина Е.А. · 371
Рязанов Д.Д. · 244

С

Сабиржанова Е.В. · 356
Сабитова В.А. · 68
Савельев А.В. · 387
Савко Д.А. · 366
Савченко К.Д. · 177
Сагайдак Я.И. · 281
Садыкова К.В. · 134
Сайфулина К.С. · 288
Санькова Д.И. · 114

Сапунова М.А. · 17
Сатторов С.Р. · 228
Сафарян Р.А. · 22
Свистина К.Д. · 224
Семенова А.А. · 373
Семенова О.С. · 404
Семенова У.В. · 31
Семченко В.А. · 121
Семчук И.И. · 253
Семчукова К.С. · 136
Сергеев А.М. · 164
Сергеев П.В. · 367
Сергеева А.Д. · 274
Сергеенко М.И. · 98
Сечкова Е.О. · 308, 428
Сидорук А.А. · 289
Сидорук П.А. · 299, 306
Симанина А.В. · 248
Симонян А.Г. · 83
Синютина Е.А. · 223
Синякова В.Е. · 118
Ситникова А.Е. · 252
Скороходова А.П. · 122
Скрыль М.К. · 90
Смагин М.М. · 214, 221
Соловьева Е.Ю. · 427
Сорокина Н.П. · 50, 108
Сошкина Д.А. · 18
Стерхова А.А. · 305
Стрельцова Ю.Р. · 379
Студнярская А.А. · 105
Сулейманов И.Р. · 275
Султанова А.Р. · 415
Сунцова Е.Ю. · 201
Сурдяева И.В. · 250
Сурикова Н.А. · 276
Сухинина Ю.Е. · 183

Т

Тагай П.В. · 74, 165
Талызин А.П. · 85
Твабина А.А. · 95
Телятникова М.И. · 12
Телятникова М.П. · 113
Тестова У.О. · 378
Тимофеева Е.А. · 282
Титкова А.А. · 346
Тихонова Т.В. · 283
Ткач Э.И. · 59
Ткачук А.Е. · 290
Третьяков Е.А. · 340
Трофимов С.А. · 258
Трусова Е.К. · 128
Трякина Т.В. · 433
Тулякова С.О. · 375

Турчина Ю.И. · 28

У

Уланова М.М. · 332
Усанов И.С. · 287
Усова А.А. · 366
Усова А.С. · 64, 139
Ушакова Я.Д. · 267
Ушакова-Шамшина В.Д. · 202

Ф

Федонина М.А. · 383
Федорова А.А. · 32
Федорова В.Н. · 52
Федорочева Д.А. · 405
Филатова А.Д. · 198
Филиппов А.Д. · 254
Фищенко И.И. · 422
Фролова А.А. · 368

Х

Хаврошечкина Т.М. · 178
Хакимова Л.А. · 192
Халяутдинова А.М. · 261
Ханмагомедова М.Б. · 184
Харламова В.Г. · 66
Харламова О.А. · 260
Харькова В.С. · 357
Хасянов И.Р. · 42
Хваржева Е.М. · 426
Хвастунова О.А. · 329
Хитрова М.М. · 360
Хищенко П.Н. · 116
Хон К.Л. · 211
Хохлова В.Б. · 392
Худенкова Д.А. · 311

Ц

Цветков А.А. · 384
Цепенникова А.В. · 215
Цецицина М.О. · 396
Цимпаева З.С. · 133
Цын А.Е. · 393

Ч

Чепёлкина А.Д. · 317
Черкесова А.Э. · 166
Черная А.В. · 20
Чеснокова А.С. · 225
Чуркина А.А. · 67

Ш

Шабанова А.С. · 257
Шалагинова Я.Э. · 351
Шаршова А.С. · 82
Швайбович А.В. · 92
Швецова Е.Э. · 338
Шевкова П.А. · 14
Шевхужева А.М. · 205
Шевцова П.М. · 188
Шевченко К.С. · 129
Шевякова Е.И. · 22
Шепетуха О.В. · 323
Шергин А.Р. · 81
Шестакова А.В. · 35
Шилова Е.Д. · 199
Шиловская Ю.Н. · 234, 235, 236
Широнова С.А. · 277
Шубина М.В. · 79
Шувалова Е.А. · 130
Шумкин А.М. · 392
Шутова Е.А. · 143

Щ

Щедрина М.А. · 362
Щербакова А.А. · 322

Ю

Юркова А.А. · 319

Я

Ягнова Е.А. · 171
Яковишена М.А. · 75
Яковлев Н.А. · 399
Яковлева А.Д. · 23
Ялымова Д.С. · 222
Ясыбаш М.В. · 263

Научное издание

Юбилейная 75-ая Внутривузовская научная студенческая конференция
«Молодые ученые – инновационному развитию общества
(МИР-2023)»

Часть 5

В авторской редакции

Издательство не несет ответственности за опубликованные материалы. Все материалы отображают персональную позицию авторов. Мнение редакции может не совпадать с мнением авторов.

Усл.печ.л. Тираж 30 экз. Заказ № ____

Редакционно-издательский отдел РГУ им. А.Н. Косыгина
115035, Москва, ул. Садовническая, 33, стр.1
тел./ факс: (495) 955-35-88
e-mail:riomgudt@mail.ru

Отпечатано в РИО РГУ им. А.Н. Косыгина