БРЕНД ДЖИНСОВОЙ ОДЕЖДЫ И РАЗРАБОТКА ЕГО МАРКЕТИНГОВЫХ ХАРАКТЕРИСТИК

Шарипова Саодат Толкуновна
PhD., доцент. Университет образования Ренессанс,
Республика Узбекистан, г. Ташкент
E-mail: saodat.sharipova.77@mail.ru
Нигматова Фатима Усмановна
Д-р техн. наук., профессор, Ташкентский институт текстильной и легкой промышленности,
Республика Узбекистан, г. Ташкент

Аннотация. Основными требованиями к джинсовой одежде как продукции массового производства в настоящее время являются высокая мобильность и конкурентоспособность. За сто пятьдесят лет джинсы претерпели значительные изменения, как и мода на них. С момента создания первого джинсового изделия и до сегодняшнего дня джинсы смогли превратиться в один из самых актуальных видов одежды для большинства людей по всему миру. В данной работе представлены результаты ретроспективного анализа моделей плечевой и поясной одежды 160 известных брендов. Полученные данные показывают, что на каждом историческом этапе эволюции формировались характерные стилевые и модные особенности, благодаря которым джинсовые изделия приобретали легко узнаваемые и знаковые черты.

Ключевые слова: Бренд, джинсовая одежда, стиль, технология, модель, ткань, продукция, качество.

Abstract. The main requirements for denim clothing as a product of mass production today are high mobility and competitiveness. Over the past 150 years, jeans have undergone significant changes, as has the fashion associated with them. Since the creation of the first denim garment, jeans have evolved into one of the most relevant and widely worn types of clothing for people around the world. This study presents the results of a retrospective analysis of shoulder and waist garment models from 160 well-known brands. The findings indicate that at each historical stage of evolution, distinctive stylistic and fashion features were formed, which gave denim products easily recognizable and iconic characteristics.

Keywords: Brand, jeans clothing, style, technology, model, Fabric, product, quality.

Annotatsiya. Bugungi kunda ommaviy ishlab chiqarilayotgan mahsulot sifatida djins kiyimlariga qo‘yiladigan asosiy talablar — bu qulaylik va raqobatbardoshlikdir. So‘nggi yuz ellik yil ichida djinslarning assortimenti va ular uchun belgilangan moda tendensiyalari sezilarli darajada o‘zgardi. Birinchi djins

ISSN 3030-3907

mahsuloti ishlab chiqarilganidan to hozirgi kungacha bu kiyim turi dunyodagi ko‘plab odamlar uchun eng qulay va afzal ko‘riladigan kiyimga aylana oldi. Ushbu maqolada 160 ta mashhur brendning yelka va bel kiyimlari modellariga oid retrospektiv tahlil natijalari keltirilgan. Tadqiqot natijalari shuni ko‘rsatadiki, djins mahsulotlari har bir tarixiy bosqichda o‘ziga xos uslubiy va moda xususiyatlariga ega bo‘lib, ular mahsulotning oson tanib olinadigan belgilarini shakllantiradi.

Kalit so‘zlar: Brend,djins kiyim, uslub, texnologiya, model, mato, mahsulot, sifat.

Введение.

Джинсовая одежда на сегодняшний день является одним из наиболее востребованных и универсальных элементов повседневного гардероба, признанных во всём мире благодаря сочетанию высокого уровня комфорта, практичности и адаптивности к различным социальным и культурным контекстам. Универсальность изделий из денима обусловливает их широкую сочетаемость с различными стилевыми направлениями, что обеспечивает устойчивый потребительский интерес вне зависимости от модных колебаний. Джинсы остаются актуальными как в профессиональной, так и в неформальной среде, выполняя функции не только утилитарного, но и символического компонента современной одежды. При этом малоизвестным остаётся тот факт, что история становления и эволюции джинсовой одежды насчитывает более 170 лет и лишь в последние десятилетия она окончательно утвердилась в качестве культурного феномена, охватившего все социальные слои общества. [1].

Джинсовая одежда эволюционировалась в течении столетий отчасти благодаря именно классическим и новым брендам. Успех бренда, связан с простотой, актуальностью и значимостью его ключевых идей и характеристик, способных объединять группы людей в социальные сообщества целевого рынка и его сегментов [2-5].

Теоретические исследования. Наиболее перспективными направлениями развития джинсовой одежды являются смешение простоты и роскоши (DSquared2), преобладание стиля casual, что делает джинсовые изделия оригинальными и доступными для массового потребителя [6], упор на элементы (Cipo & Baxx, Robins (США), классика в сочетании с молодёжным стилем (Marlboro Classics (Италия)), обилие ярких красок и силуэтов сложного кроя (Phard, Grossberg (Италия)), использование эластичных материалов, что позволяет создать облегающие джинсовые изделия (бренды Energie, Miss Sixty, Killah), нестандартные формы и линии членения, стиль пэчворк из денима [1, 7] (рис. 1), «винтовой крой», «upcycling» (апсайклинг) (рис. 2) [8] и многие другие.

ISSN 3030-3907



Рисунок 1. Весенние коллекции в стиле печворк Celine, Marc Jacobs, Gucci, LEVI'S®, DOLCE & GABBANA (ВЕСНА- 2020)



а. б.

Рисунок 2. Модели одежды выполнены методами: а) винтового кроя, б) апсайклинг

Экспериментальные исследования. С целью выявления визуально - графического языка джинсовых брендов и определения их знаковых позиций [9, 10] в рамках настоящих исследований проведен анализ фотоизображений и эскизов моделей, готовой одежды, рекламаций, представленных известными брендами в период последнего десятилетия прошлого века и до настоящего времени (1818-2021 гг.). Анализом охвачены американские (46 шт.), итальянские (22 шт.), японские (28 шт.), скандинавские (17 шт.), нидерландские (11 шт.), английские (25 шт.), турецкие, российские и др. бренды джинсовой продукции (рис. 3). При изучении вопросов брендинга джинсовой одежды выдвинута следующая гипотеза: джинсы практически никогда не выходят из моды и все 160 известных брендов имеют свои знаковые признаки, стилевые идентификаторы что является причиной их устойчивости на рынке [17-19]. Такие признаки играют особую роль в повышении конкурентоспособности, популярности и продвижении бренда. Например, в таблице 1 приведены стилевые идентификаторы классических брендов Levi's, Lee, Wrangler, Montana.

ISSN 3030-3907



Рисунок 3. Количество рассмотренных брендов джинсовой продукции, N=160

Структурный анализ знаковых показателей джинсовых брюк исследованных брендов представлен в таблице 2, где каждый показатель имеет определенный набор описывающих его характеристик, который конкретизируется на следующем уровне декомпозиции. Например, показатель «Волокнистый состав ткани» для каждого бренда может включать абсолютно разные виды волокон по химическому составу [11, 12, 15, 16]. Также объемно-силуэтная форма брюк может различаться внутри каждого бренда. Результирующую информацию по каждому признаку можно трактовать как параметрическую информацию для организации виртуального проектирования в режиме 3D

Таблица 1.

Стилевые идентификаторы брендов «Levi's, Lee, Wrangler, Montana»

Levi's	Lee	Wrangler	Montana
			
			
			

ISSN 3030-3907



Анализ результатов. Установлено, что вектором развития бренда, служащие для создания устойчивой репутации будущей продукции на рынке определяют следующие ключевые-знаковые позиции джинсовой одежды [20-22]:

- это история бренда (история, культура); качество продукта и доверие к нему (целостность товара);

- эндорсмент - узнаваемость (узнаваемый дизайн, цветовые решения, фирменная ткань) и имидж бренда (одобрение и поддержка со стороны потребителей);

- ценность и культовый статус бренда, наличие продуктов-символов.

Развитие этих позиций способствуют успешности, уникальности и популярности бренда [10, 13, 14]. Поэтому выделенные характеристики можно назвать как «Бренд образующие показатели джинсовой одежды».

Таблица 2.

Структурный анализ знаковых показателей джинсовых брюк различных брендов

Страны	Период появления	Особенности
Американские бренды джинсов	**1818 – 2016**	Ткань, краситель, штрих код, молния YKK, пуговицы, заклепки из меди или никеля, лейбл из толстой кожи, карманы, надписи на задних карманах, застежка.
Английские бренды джинсов	**1771 – 2016**	Ткань, краситель, полоски по бокам штанин, заплатки, вытачки в районе коленей, надписи и вышивки на заднем кармане, формы карманов, большие дырки, принты и внутренняя отделка.

ISSN 3030-3907

Итальянские бренды джинсов	**1911 – 2007**	Ткань, краситель, фурнитура, подвижные пуговицы, V-образный вырез на поясе, петелька-держатель для пряжки ремня, лейбл из шкуры пони, декорации карманах, металлические буквы-инициалы, жаккардовая подкладка карманов, патч на заднем кармане из кожи или замша.
Нидерландские бренды джинсов	**1984 – 2014**	Ткань, краситель, заплатки, контрастные крестики на заднем кармане и спецефические формы карманов. Финишная отделка выполняется только вручную.
Скандинавские бренды джинсов	**1903 – 2014**	Ткань, краситель, броские заплатки, большие дырки, высокая талия, своеобразные потертости, подкладка карманов из 100% хлопка, фурнитура.
Японские бренды джинсов	**1947 – 2013**	Ткань, краситель натуральный индиго, шов chain-stitching для пошива низа, скрытые заклепки, шлевки, жирный шов на поясе, застежка-металлические болты, молния YKK.
Турецкие бренды джинсов	**1980 – 2018**	Ткань, разнообразие плотности ткани, краситель, дизайн, ассортимент расцветок, фактур и фасон.

В работе построена иерархия идентичности классических брендов «Levi's» и Wrangler (США)] (рис. 4 и 5), которая демонстрирует эксплуатационные показатели и конструктивно-композиционные характеристики, служащие условиям позиционирования, имиджу и узнаваемости сильного бренда.

ISSN 3030-3907

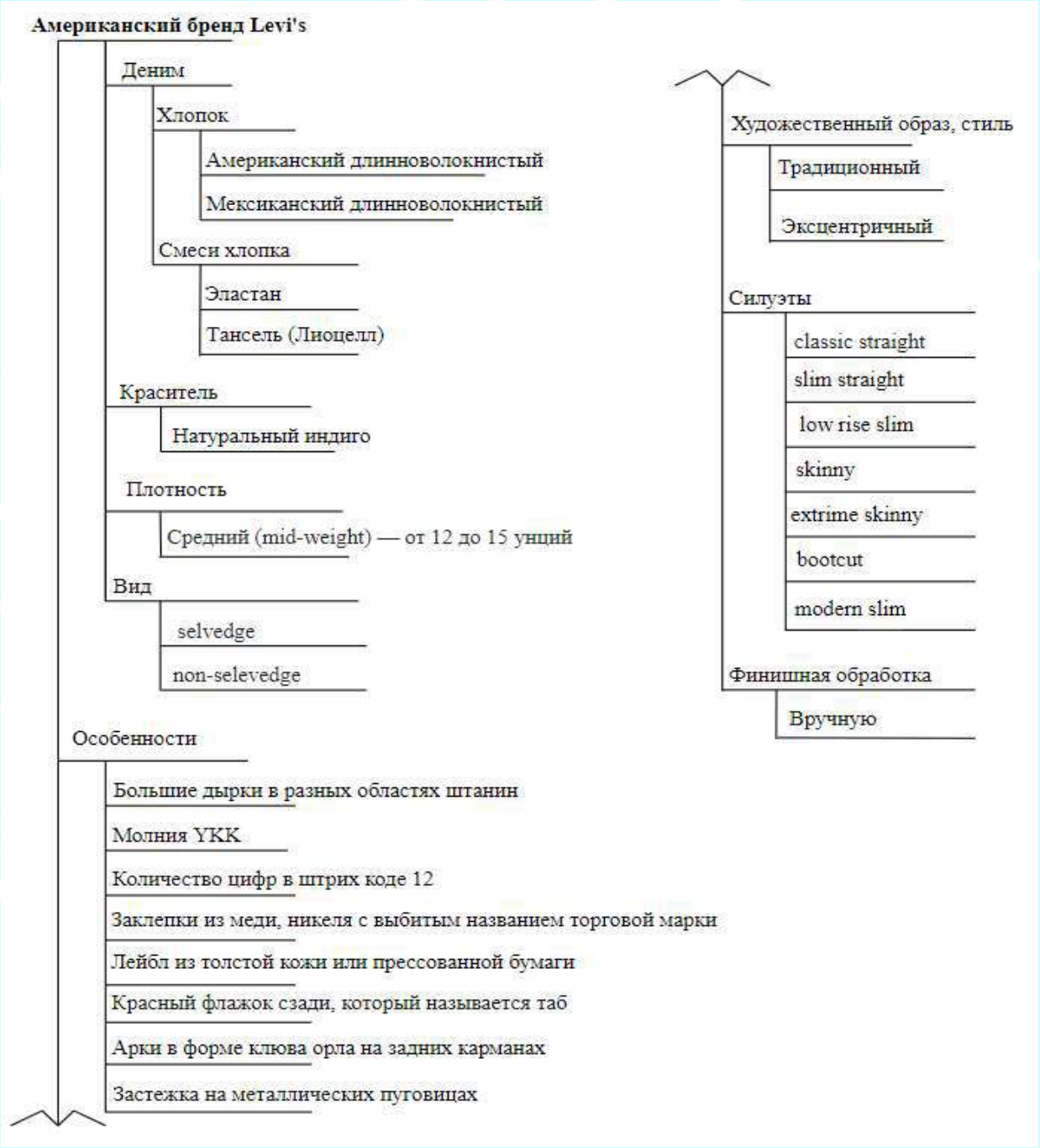


Рисунок 4. Иерархия показателей джинсовой одежды, определяющие знаковые позиции модного бренда «Levi's».

ISSN 3030-3907

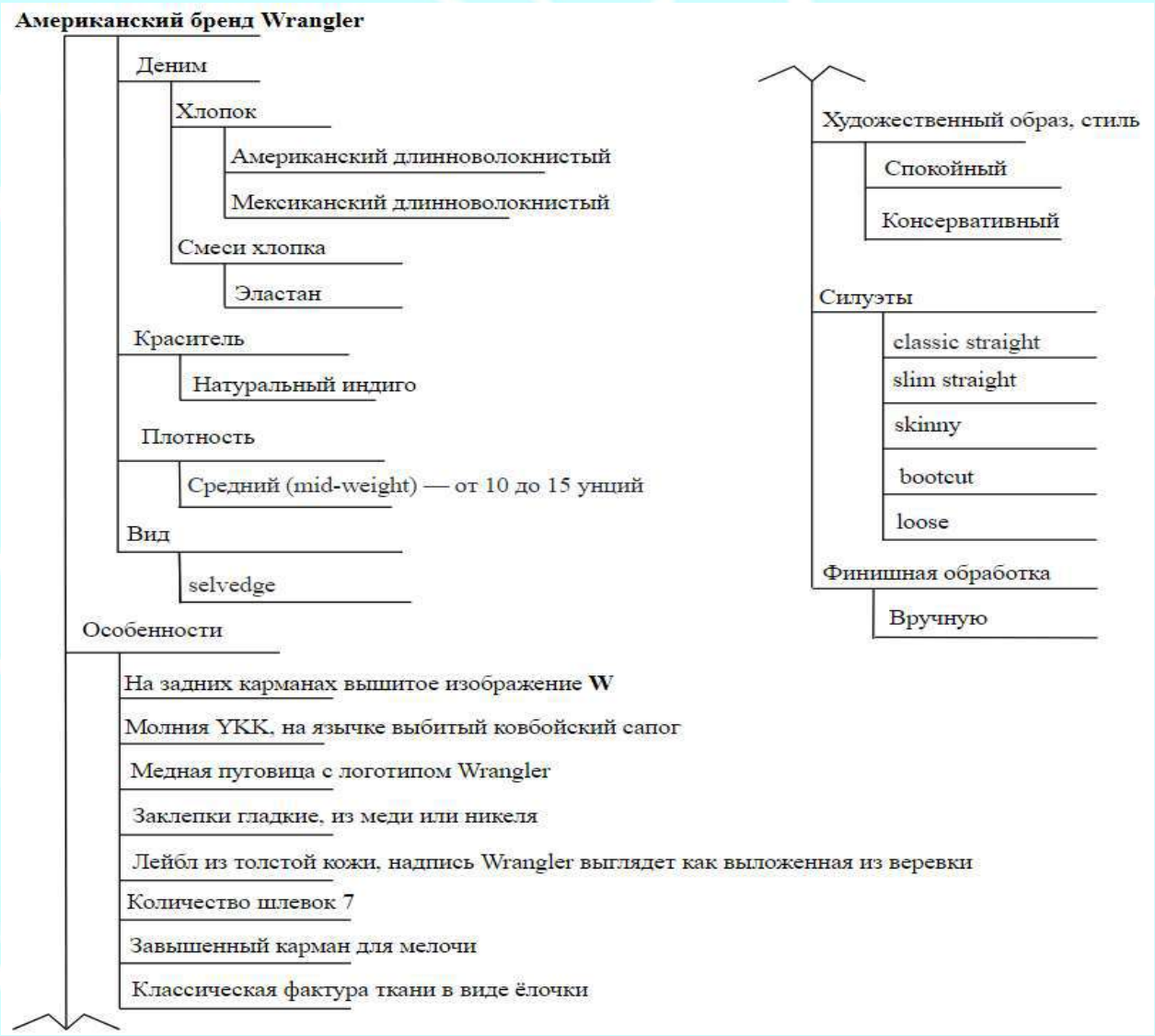


Рисунок 5. Иерархия показателей джинсовой одежды, определяющие знаковые позиции модного бренда «Wrangler»

Выводы. Результаты исследования брендов-производителей джинсовой одежды свидетельствуют о том, что одним из ключевых факторов обеспечения высокого качества продукции является обоснованный выбор тканей, основанный на объективной оценке их свойств. Современный рынок характеризуется появлением новых артикулов джинсовых тканей, отличающихся сырьевым составом, показателями физико-механических и эксплуатационных свойств, расцветками, технологиями ткачества и способами химической отделки. Параллельно разрабатываются новые фасоны брюк, изменяются требования к их посадке, что влечёт за собой необходимость корректировки методов конструирования и технологий обработки изделий. Увеличивающееся разнообразие тканей существенно усложняет задачу выбора материалов, соответствующих заданному дизайну и силуэту, даже для опытных брендов. Согласно результатам многочисленных исследований, проведённых японскими и турецкими

ISSN 3030-3907

специалистами, одной из значимых проблем, с которой сталкиваются производители джинсовых изделий, является нестабильность поведения тканей в процессе изготовления, что может привести к образованию дефектов.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Sharipova S.T., Nigmatova F.U., Raxmanova Z.V., Xabibullayeva M.Z., Gulamov O.M. The history of the creation of denim, brands and development of the production of jeans // “AJMR” Asian Journal of Multidimensional Research. Vol.10, Issue 4, April 2021. P 757-768. (05.00.00; IF 7,699)
2. Тони Хайнс., Маргарет Брюс. Маркетинг в индустрии моды. Комплексное исследование для специалистов отрасли. Минск. «Гревцов Паблишер», 2009. – 416 с.
3. Якунян Д.Э. Специфика продвижения личного дизайнерского бренда в социальных медиаресурсах. Дис. … кан. фил. наук, Краснодар. – 2022. – 168 с.
4. Антошкин С.И. Управление брендом инновационной продукции: дис. … канд. эконом. наук.: 08.00.05/СПГУ, -Санкт-Петербург.: -2017. – 332 с.
5. Д.А.Шевченко. Продвижение брендов в фэшн-индустрии средствами связей с общественностью//Практический маркетинг, №5(207). 2014, С.34-40
6. Шарипова С. Т., Нигматова Ф. У. ИССЛЕДОВАНИЕ УДОВЛЕТВОРЕННОСТИ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ АССОРТИМЕНТОМ ОДЕЖДЫ ИЗ ДЖИНСОВОЙ ТКАНИ //Universum: технические науки. – 2023. – №. 10-4 (115). – С. 25-28.
7. Свиридовская А. Джинсы в стиле пэчворк: как носить и где найти стильные варианты. [Электронный ресурс]: – Режим доступа: https://peopletalk.ru/article/dzhinsy-v-stile-pechvork-kak-nosit-i-gde-najti-stilnye-varianty/
8. Ресайклинг, даунсайклинг, апсайклинг: в чѐм разница. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://vtoroe.ru/2019/08/09/recyling-definitions/.
9. Кузьмичев В.Е. Конструирование швейных изделий: учебное пособие для среднего профессионального образования / В. Е. Кузьмичев, Н.И.Ахмедулова, Л. П. Юдина. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 543 с.
10. Петушкова Т.А. Дизайн визуально-графических коммуникаций модных брендов. Дис. … канд. искусствоведения, Москва. – 2020, -372 с.
11. Sharipova S.T., Nigmatova F.U., Maksudov N.B. Effect of Different Boiling Modes on Details of the Cut of Jean Clothes// AIP Conference Proceedings, 2789, pp. 040135-1 – 040135-7 (2023), https://doi.org/10.1063/5.0145866

ISSN 3030-3907

12. Nigmatova F., Sharipova S., Xaqnazarova Z. Инновации в джинсовых тканях и одежде //Science and innovation. – 2022. – Т. 1. – №. A5. – С. 63-72.
13. Шевченко Д.А. Продвижение брендов в фэшн-индустрии средствами связей с общественностью. «Практический маркетинг» № 5 (207). 2014. С. 34-40.
14. 14. Ezgi YEŞILTAŞ. Moda Sektöründe Marka Kimliği, Tüketici Algısı ve Mavi Jeans Örneği. Anadolu Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Endüstriyel Sanatlar Anabilim Dalı. Nisan-2008, 113 sayfa.
15. Орленко Л.В., Гаврилова Н.И. Конфекционирование материалов для одежды: Учебное пособие. – М.: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2006. -288 с. – (Высшее образование).
16. Стельмашенко В.И., Розаренова Т.В. Материалы для одежды и конфекционирования: учебник для студ. Высш. Учеб. заведений / В. И. Стельмашенко, Т. В. Розаренова. – 2-е изд., допол. – М.: Издательский центр «Академия», 2010. – 320 с.
17. Ганулич А. Denim, или все о джинсах. – М.: В зеркале, 2007. – 168 с.
18. Vildan Sular, Sibel Kaplan. Effects of different finishing processes on some performance characteristics of denim fabrics. Industria Textilă, Vol. 62, nr 6, January 2011, 282-288 p.
19. Левшова Н. Японские джинсы: лучшие в мире. [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://japanstudies.ru
20. Шершнева Л.П., Сунаева С.Г. Инновации и оценки качества изделий швейного производства. Швейная промышленность. №2, - 2014 г, С. 34-36.
21. Afshan Zareen and others. Washing Effects Investigation on Physical Properties of Denim Fabric. North American Academic Research, Volume 2, Issue 7-july; 2019, 2(7): 209-217 p.
22. Шарипова С.Т., Нигматова Ф.У. Систематизация дефектов джинсовых изделий, влияющих на качество джинсовой одежды // Textile Journal of Uzbekistan. - №4. - 2022, С. 99-105.

ISSN 3030-3907