

УДК 677.025

## СУЧАСНИЙ АСОРТИМЕНТ ЧОЛОВІЧОГО ОДЯГУ

Студ. В.В. Шахман, гр. МГТ-17  
Науковий керівник доц. Л.М. Мельник  
Київський національний університет технологій та дизайну

**Мета та завдання.** Метою роботи є дослідження ринку чоловічих верхніх трикотажних виробів, зокрема українського ринку. Відповідно з метою основним завданням є запропонувати українському споживачу колекцію чоловічого трикотажного одягу.

**Об'єкт та предмет дослідження.** Об'єктом є сучасний стан виробництва чоловічого одягу, зокрема трикотажного, модні тенденції та рішення. Предметом дослідження є чоловічі трикотажні вироби у колекціях світових брендів.

**Методи та засоби дослідження.** У роботі використовувався метод аналізу та синтезу літератури в області світової чоловічої моди та модної індустрії, зокрема аналіз ринку чоловічих верхніх трикотажних виробів.

**Практичне значення отриманих результатів** полягає розширенні асортименту сучасних колекцій чоловічого трикотажного одягу, що відповідає світовим тенденціям розвитку моди.

**Результати дослідження.** Останнім часом чоловічий ринок одягу почав привертати до себе увагу критиків та поціновувачів чоловічої моди. Упродовж десятиліть чоловіча мода була простою та зрозумілою, спиралась на думку сучасного чоловіка про те як він хоче виглядати: елегантно та мужньо, в класичному понятті англійсько-італійської моди. В цьому сезоні головна ідея чоловічої моди починає руйнуватися [1].

Дизайнери чоловічого одягу на відміну минулих сезонів, де панували більш зухвалі колекції, вирішили розбавити свої моделі більш буденним стилем. Крій виробів став більш простим та просторим. Фаворитами в кольоровій гаммі цього сезону стали червоний, чорний, синій, зелений-хакі, бежевий. При виборі тканин дизайнери віддавали перевагу оксамиту, шкірі, вельвету та замшу. Головними узорами в цьому зимово-осінньому сезоні залишились клітинка та квіти. Серед всіх видів виробів яскравою та різноманітною прикрасою зимового сезону залишаються трикотажні вироби. Це велетенські шарфи-хомути, светри з рельєфного трикотажу, асиметрія та інше. Це все відноситься до так званої «високої моди». Хоча дизайнери останніми роками намагаються спростити силуете та зробити речі більш зручними у використанні, проте це вдається не завжди [2].

Тому наступною модною сходинкою вниз є мас-маркети. Це сегмент ринку масового попиту і пропозиції товарів і послуг, споживачами і покупцями якого є представники широких верств суспільства - "масовий споживач". Товари таких магазинів зазвичай є речі взяті з "високої моди", проте спрощені по формі та аксесуарам. Вони притримуються популярних в цьому сезоні кольорової гамми та матеріалів. Розраховані такі магазини на молодь та людей які хочуть буди в "тренді". В Україні мас-маркетами низької та середньої цінової категорії є такі магазини як Zara, Reserved, H&M, Bershka, Gap, MONITO, Mango та інші. Ці магазини здебільшого зорієнтовані на молодіжну верству населення. Використовуючи такі верхні чоловічі трикотажні вироби, як кофту, светр, кардиган, гольф та жилет. Більшість моделей

**Сучасні матеріали і технології виробництва виробів  
широкого вжитку та спеціального призначення**

*Технологія та дизайн тканин і трикотажу*



спрощенні, проте використовуючи популярні в цьому сезоні кольори вони привертають цим до себе увагу [3].

Провівши аналіз українських трикотажних виробництв можна зробити декілька висновків. По-перше, українські виробники трикотажу представляють дуже і дуже мало моделей для чоловіків [4]. По-друге моделі дуже нудні та розраховані на чоловіка старшого віку. Український чоловічий ринок трикотажних виробів не зорієнтований на людей молодшого віку [5].

Проаналізувавши світовий ринок чоловічих верхніх трикотажних виробів, зокрема також і український, запропоновано колекцію трикотажного чоловічого одягу. Колекція представлена чоловічим кардиганами довжиною до лінії стегна. Основною



ідеєю є оздоблення спинки виробів методом мозаїки. Цей метод здобув популярність як «мозаїка з клаптиків» тканини. Проте завдяки петельній структурі трикотажу можна досягти більш цікавих ефектів шляхом використання переплетень, що дозволяють одержати різну фактуру, колір тощо. Завдяки цьому можливо створити потрібний нам ефект [6]. Методом «мозаїки» пропонується виконати картину відомого кубіста В. Кандинського «Вгору» (рис. 1). Вона має спрощені форми та гарно поєднані кольори. Червоний та його відтінки в поєднанні з класичним чорним та синім дуже популярні в цьому сезоні. Ці кольори добре гармонують між собою, тому будуть актуальними при використанні їх в оздобленні чоловічого кардигану. Такий предмет одягу підійде молодому чоловіку, який не боїться експериментувати чи змін в своєму житті.

Рисунок - Картина В. Кандинського  
«Вгору»

**ЛІТЕРАТУРА:**

1. Новини зі світу моди, краси, кіно, музики, театру і архітектури. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.buro247.ua/>
2. Жіночий журнал про моду Vogue Україна. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://vogue.ua/>
3. Онлайн-магазин одягу Zara. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.zara.com/ua/ru/>
5. Трикотажна фабрика Роза. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://roseshop.com.ua/>
6. Інтернет-магазин трикотажного одягу RITO. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://rito.ua/>
7. Лоскутная мозаика: пэчворк своими руками. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.zara.com/ua/ru/>