

FTAMP 64.33.17

А.К. Жаппарова | ©

 PhD

ORCID <https://orcid.org/0000-0002-2452-017X>



М.Х. Дулати атындағы Тараз өңірлік университеті,



Тараз қ., Қазақстан Республикасы



akmaral_kalievna@mail.ru

<https://doi.org/10.55956/RWPP3914>

ҚАЗАҚ ҰЛТТЫҚ ЭЛЕМЕНТТЕРІН ҚОЛДАНУ АРҚЫЛЫ ӘЙЕЛДЕРДІҢ СӘНДІ КОЛЛЕКЦИЯСЫН ЖОБАЛАУ

Аңдатпа. Мақалада ұлттық нақыштың элементтерін пайдалана отырып, әйелдердің сәнді коллекциясы ұсынылған. Коллекция шығармашылық, қиялдық стильде өрнек мәнерлерін қолдана отырып қазіргі таңға сай келетіндей орындалған. Маркетингтік зерттеу жүргізу арқылы тұтынушылар арасында бұйымның сұранысы анықталды.

Тірек сөздер: маркетингтік зерттеу, ұлттық костюм, коллекция, эскиз, жоба.



Жаппарова, А.К. Қазақ ұлттық элементтерін қолдану арқылы әйелдердің сәнді коллекциясын жобалау [Мәтін] / А.К. Жаппарова // Механика және технологиялар / Ғылыми журнал. – 2024. – №1(83). – Б.106-111. <https://doi.org/10.55956/RWPP3914>

Кіріспе. Ғасырлар бойы қазақтың ұлттық киімі қарапайымдылығы және ұтымдылығымен ерекшеленді. Ол халықтың барлық топтары үшін формалардың ортақтығы, сондай-ақ, белгілі бір әлеуметтік және жас ерекшеліктерімен сипатталды. Қазақ мәдениеті ұлттық киімде жақсы көрінеді. Көшпелі өмір салты, дала климаты мен діни көзқарастар қазақ костюмінің дәстүрлерінің дамуына әсер етті – бұл суықтан және желден қорғайтын, атқа мінуге ыңғайлы, табиғи материалдардан жасалған практикалық киім болды. Сондай-ақ, киімнің сапасы мен оның жекелеген элементтері қазақтың әлеуметтік мәртебесін және оның белгілі бір текке немесе руға жататындығын білуге мүмкіндік берді [1].

Ұлттық киімдер үнемі суретші-модельерлердің назарын аударады. Ұлттық нақышта жасалған заманауи киім әрқашан ерекше және қайталанбастай көрінеді.

Қазірге кезде киім сән үлгілерінің мақсаты өнеркәсіпті көбейту үшін модель үлгілерін жасау маңызды болып табылады. Тігін өнеркәсібі халық шаруашылығының индустриялық саласы. Киім адамға қажетті зат, сондықтан оған қойылатын талап күнделікті өсіп отырады [2].

Зерттеу шарттары мен әдістері. Маркетингтік зерттеулер – бұл нарықтағы жағдай туралы ақпаратты жинау, жіктеу және талдау: бағалар, бәсекелестер, пайдаланушылар және т.б. Маркетингтік саясатты жетістікпен жүргізу үшін нарықтағы сегментті дұрыс таңдаудың үлкен мағынасы бар. Таңдаудың дұрыстығын бағалау критеріінің ең бір таралғандығы – сегменттің

«сыйымдылық» критеріі болып табылады. Яғни тұтынушы қаншалықты шынайы және мүміншілігі көп болса, демек осы берілген сегментте қандай және қаншалықты берілген тауар қандай бағамен таратуға болатынын аңғартады [3].

Маркетинг нарықтың тауарлар мен қызметтер қажеттіліктерін зерттеуге негізделген өнімді өндіру мен сатуды ұйымдастыруды қамтиды. Маркетингтік зерттеудің мақсаты – тапсырыс берушінің барлық нарықтық сұрақтарына жауап беру.

Маркетингтік зерттеулер үшін қажет нәрселер:

- нарықтағы трендтер мен үздік тәжірибелерді анықтау, табысты тәжірибені қайталау;
- әлеуетті клиенттер, олардың қажеттіліктерін біле отырып, қалағанын ұсыну;
- жаңа өнімдерді, қызметтерді және компаниядағы өзгерістерді оқшауланған емес, пайдаланушылармен бірлесіп жоспарлау;
- тиімді маркетингтік науқандарды жүргізу: маркетингтік қызмет – бұл креативті жарнама емес, бұл сандар;
- бәсекелестерді тану және олармен дұрыс жұмыс істеу: күшті және әлсіз жақтарын түсіну;
- егер нарықтық тенденциялар өзгерсе, бизнес стратегиясын түзету.

Заманауи қазақ ұлттық әйелдерінің сәнді коллекциясын дайындау барысында біріншіден тұтынушының негізгі талаптарына көңіл бөлу керек. Ал негізгі талаптардың бастысы болып оның жас ерекшелігіне қарай арнайы пішілуі және элементтер сәйкестігі болып табылады.

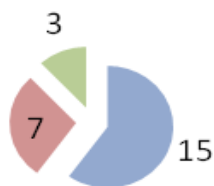
Ұсынылып отырған коллекцияда үлгіні дайындау кезінде тұтынушының талаптарына сәйкес, қазақ ұлттық элементтерін қолдана отырып әйелдердің сәнді костюмін талдау негізінде, әйелдерге арналған жинақ дайындалды.

Зерттеу нәтижелері. Коллекция үлгілерін дайындау алдында 15-29 жас аралығындағы жас қыздар арасында сауалнама жасалды. Сауалнама Тараз қаласы және Жамбыл облысында жүргізілді. Бұл сауалнамаға барлығы 100 респондент қатысты. Сауалнама сұранысқа ие ассортиментті және ұлттық нақыштағы бұйымдарды жетілдіру және әрі қарай дамыту жолдарын анықтауға мүмкіндік беретін 10 сұрақтан тұрды. Сауалнама нәтижесі төмендегі диаграмма түрінде ұсынылған.

Сауалнама нәтижесінде, жас келіншектердің басым көпшілігі бұйымның эргономикалық талаптарымен қатар оның ыңғайлылығын, қазіргі заманға сай атлас стрейч матадан тігілген жинақтарды таңдады. Сонымен қатар, ұлттық көйлек жинақтарында ашық сары түсті, сәндік элементтерді қолдану өзекті екендігі анықталды.

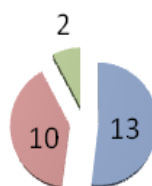
1. Сіздің жасыңыз нешеде?

- а) 15 – 20
- ә) 21 – 25
- б) 26 – 29



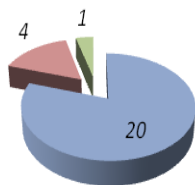
2. Сіздің әлеуметтік жағдайыңыз?

- а) білімгер немесе оқушы
- ә) жұмысшы
- б) қызметкер



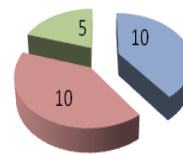
3. Сәнге сәйкес киінесіз бе?

а) иә ә) жоқ б) бәрібір



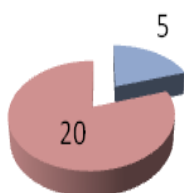
4. Сізге қазақ ұлттық киімдері ұнай ма?

а) иә ә) жоқ б) бәрібір



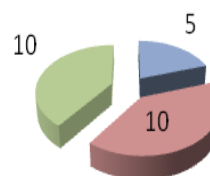
5. Сіздің гардеробыңызда ұлттық көйлектер бар ма?

а) бар
ә) жоқ



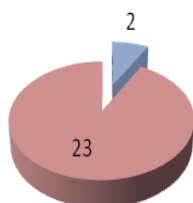
6. Ұлттық киімнің қандай жинағын ұнатасыз?

а) көйлек, камзол
ә) көйлек, сәукеле
б) камзол, тақия көйлек



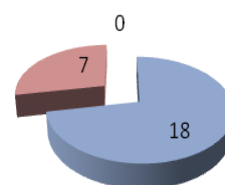
7. Ұлттық киімді қандай кезде кигенді ұнатасыз?

а) күнделікті тұрмыста
ә) мейрамдарда
б) кимеймін немесе ұнатпаймын



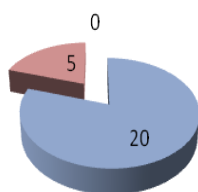
8. Жинақтың пішімінің қандай болғанын қалайсыз?

а) трапеция тәрізді
ә) тік пішімді
б) бәрібір



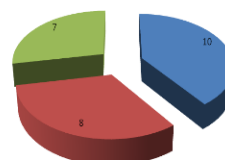
9. Жинақтың сәнді элементтері болғанын ұнатасыз ба? (тесмалы, сәндік тігістер т.б.)

а) иә ә) жоқ б) әрқалай



10. Ұлттық көйлектің түсі қандай болғанын қалайсыз?

а) сары түсті
ә) ашық көгілдір
б) қызыл



Сурет 1. Сауалнама нәтижелері



Сурет 2. Ұсынылып отырған коллекцияның эскиздері

Ұлттық нақыштағы жасалған әйелдер жинағы 2ә-суретте, негізгі бұйым үлгісі ретінде көрсетілген. Көйлек алтын түсті атлас және пайеткалы тордан тігілген. Қынамалы силуэтті, жеңі ұзын. Көйлек лиф және белдемшеден тұрады. Лифтің алдыңғы бойы иықтан бедер тігіс түскен. Алдыңғы бойдың ортаңғы бөлігі тұтас алтын түсті тордан, бүйір бөліктері атлас матадан пішілген. Лифтің артқы бойы иықтан ортаға үшкірленіп бедер тігіс түскен, бел тұсында бүкпесі бар. Артқы бойдың ортаңғы бөлігі екі бөліктен тұрады, алтын түсті тордан, бүйір бөліктері атлас матадан пішілген. Белдемше балық пішінді. Алдыңғы және артқы бөлігінде қиғаш пішілген сәнді иініші бар. Белдемше астармен өңделген. Жең бір тігісті үш бөліктен тұрады. Жеңнің жоғарғы бөлігі «шам» тәріздес. Жеңнің басы мен ұшы жиырылады. Ортаңғы жең де «шам» тәріздес. Жоғарғы және ортаңғы бөлігінің астары тор. Манжет ұшының ені жалпақ, жеңнің кеңдігін реттегіш ілмектері баумен қадалған. Жағасы тік, ені 3,5 см таспа тігілген, үстіне тастар жапсырылған. Көйлектің алдыңғы бойының орта бөлігіне, белдемше иінішіне жең ұшына сәндік таспа мен сәнді тастар бекітілген.

Ғылыми нәтижелерлі талқылау. Ұсынылып отырған коллекцияның эскиздік жобасы жасалды. Эскиздік жобадан соң негізгі базалық құрылысы тұрғызылды. Киімнің базалық құрылысының негізі – негізгі бөлшектердің рационалды құрылысы, ол 3-4 жылда бір рет, халықтың заманауи өлшемдік типологиясын және оңтайлы қосымшаларды ескере отырып жасалады.

Технологиялық үрдістер тігін өндірісінің негізі болып табылады және бұйымның сапа деңгейіне жауап беретін, технологиялық түйін мен бөлшектерін біріктіру бойынша бөлінбейтін операцияларды көрсетеді [4,5].

Қорытынды. Қорытындылай келе заманауи стильдегі қазақ ұлттық элементтерін қолдану арқылы әйелдердің сәнді коллекциясы қазіргі таңда өзінің ерекшелігі, үйлесімділігі, түстік шешімі мен ондағы әрлеу материалдарын қолданумен ерекше көрінеді. Мұндай заманауи стильдегі коллекция сұранысқа ие. Жастардың бойында шығармашылық белсенділігін дамыту, кәсіби шеберлігін арттыру, ұлттық құндылықтарды дамыту, төл тарихымызды насихаттау мақсатында осындай жобаларға деген сүйіспеншіліктерін ояту дизайнерлер мен тігіншілер кәсіптерінің маңызды қырларының бірі болып табылады.

Әдебиеттер тізімі

1. Қожабаев, Е.Ж. Қазақ оюлары: Тәңіршілдік мәдениетінің пиктограммалары және олардың модульдерін заманауи дизайн бойынша үйлестіру тәсілдері [Мәтін] / Е. Ж. Қожабаев – Алматы: Мектеп, 2015. – 339 б.
2. Қазақ халқының ұлттық киімдері. Национальная одежда казахского народа [Мәтін]. – Алматы: Алматы кітап, 2007.
3. Фатхудинов, Р.А. Стратегический маркетинг [Текст] / Р.А. Фатхудинов. – М.: Интел-синтез, 2000.
4. Юдина, Е.О. Особенности маркетингового обоснования инновационных проектов в швейной промышленности [Текст] // Швейная промышленность. – 2012. – С.37-42.
5. Нуржасарова, М. Моделирование и художественное оформление одежды [Текст]: учебник 2-е изд., перераб. и доп / М. Нуржасарова, Н. Беркалиева. – Астана: Фолиант, 2017. – 140 с.

Материал редакцияға 23.11.23 түсті.

А.К. Жаппарова

Таразский региональный университет имени М.Х. Дулати, Тараз, Казахстан

РАЗРАБОТКА ЖЕНСКОЙ МОДНОЙ КОЛЛЕКЦИИ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ КАЗАХСКИХ НАЦИОНАЛЬНЫХ ЭЛЕМЕНТОВ

Аннотация. В статье представлена модная женская коллекция с использованием элементов национального мотива. Коллекция выполнена в творческом, воображаемом стиле, в соответствии с современными стилями. Путем проведения маркетинговых исследований был определен спрос на товар среди потребителей.

Ключевые слова: маркетинговое исследование, национальный костюм, коллекция, эскиз, проект.

A.K. Zhapparova

M.Kh. Dulaty Taraz Regional University, Taraz, Kazakhstan

DEVELOPMENT OF WOMEN'S FASHION COLLECTION USING KAZAKH NATIONAL ELEMENTS

Abstract. The article presents a fashionable women's collection using elements of a national motive. The collection is presented in a new style, in accordance with modern

styles. We conduct marketing activities during which the conditions for goods were determined.

Keywords: marketing cooperation, national costume, collection, sketch, project.

References

1. Kozhabaev, E.Zh. Qazaq oyuları: Täñirşildik mädeniätiniñ piktogrammaları jäne olardıñ modwlderin zamanawı dızayn boyınşa üylestirw täsilderi [Kazakh carvings: Pictograms of divine culture and ways of combining their modules in modern design]. – Almaty: School, 2015. – 339 p. [in Kazakh].
2. Qazaq xalqınıñ ulttıq kiiimderi. Naciöalnaya odejda kazaxskogo naroda [National clothes of the Kazakh people. National dress of the Kazakh people]. – Almaty: Almaty book, 2007. [in Kazakh].
3. Fatkhudinov, R.A. Strategicheskiy marketing [Strategic marketing]. – Moscow: Intel-sintez, 2000. [in Russian].
4. Yudina E.O. Osobennosti marketingovogo obosnovaniya innovatsionnykh proyektov v shveynoy promyshlennosti [Features of marketing justification for innovative projects in the clothing industry] // Garment industry. 2012. P.37-42 [in Russian].
5. Nurzhasarova, M., Berkalieva, G. Modelirovaniye i khudozhestvennoye oformleniye odezhdy: uchebni 2-ye izd., pererab. i dop [Modeling and artistic design of clothing: textbooks, 2nd ed., revised. and additional]. – Astana: Foliot, 2017. – 140 p. [in Russian].