

УДК 685.34.01

DOI 10.47367/0021-3497_2024_4_157

**КОНЦЕПЦИЯ АДРЕСНОГО ПРОЕКТИРОВАНИЯ ИЗДЕЛИЙ
ДЛЯ ЖЕНЩИН ЭЛЕГАНТНОГО ВОЗРАСТА**

**THE CONCEPT OF TARGETED DESIGN
PRODUCTS FOR WOMEN OF ELEGANT AGE**

Е.С. РЫКОВА, Е.В. ФЕДОСЕЕВА, О.А. БЕЛИЦКАЯ, В.В. КОСТЫЛЕВА, А.А. ФОКИНА

E.S. RYKOVA, E.V. FEDOSEEVA, O.A. BELITSKAYA, V.V. KOSTYLEVA, A.A. FOKINA

(Российский государственный университет им. А. Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство))

(The Kosygin State University of Russia)

E-mail: rykova-es@rguk.ru

В эпоху массового потребления товаров и услуг для получения уникального изделия, отвечающего запросам потребителя, модельеру необходимо реализовать дизайн-проект, который базируется на всесторонних предпроектных исследованиях, включающих выявление малой целевой аудитории по возрастному, демографическому и типологическому признакам, социологические опросы по определению портрета и предпочтений потенциального покупателя.

В статье установлена актуальность разработки универсального алгоритма адресного проектирования изделий легкой промышленности, в частности, на сегодняшний день отсутствуют рекомендации в области проектирования обуви для женщин старшего возраста.

Систематизация научной литературы по вопросам социальной геронтологии выявила необходимость исследований по уточнению возрастных границ и введения нового термина «женщины элегантного возраста». Авторами статьи предложена концепция адресного проектирования изделий для женщин элегантного возраста. Представлены результаты социологических исследований потребительских предпочтений, эскизы коллекции модельной обуви, которые соответствуют эстетическим и функциональным запросам выделенной группы потребителей. Решения по адаптации модельной обуви для старшей возрастной группы к модным тенденциям, алгоритм формирования базы художественно-графических элементов составили основу интеграции приемов адресного и художественного проектирования и веб-сайта для укрепления связи «потребитель-производитель» при реализации коллекции.

In the era of mass consumption of goods and services, in order to obtain a unique product that meets the needs of the consumer, a fashion designer needs to implement a design project that is based on comprehensive pre-design studies, including identifying a small target audience by age, demographic and typological characteristics, sociological surveys to determine the portrait and preferences of a potential buyer. The article determines the relevance of developing a universal algorithm for targeted design of light industry products, in particular, there are currently no recommendations in the field of shoe design for older women. The systematization of scientific literature on social gerontology has revealed the need for research to clarify age boundaries and introduce a new term "women of elegant age". The authors of the article proposed the concept of targeted product design for women of elegant age. The results of sociological studies of consumer preferences, sketches of a collection of model shoes that correspond to the aesthetic and functional aspects of the identified needs, solutions for their adaptation to fashion trends, an algorithm for forming a database of artistic and graphic elements based on the integration of targeted and artistic design techniques and a website to strengthen the consumer-manufacturer relationship for collection implementations.

Ключевые слова: проектная деятельность, адресное проектирование, женщины, элегантный возраст, классификация, капсульная коллекция, обувь.

Keywords: project activity, targeted design, women, elegant age, classification, capsule collection, shoes.

Введение

Сегодня в эпоху массового потребления товаров и услуг в высшей степени затруднительно привлечь внимание целевой аудитории. В арсенале модельера, разрабатывающего любой вид дизайн-продукции, имеется такой вид проектирования, который учитывает объективное построение предпочтений различных демографических и социокультурных категорий клиентов. По сути, это адресный подход, и заключается он прежде всего в создании уникальной коллекции изделий или целесообразных капсульных серий исходя из требований конкретной группы потребителей, отобранной из общего числа по определенным признакам [1].

Методы исследования

Конструктору-модельеру, создающему новые модели одежды, головных уборов, обуви и аксессуаров, необходимо обладать знаниями, опытом из смежных специальностей и системно или «проектно» мыслить. Проектная деятельность направлена на получение заранее определенного результата, уникального продукта или услуги [2] и дает

модельеру наиболее полный набор инструментов для разработки уникального и кастомизированного продукта.

Нами предложена усовершенствованная классификация проектной деятельности, которая позволяет выделить операции, средства и приемы управления проектами разного типа. Классификация предоставляет модельерам возможность совершенствовать приемы и технологии проектного управления, стабилизирует связку «потребитель-производитель», учитывая внутренние нюансы производителей и особенности потребителей. В моделировании изделий легкой промышленности важным аспектом является не только функциональная составляющая проектируемой модели, но и эстетическая. В соответствии с этим нами выделены и описаны виды проектирования, при взаимодействии которых получается уникальный продукт: художественное проектирование, адресное проектирование, дизайн-проект, экодизайн [2].

Универсальный алгоритм разработки дизайн-проекта, который используют модельеры легкой промышленности для по-

иска инновационных решений при создании будущего изделия, представлен на рис. 1. Следовательно, для получения уникального изделия, отвечающего запросам потребителя, модельеру необходимо реализовать дизайн-проект, который базируется на всесторонних предпроектных исследованиях, включающих выявление малой целевой аудитории по возрастному, демографическому и типологическому признакам, социологические опросы по определению портрета и предпочтений потенциального покупателя.

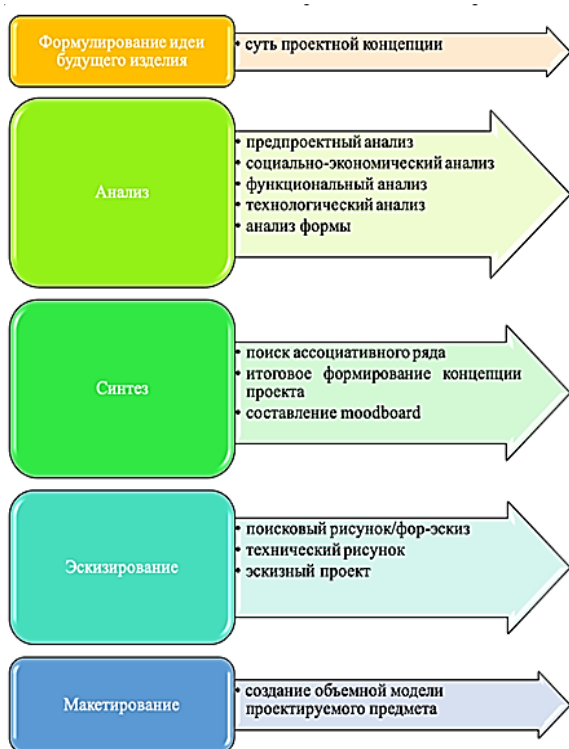


Рис. 1

В связи с вышеизложенным необходимо разработать универсальный алгоритм адресного проектирования изделий легкой промышленности. Структура исходной информации для адресного проектирования включает в себя социологические исследования потребительских предпочтений, модные тенденции, возрастные, имиджевые, физиологические и психологические особенности, по которым она анализируется и синтезируется. Результаты анализа предпроектных исследований модельер трансформирует в концепцию проекта [3, 4].

Социологический опрос

Социологические исследования, проведенные на кафедре художественного моделирования, конструирования и технологии изделий из кожи РГУ им. А.Н. Косыгина, выявили острую нехватку актуального ассортимента обуви для пожилых женщин. Производители обуви по-прежнему ориентированы на обувь молодого и зрелого населения, в то время как морфология стоп возрастных групп явно отличается от морфологии стоп молодых потребителей [5]. Тематика проектирования обуви для пожилых женщин, с одной стороны, является новой по отношению к дизайну, с другой – имеет особую актуальность. Проектирование обуви для пожилых людей на сегодняшний день сводится только к поиску комфорта, в то время как разработка модной обуви востребована, ее ждет потребитель. Представим дальнейшее исследование по разработке принципов адресного проектирования изделий легкой промышленности на примере коллекций обуви для женщин элегантного возраста.

Промышленные предприятия в поисках новых сегментов рынка готовы рассмотреть возможность производства обуви для возрастного покупателя. Коммерческая эффективность и качество будущего изделия закладываются на этапе его художественного проектирования. Отсутствие рекомендаций в области проектирования обуви для женщин старшего возраста подтверждает актуальность настоящего исследования [6].

Существенной задачей при проектировании обуви для дам старшего поколения становится формирование позитивного, современного имиджа. Для пожилых людей важна свобода самовыражения в моде, пожилой человек сегодня желает ощущать в полной мере социальную активность [5...10]. Социологические опросы среди пожилых женщин (старше 50 лет) показали, что 89% считают себя «слишком молодыми», чтобы соглашаться на роль пожилых», и сильно отличаются от своих ровесниц из предыдущих поколений [7].

Таким образом, выявленная проблема – отсутствие подходящей обуви для женщин

старшего возраста – может быть решена, если:

- определен портрет потенциального потребителя;
- установлены обоснованные требования к обуви выделенной потребительской группы;
- разработан концептуальный подход к адаптации модных тенденций и стилистических особенностей обуви к потребностям женщин старшего возраста.

Отсутствие ассортимента для женщин старшего возраста, хотя их потребности явно отличаются от потребностей молодежи или зрелых женщин, в первую очередь из-за отличий образа жизни и психического развития личности, послужило основанием для анализа работ по геронтологии. В соответствии с суждениями геронтологов старость проявляется больше в социальном, чем в физическом аспекте [8, 9]. Майкл Мунро и Джули Менант в своем исследовании отмечают, что более 80% пожилых людей заявляют о проблемах с ногами, что является следствием использования неспортивной обуви [9]. Большинство исследователей приходит к выводу, что существует необходимость в обуви, специально ориентированной на морфологию стопы и потребности пожилых людей, включая и дизайн [9...11].

Согласно классификации возрастов, принятой Всемирной организацией здравоохранения (ВОЗ):

- молодой возраст – 18-44;
- средний возраст – 45-59;
- пожилой возраст – 60-74;
- старческий возраст – 75-90;
- долголетие – старше 90.

Это распределение использовано нами при проектировании обуви для женщин старших возрастных групп и составило основу исследований по уточнению возрастных границ.

По результатам проведенного нами опроса, женщины (266 респондентов – жительницы г. Москвы от 55 до 78 лет), выходя на пенсию, в 80 % случаев не работают. При этом они не перестают следить за модой, ведут активный образ жизни, испытывают потребность стильно одеваться и

продумывать свой внешний облик при каждом выходе из дома. Они интересуются изменениями моды, косметологией, стилистикой и правилами дефиле, посещают мероприятия, требующие определенного дресс-кода, одним из элементов которого является обувь. Соответственно, в первую очередь «остромодные» новинки следует адаптировать к обуви для зрелого потребителя [6, 12]. Возрастной покупатель предъявляет повышенные требования к качеству обуви и стремится к созданию собственного индивидуального стиля.

Основные причины, которые препятствуют покупке понравившейся обуви, по мнению опрошенных нами женщин старше 55 лет: высокая цена, отсутствие подходящего размера и сомнения в удобстве эксплуатации «остромодной» новинки [12]. Поэтому следующие этапы концепции проектирования модельной обуви для женщин старших возрастных групп сводятся:

- к поиску возможных способов снижения стоимости изделия;
- проведению антропометрических исследований среди потенциальных покупателей;
- разработке концептуального подхода к адаптации модных тенденций и стилистических особенностей обуви к потребностям женщин таких возрастных групп [6].

Вместе с этим важнейшим критерием при выборе обуви для респондентов является комфорт, что вполне справедливо. Так, 45% опрошенных имеют патологии стоп, а 40% используют вкладные приспособления. Основная задача при создании эргономичной модельной обуви – разработка конструкции, допускающей применение рациональной вкладной стельки, которая правильно распределит нагрузку по стопе, снимет боли и усталость в ногах, предупредит прогрессирование патологий стоп и опорно-двигательного аппарата в целом [6, 12].

Для дальнейшего исследования нами выбрана группа женщин пенсионного возраста от 55 лет, потому что именно в этот период большинство из них меньше работают или вовсе перестают. На этом этапе жизни важно сохранить социальный имидж так, чтобы в первую очередь стилистические ас-

пекты были уместны возрасту. На этом фоне нами предлагается ввести новый термин «женщины элегантного возраста» [13].

Женщины элегантного возраста – группа в возрасте от 53 до 75 лет, которые следят за тенденциями современной моды, ставя в приоритет комфортные, лаконичные и изысканные вещи. Они уже сформировали собственный стиль и тщательно продумывают свой образ.

Результаты и обсуждение

Концепция адресного проектирования для женщин элегантного возраста заключается в разработке модельной обуви, которая соответствует выявленным эстетическим и функциональным требованиям и, конечно, модным тенденциям текущего сезона. Наряду с этим имеет смысл соединить адресное и художественное проектирование, то есть при разработке новых моделей использовать современные методы формообразования. Изучение теоретических положений формообразования позволило рекомендовать метод наводящей задачи как оптимальный для проектирования обуви женщин элегантного возраста [14].

Следующая задача исследования состояла в выявлении актуальных художественно-конструктивных признаков обуви выделенной целевой аудитории. Наиболее востребованным видом модельной обуви являются туфли (56% ответов респондентов), предпочтительно с овальной (84% ответов респондентов) либо треугольной (14% ответов респондентов) формой носочной части при оптимальной высоте приподнятости пяточной части, по мнению респондентов, 30-40 мм (47%), 20-30 мм (20%) и выше 40 мм (17%). По форме каблука женщины элегантного возраста предпочли устойчивые «кирпичик», «рюмочку», «клиновидный», «столбик». В качестве материала верха 93% респондентов выбрали кожу черного или бежевого цветов, большей частью родственного или родственно-контрастного сочетаний цветов в модели обуви. По результатам исследования потребительских предпочтений женщин старших возрастных групп установлено, что они готовы купить новую пару модельных черных туфель из

натуральной кожи с овальной формой носочной части на устойчивом каблуке квадратной формы высотой 30-40 мм.

В среде редактора Adobe Photoshop с учетом предпочтений потенциальных потребителей разработана серия эскизов модельной обуви. Отвечая на вопрос анкеты «Сформировать мнение о предложенных эскизах туфель», респонденты сделали выбор в пользу модели «лодочка» черного цвета на устойчивом каблуке цвета металлик, обосновав его тем, что конструкция обуви выглядит гармоничной, удобной, лаконичной, а каблук придает ей более современный вид. Наряду с этим опрошенные изъявили желание видеть что-то более элегантное.

Анализ ассортимента обуви ряда компаний позволяет утверждать, что разработка капсульной коллекции – наиболее приемлемое решение в условиях адресного проектирования обуви для выделенной группы потребителей [14]. Зачастую средства ограничены не только у производителей, но и у целевой аудитории, тогда капсульный подход предоставляет женщинам элегантного возраста возможность создавать образ и составлять комбинации из имеющейся в их гардеробе одежды. Капсульные коллекции имеют множество преимуществ перед сезонными коллекциями, и их грамотное планирование помогает не только увеличивать продажи, но и привлекать внимание потенциальных клиентов бренда [14].



Рис. 2

В соответствии с этим мнением и общим результатом проведенного опроса нами разработана серия эскизов коллекции

обуви, представленная на рис. 2. Модели отличаются разнообразием конструкции носочной части. При открытой пяточной части сохраняется черно-белая цветовая гамма и устойчивый широкий каблук. Одна из моделей представляет ремешково-сандальную группу с декоративным элементом на ремне в носочной части, две модели «мюли» на низком каблуке с декоративным элементом в виде банта на союзке и без него [15].

Обзор известных исследований по вопросу социальной психологии одежды позволил выявить, что мода сильно влияет на человека именно в молодом возрасте, пока происходит определение целей, формирование ценностей и отношения к себе. Молодость исследуемой аудитории пришлась на 1970–1980-е гг., соответственно, в когнитивной памяти остались впечатления о модных инновациях того времени, что определяет их сегодняшние предпочтения как старомодные [16].

Нами проведен опрос по выявлению потребительских предпочтений в отношении моделей туфель 70-х гг. XX века и похожих на них конструктивно моделей из современных коллекций. Респонденты (365 жительниц г. Москвы в возрасте от 53 до 75 лет) остановили свой выбор на более классических моделях. Таким образом, первоочередной задачей адресного проектирования является анализ конструктивных характеристик обуви моды 1970-х и 1980-х гг. и гармонизация его результатов с тенденциями сезона весна-лето 2024 г.

Проведенные исследования позволили нам сформулировать принципы адресного проектирования коллекций обуви для женщин элегантного возраста:

- выстраивание тесной связи с потребителем путем проведения социологических исследований;

- подбор моделей-аналогов для определения требуемого внешнего вида обуви с учетом потребительских предпочтений, возрастных, имиджевых, физиологических и психологических особенностей;

- адаптация моделей обуви к модным трендам с учетом стилистических особенностей;

- комплексный подход к проектированию обуви – интеграция разных видов проектирования (экодизайн, художественное проектирование, адресное проектирование, дизайн-проектирование) для разработки уникального изделия;

- разработка капсульной коллекции для сокращения сроков реализации проекта и экономической выгоды;

- разработка веб-сайта, на котором потребитель может ознакомиться с предлагаемыми моделями (для поддержания связи с потребителями).

На основе разработанной концепции и выделенных принципов адресного проектирования нами составлен алгоритм формирования базы художественно-графических (атрибутивных) элементов обуви для женщин элегантного возраста (рис. 3).

Для апробации действенности предложенного алгоритма нами реализована база данных художественно-графических элементов обуви, в основу которой положены различные комбинации атрибутивных элементов:

- 4 колодки, различающиеся высотой приподнятости пяточной части (10 мм, 40 мм) и геометрической формой носочной части (овальная, треугольная);

- 4 варианта конструктивного решения заготовок деталей верха модели туфель «лодочка»;

- 2 варианта каблука устойчивой формы разных цветов;

- 3 варианта цветового решения деталей верха обуви (черный, бежевый и красный);

- 2 варианта декоративного оформления моделей (жемчуг и без декора).

База данных допускает постоянное дополнение и корректировку атрибутивных элементов. Комбинирование базовых художественно-графических элементов обуви из представленной базы данных позволило разработать визуальный ряд капсульной коллекции обуви для женщин элегантного возраста, фрагмент базы данных представлен на рис. 4.

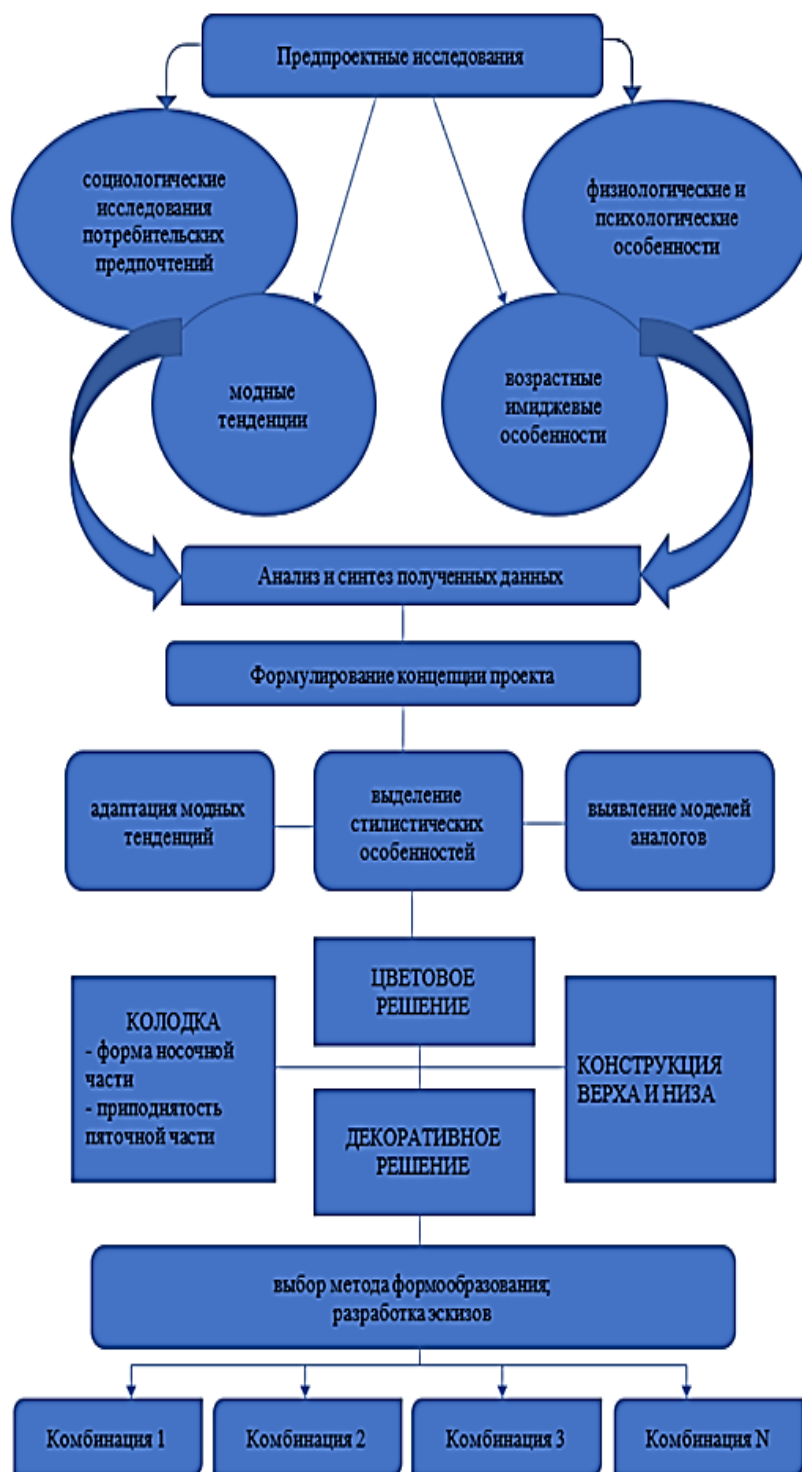


Рис. 3

В ходе исследования наиболее популярных графических редакторов для создания дизайна веб-сайта, представленных на рынке, мы сделали выбор в пользу онлайн-редактора «Figma» [17, 18]. Веб-сайт позициони-

руется как оперативный способ становления, укрепления и удержания связи «производитель-потребитель» и эффективный инструмент модельера для сокращения сроков реализации предпроектных исследований.



















| Комбинации базовых элементов | Цветовые решения | | |
|---|--|--|--|
| | <u>черный</u> | <u>бежевый</u> | <u>красный</u> |
| Комбинация 1 колодка 1 + ЗВО 1 + каблук 1 + без декора |  |  |  |
| Комбинация 2 колодка 1 + ЗВО 1 + каблук 1 + с декором |  |  |  |
| Комбинация 3 колодка 1 + ЗВО 1 + каблук 2 + без декора |  |  |  |
| **** | *** | **** | **** |
| Комбинация 6 колодка 3 + ЗВО 4+ каблук 1 + с декором |  |  |  |
| Комбинация 7 колодка 3 + ЗВО 4+ каблук 2 + без декора |  |  |  |
| Комбинация 8 колодка 3 + ЗВО 4 + каблук 2 + с декором |  |  |  |
| Комбинация N | *** | **** | **** |

Рис. 4

Веб-сайт состоит из страниц, содержащих:

- сведения о группе потенциальных потребителей;
- информацию о тенденциях моды, которую необходимо обновлять каждый сезон;
- способы адаптации моделей обуви к современным трендам для женщин элегантного возраста;
- результаты маркетинговых исследований как обоснование выбора художественно-графической составляющей эскизного проектирования;
- онлайн-конструктор моделей обуви из 96 комбинаций эскизов универсальной капсульной коллекции обуви для женщин элегантного возраста, адаптированных к восприятию целевой аудиторией и соответствующих актуальным трендам.

Разработанный визуальный ряд капсульной коллекции обуви для женщин элегантного возраста и шаблон сайта для под-

держания связи «производитель-потребитель» успешно прошли апробацию.

ВЫВОДЫ

Для обеспечения эффективности адресного проектирования обуви для женщин элегантного возраста нами предложена концепция, предполагающая: разработку эскизов коллекции модельной обуви, которые соответствуют эстетическим и функциональным аспектам выявленных потребностей; поиск способов их адаптации к модным тенденциям текущего сезона; интеграцию приемов адресного и художественного проектирования; наличие алгоритма формирования базы художественно-графических элементов и веб-сайта для укрепления связи «потребитель-производитель»; собственно реализацию коллекции.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Кривобородова Е.Ю.* Методология адресного проектирования одежды с использованием новых информационных технологий: монография. М.: МГУДТ, 2007. 264 с.
2. *Федосеева Е.В., Рыкова Е.С.* Классификация видов проектной деятельности в обувной промышленности // Научный альманах Центрального Черноземья. 2022. № 1-9. С. 97...101.
3. *Алибекова М.И., Костылева В.В., Новиков А.Н., Фирсов А.В.* Современные технологии в проектировании обуви // Дизайн и технологии. 2017. № 57(99). С. 31...35.
4. *Jiang S., Li J., Fu Y.* Deep Learning for Fashion Style Generation // IEEE Transactions on Neural Networks and Learning Systems (Early Access), 26 February 2021, pp. 67...75.
5. *Федосеева Е.В., Рыкова Е.С.* Эстетический аспект в эргодизайне обуви для женщин старшего поколения // Концепции, теория, методики фундаментальных и прикладных научных исследований в области прикладного дизайна и технологий. М.: РГУ им. А.Н. Косыгина, 2020. Ч. 1. С. 79...82.
6. *Федосеева Е.В., Рыкова Е.С.* О перспективах развития проектирования модельной обуви для женщин старшего возраста // Инновационное развитие техники и технологий в промышленности (ИНТЕКС 2020). М.: РГУ им. А.Н. Косыгина, 2020. Ч. 4. С. 68...70.
7. <http://rusrep.ru/article/2011/03/23/fashion>
8. *Брайн С.Р.* Геронтология и конструирование старости: Transaction Publishers, 2016. P. 226.
9. *Мунро М., Менант Дж.* Обувь на испытании: существует ли безопасная обувь для пожилых людей // Материалы XX съезда Международного общества биомеханики, 2009. С. 1.
10. *Jellemaa A.H., Huysmansa T., Hartholtb K., Cammena T.J.* Shoe design for older adults: Evidence from a systematic review on the elements of optimal footwear. Maturitas, 2019, 127, P. 64...81.
11. *Кадилаева Р.Ш.* Основные подходы в изучении старения и задачи геронтологии // Педагогика и психология: проблемы и перспективы. Вып. 3. Махачкала: АЛЕФ, 2016. С. 119...125.
12. *Федосеева Е.В., Рыкова Е.С., Костылева В.В.* Маркетинговые исследования рынка обуви для женщин старших возрастных групп // Дизайн и технологии. 2019. № 74(116). С. 24...29.
13. *Федосеева Е.В., Рыкова Е.С.* Термин «Женщины элегантного возраста» // Молодые ученые – развитию Национальной технологической инициативы (ПОИСК–2021). Иваново: ИВГПУ, 2021. 603 с.
14. *Дашевская Т.С., Илларионова Т.И.* Формирование потребительских предпочтений при создании капсульной коллекции женской одежды // Фундаментальные и прикладные научные исследования: актуальные вопросы, достижения и инновации. Пенза: Наука и Просвещение (ИП Гуляев Г.Ю.), 2017. Ч. 1. С. 107...110.
15. *Федосеева Е.В., Рыкова Е.С.* Разработка фор-эскизов обуви методом наводящей задачи для жен-

щин элегантного возраста // Инновационные процессы в условиях глобализации мировой экономики: проблемы, тенденции, перспективы (IPEG-2022): сб-к науч. тр. Прага: Vedecko vydavatelske centrum Sociosfera-CZ s.r.o., 2022.

16. *Johnson K., Lennon S.J., Rudd N.* Dress, body and self: research in the social psychology of dress // Fashion and Textiles, 2014, 20(1).

17. *Конарева Ю.С., Костылева В.В., Максимова И.А. и др.* Концепция художественного онлайн-проектирования кастомизированных аксессуаров на основе принципов осознанной моды // Известия высших учебных заведений. Технология текстильной промышленности. 2022. № 2(398). С. 279...284. – DOI 10.47367/0021-3497_2022_2_279.

18. *Коваль Е.А., Конарева Ю.С., Костылева В.В. и др.* Автоматизированное проектирование модели-образа на основе принципов "онлайн-конструктора" в производстве персонифицированных аксессуаров // Известия высших учебных заведений. Технология текстильной промышленности. 2022. № 5(401). С. 167...170. – DOI 10.47367/0021-3497_2022_5_167.

REFERENCES

1. *Krivoborodova E. Y.* Methodology of targeted design of clothing using new information technologies: monograph. M.: MGUDT. 2007. 264 p.
2. *Fedoseeva E.V., Rykova E.S.* Classification of types of design activities in the shoe industry // Scientific almanac of the Central Black Earth Region, 2022. No 1-9. P. 97...101.
3. *Alibekova M.I., Kostyleva V.V., Novikov A.N., Firsov A.V.* Modern technologies in shoe design // Design and Technologies. 2017. No 57(99). P. 31...35.
4. *Jiang S., Li J., Fu Y.* Deep Learning for Fashion Style Generation // IEEE Transactions on Neural Networks and Learning Systems (Early Access), 26 February 2021, P. 67...75.
5. *Fedoseeva E.V., Rykova E.S.* The aesthetic aspect in the ergodesign of shoes for older women. // Concepts, theory, methods of fundamental and applied scientific research in the field of applied design and technology. Part 1. Moscow: Kosygin Russian State University, 2020. P. 79...82.
6. *Fedoseeva E.V., Rykova E.S.* About the prospects for the development of designing model shoes for older women // Innovative development of machinery and technologies in industry (INTEX-2020). Moscow: Kosygin Russian State University, 2020. Part 4. P. 68...70.
7. <http://rusrep.ru/article/2011/03/23/fashion>
8. *Brian S.R.* Gerontology and the construction of old age: Transaction Publishers, 2016, P. 226.
9. *Munro M., Menant J.* Shoes on trial: Is there a safe shoe for the elderly? // Materials from the XX Congress of the International Society of Biomechanics, 2009.
10. *Jellemaa A.H., Huysmansa T., Hartholtb K., Cammena T.J.* Shoe design for older adults: Evidence from a systematic review on the elements of optimal footwear. Maturitas, 2019, 127, P. 64...81.

11. *Kadilaeva R.S.* The main approaches in the study of aging and the tasks of gerontology in the collection: Pedagogy and psychology: problems and prospects. Issue 3. Makhachkala: ALEF, 2016. P. 119...125.

12. *Fedoseeva E.V., Rykova E.S., Kostyleva V.V.* Marketing research of the footwear market for women of older age groups // Design and Technologies. 2019. No. 74(116). P. 24...29.

13. *Fedoseeva E.V., Rykova E.S.* The term "Women of elegant age" // Young scientists – development of the National Technological Initiative (SEARCH-2021). Ivanovo: IVSPU, 2021. P. 603.

14. *Dashevskaya T.S., Illarionova T.I.* Formation of consumer preferences when creating a capsule collection of women's clothing // Fundamental and applied scientific research: current issues, achievements and innovations. Penza, 2017. P. 107...110.

15. *Fedoseeva E.V., Rykova E.S.* For-sketches Shoe development by the suggestive task method for women of elegant age // Innovative processes in the context of globalization of the world economy: problems, trends, prospects (groups-2022): Collection of scientific papers. Prague: Vedetsko-Outstanding Center of the Socio-sphere-CZ s.r.o., 2022.

16. *Johnson K., Lennon S.J., Rudd N.* Dress, body and self: research in the social psychology of dress // Fashion and Textiles, 2014, 20(1).

17. *Konareva Yu.S., Kostyleva V.V., Maksimova I.A., Litvin E.V., Karaseva A.I., Sineva O.V.* The concept of artistic online design of customized accessories based on the principles of conscious fashion // Izvestiya Vysshikh Uchebnykh Zavedenii, Seriya Tekhnologiya Tekstil'noi Promyshlennosti. 2022. No. 2 (398). P. 279...284.

18. *Koval E.A., Konareva Yu.S., Kostyleva V.V., Sineva O.V., Karaseva A.I.* Computer- aided design of the model-image based on the principles of the "online constructor" in the production of personalized accessories // Izvestiya Vysshikh Uchebnykh Zavedenii, Seriya Tekhnologiya Tekstil'noi Promyshlennosti. 2022. No. 5 (401). P. 167...170.

Рекомендована кафедрой художественного моделирования, конструирования и технологии изделий из кожи РГУ им. А.Н. Косыгина. Поступила 23.05.24.