

## ZAMONAVIY USTKI KIYIMLAR ASSORTIMENTLARINING TAHLILI VA KLASSIFIKATSIYALASH

***Boymatova Kamola Abduraxmon qizi***

*Namangan To`qimachilik sanoat insituti katta o`qtuvchisi*

***Mamadoripova Munajat Abduvali qizi***

*Namangan To`qimachilik sanoat insituti magistr talabasi*

***Tolipova Nasiba Mansurjon qizi***

*Namangan To`qimachilik sanoat insituti talabasi*

**Anatatsiya:** Tadqiqot yuqori sifatli to`qimachilik mahsulotlarini ishlab chiqarish uchun maqbul muhitni ta`minlanishini, shuningdek ustki kiyimlar turlari ularning xususiyatlari va istemolchilar qanday ustki kiyim tanlashlari bichimi, uslublarini qanday tanlashligi tadqiqi va ustki kiyimlar klassifikatsiyalashni tadqiq qilish.

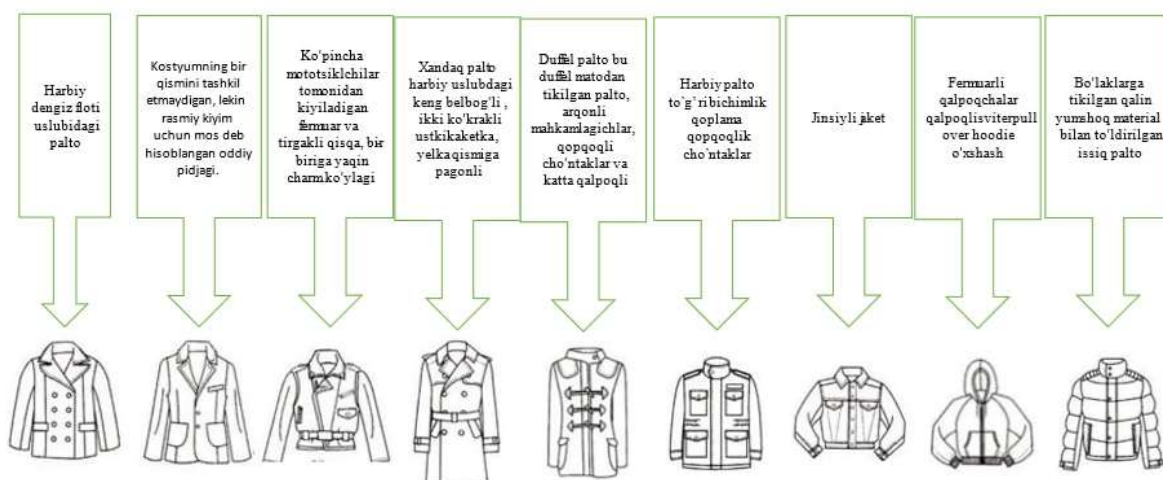
**Kalit so`zlar:** Klassifikatsiyalash, manitor, modellash, jarayon, optimal , harorat.

Kiyim – moddiy va ma`naviy madaniyatning muhim elementlaridan biri bo`lib, biz ko`rib chiqqan misollar bilan tasdiqlangan kiyimning kontseptual zonasi keng, nomlari ko`p, xilma-xil va funksional jihatdan to`yingan va bularning barchasi shunday imkoniyatdan dalolat beradi. So`nggi 15 yil ichida sanoatning rivojlanishi natijasida, mavsum davomida bir dona kiyim kiygan odamlar soni 30% ga kamaydi[Ellen MacArthur Jamg'arma 2017]. Kiyim-kechak iste'molining oshishi 2005 yilda 34,5 milliard dollar, o`rtacha yillik 3,7% ni tashkil etgan bo`lsa, 2018-yilda 55,5 milliard dollarni tashkil etgan bo`lsa, 2020-yilga kelib kiyim-kechak sanoati, jahon miqyosida qiymati 1,5 trillion dollarlik yirik sanoat bo`lib, bu ko`rsatkich yengil avtomobillar ishlab chiqarishidan ham yuqoriroqdir[McKinsey & Company 2020].

Kiyim – moddiy va ma`naviy madaniyatning muhim elementlaridan biri bo`lib, biz ko`rib chiqqan misollar bilan tasdiqlangan kiyimning kontseptual zonasi keng, nomlari ko`p, xilma-xil va funksional jihatdan to`yingan va bularning barchasi shunday

imkoniyatdan dalolat beradi. So'nggi 15 yil ichida sanoatning rivojlanishi natijasida, mavsum davomida bir dona kiyim kiygan odamlar soni 30% ga kamaydi [Ellen MacArthur Jamg'arma 2017]. Kiyim-kechak iste'molining oshishi 2005 yilda 34,5 milliard dollar, o'rtacha yillik 3,7% ni tashkil etgan bo'lsa, 2018-yilda 55,5 milliard dollarni tashkil etgan bo'lsa, 2020-yilga kelib kiyim-kechak sanoati, jahon miqyosida qiymati 1,5 trillion dollarlik yirik sanoat bo'lib, bu ko'rsatkich yengil avtomobillar ishlab chiqarishidan ham yuqoriroqdir [McKinsey & Company 2020]. Shuningdek tikuvchilik sanoatida so'ngi yillarda sifati qulayligi va mosligiga ko'proq e'tibor berilmoqda. Ustki kiyimlar uchun eng muhim xususiyatlar bu uning chidamliligi, xizmat ko'rsatishi, estetikasi va muvofiqligi shuningdek rangi va mato tuzilishi kiyimning dizayni va estetik ko'rinishiga ta'sir qiladi. Kiyimning eng muhim parametridan biri kamfortligidir. Har bir istemolchi o'zining garderoibida bir necha turdagi ustki kiyimlari mavjud bo'lib, garderoibdagi eng qimmat buyumlardan biridir. Shuning uchun ustki kiyimlar bir mavsumdan ko'proq vaqt davomida xizmat qilishi kerak. Buning uchun esa, avvalo kiyimni qanday tanlashni bilish kerak, ustki kiyimlarni xarid qilganimizda uning matosini sifatiga, fizik-mexanik xususiyatiga, eng asosiysi qulayligiga ahamiyat berishimiz lozimdir. Agar palto, plash, kardigan va shunga o'xshash uzun ustki kiyimlar tanlash kerak bo'lsa, ularni imkon qadar boldir qismiga tushadiganini olish tavsiya etiladi. Bunday uzunlikdagi ustki kiyimlar yubka, ko'ylak, shim yoki boshqa kombinatsiya bilan ham ajoyib ko'rinishni hosil qiladi. Ustki kiyim tanlashda rang alohida ahamiyatga ega. Keyingi mavsumda qanday rang urfda bo'lishi mavhum masala. Shuning uchun ularni neytral rangda bo'lishi maqsadga muvofiq. Oq, qora, qaymoq rang, kul rang, jigarrang yoki to'q ko'k kabi qalin ustki kiyimlar uzoq muddat davomida ko'zga tashlanmaydi bu albatta har bir istemolchi uchun qulaydir. Keng yoqalar, burmali bezaklar va turli xil bichimdagi ustki kiyimlarga ham kamroq ustunlik berish kerak. Chunki mavsum mobaynida turli xil uslublar urfga kiradi. Klassik uslublar esa hamisha tendensiyaga muvofiq ravishda o'z ahamiyatini yo'qotmaydi. Izlanishlar davomida bu masalada ko'proq oddiy bichimdagi klassik ustki

kiyimlarni tavsiya etadi. Shuningdek ustki kiyimlar bir necha turga bo`linadi, palto, kalta palto, plash, jaket, pidjak, kurtka shu kabi turlarga bo`linadi .



Xulosa: O`rganilgan tadqiqot bo`yicha ustki kiyimlarni turlari, guruhlari o`rganib chiqildi shuningdek ustki kiyimlar uchun klassifikatsiya ishlab chiqildi.

Foydalanilgan adabiyotlar.

1. диссертации и автореферата по ВАК РФ 05.19.01, кандидат технических наук Погорелова, Мария Леонидовна 2002
2. Бузов Б.А., Алыменкова Н.Д. Материаловедение в производстве изделий легкой промышленности (швейное производство)