

УДК 687.01

ПРЕДПОЧТЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ ПРИ ВЫБОРЕ МОДЕЛИ ЖЕНСКОГО ПАЛЬТО

Н.М. Стасевич, Н.В. Ульянова
Витебский государственный технологический университет

Швейные предприятия сталкиваются с задачей – как разработать модель одежды, наиболее полно соответствующей предпочтениям потребителей. Для принятия соответствующих решений необходимо учитывать, как объективные и субъективные, так и внутренние и внешние риски предприятия.

Для конструктора швейного производства определение потребительских предпочтений является одним из важных этапов проектирования одежды. Поэтому с целью определения принципов, по которым потребитель формирует свой гардероб, а также выявить наиболее предпочтительные художественно-конструктивные элементы в одежде авторами разрабатывалась анкета для экспертного опроса. Работа проводилась в рамках дипломного проектирования. В анкетировании приняли участие более 250 респондентов, онлайн-опрос которых производился в социальных сетях.

В качестве объекта исследования выбрано пальто демисезонное как наиболее популярный вид одежды среди различных возрастных групп женского населения.

В ходе анкетирования исследованы и выявлены потребительские предпочтения в моделях пальто среди молодёжи в возрасте до 20 лет (21 % респондентов), женщин до 30 лет (48 %) и старше (31 %). Из данных анкеты установлено, что наиболее востребована модель пальто – прямого силуэта (50 %). Данный показатель обусловлен сформировавшейся системой предпочтений потребителей. Пальто в стиле «Овесайз» предпочли 30 % опрошенных. Примерно одинаковое количество голосов респонденты отдали приталенному силуэту и силуэту трапеция (7 % и 6 %, соответственно). Х-образный силуэт все возрастные группы предпочли менее всего. Оценивая требования к длине изделия, можно отметить, что длину пальто «чуть ниже или до линии колена» предпочли 55 % опрошенных, а длину «выше линии колена» в основном выбирали девушки до 20 лет (34 %). За «длинное» пальто отдали свои голоса в основном женщины старше 30 лет, что составило 11 % выборки. За втачной (рубашечный) покроем рукава предпочли 48 % опрошенных. Цельнокроеный покроем рукава отметили 36 % респондентов. Скорее всего, точки зрения практичности цветовой решение респондентов отдано приглушённым или тёмным тонам (65 %). Белый и пастельные оттенки предпочли 27 % опрошенных, а яркие тона выбрали 8 %. В качестве застежки потребители желают видеть в пальто центральную бортовую застёжку на кнопки или пуговицы (36 %). Решение карманов может быть разным, но все-же предпочтение отдаётся накладным карманам и карманам в швах (по 42 %). За прорезные карманы проголосовало 16 %.

Всё больше возрастают требования к качеству одежды. Она должна быть как красивой по форме, так и качественной по исполнению. Из анкеты установлено, что основным фактором для покупки пальто является «Качество ткани и швов» за него отдали 40 % голосов, следующем по рейтингу идет фактор «Внешний вид изделия» – 30 %. Большой процент респондентов следят за модными тенденциями и много ценителей настоящей моды готовы отдать любые деньги за брендовую одежду.

На вопрос «Какой фактор является решающим при покупке пальто?» голоса распределились следующим образом: фактор «Бренд» составил – 20 %, «Комфорт» - 8 % и «Цена» – 2 %. В качестве конструктивно-декоративных элементов респонденты предпочитают в пальто пояс, воротники или капюшоны, паты, декоративные пуговицы, манжеты, отделочные швы, фигурный низ и др. Данные элементы респонденты прописывали дополнительно от предложенных вариантов в ответах.

На основе результатов проведенных исследований, а также пользуясь рекомендациями направления моды не текущий сезон разработана модель демисезонного пальто, представленная на рисунке 1.

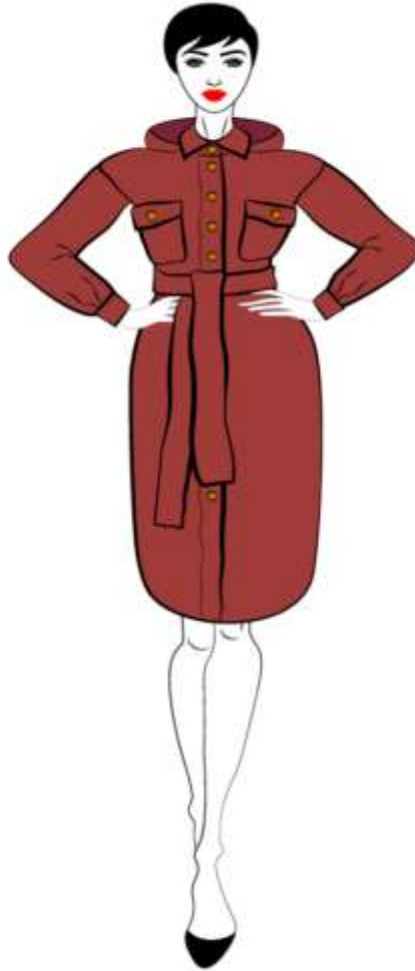


Рисунок 1 – Зарисовка внешнего вида модели пальто

Разработанная модель пальто успешно прошла апробацию на одном из частных швейных предприятий города Гродно. Результат работы подтвержден актом внедрения в производство.