

УДК 366.12

ВЫЯВЛЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ПРЕДПОЧТЕНИЙ ПРИ ВЫБОРЕ МОДЕЛИ ПАЛЬТО

Стасевич Н.М., студ., Ульянова Н.В., к.т.н., доц.

*Витебский государственный технологический университет,
г. Витебск, Республика Беларусь*

Неотъемлемой частью стиля человека является одежда. В настоящее время рынок предлагает потребителю широкий ассортимент швейных изделий и по мнению экспертов, резервы его роста до конца не исчерпаны. Однако создавая коллекцию одежды производителю, следует учитывать потребности и желания потребителей. Выявление потребительских предпочтений является одним из важных этапов проектирования одежды.

В качестве объекта исследования выбрано женское пальто как наиболее популярный в настоящее время вид одежды не только среди взрослого населения, но и среди молодежи.

С целью определения баланса между взглядами производителей и пожеланиями потребителей в одежде, а также выявления наиболее востребованной модели пальто разрабатывалась анкета. Онлайн-опрос производился в социальных сетях, где участникам предлагались вопросы с вариантами ответов и наглядный материал. В анкетировании приняли участие 258 респондентов, среди которых молодёжь в возрасте до 20 лет (21 %), женщины до 30 лет (48 %) и старше 30 лет (31 %).

Согласно результатам экспертного опроса, установлено следующее. В текущем сезоне среди потребителей наиболее востребована модель пальто прямого силуэта (50 %) и в стиле «Овесайз» (30 %). Отмечено, что стиль и силуэт в одежде имеет не маловажное значение для покупателей. Примерно одинаковое количество голосов респонденты отдали приталенному силуэту и силуэту трапеция (7 % и 6 %, соответственно).

Длину пальто «чуть ниже или до линии колена» предпочитают порядка 55 % опрошенных, а «выше линии колена» в основном выбирали девушки до 20 лет (34 %). Длинному пальто отдали свои предпочтения женщины старше 27 лет (11 %).

За втачной (рубашечный) покрой рукава проголосовало 48 % опрошенных. Цельнокроеный покрой рукава предпочли 36 % респондентов. За покрой реглан – 15 %. Наименьший процент составил у комбинированного покроя.

Выявлено, что фактор практичности во многом оказывается значимым при выборе одежды. Женщины отдают предпочтение материалам из смешанных волокон, имеющим приглушённый или тёмный окрас (65 %), белый и пастельные оттенки предпочли 27 % опрошенных, яркие тона выбрали 8 % участников.

Установлено, что наиболее востребована модель пальто с центральной бортовой застёжкой на кнопки (36 %), петли и пуговицы (36 %) и застёжкой на «тесьму-молнию» (28 %).

Порядка 42 % опрошенных предпочли наличие в пальто накладных карманов (42 %) и карманов в швах (41 %). За боковые прорезные карманы проголосовало 16 % респондентов.

Всё больше возрастают требования к качеству одежды. Из результатов анкеты мож-

но наблюдать, что основным фактором для покупки пальто является «качество материалов и швов» – 40 % голосов, далее следует «внешний вид» – 30 %.

Следует отметить, что большая часть респондентов следит за модными тенденциями и готовы отдать любые деньги за брендовую одежду. Фактор «Бренд» выбрали 20 % опрошенных респондентов, «Комфорт» – 8 % и «Цена» – 2 %.

В качестве конструктивно-декоративных элементов респонденты предпочитают в пальто капюшон, манжеты и пояс.

Результаты проведенной работы явились предпроектными исследованиями и были учтены при разработке серии моделей женских пальто, которая успешно прошла апробацию на одном из частных швейных предприятий города Гродно.