

УДК  
687.016

Світлана ДОНЧЕНКО, Євгенія МУЗИЧУК,  
Марина ЯЦЕНКО  
Київський національний університет технологій та дизайну

## АНАЛІЗ УМОВ ЕКСПЛУАТАЦІЇ ОДЯГУ РІЗНОГО ПРИЗНАЧЕННЯ

*Мета.* Метою даного дослідження є визначення частоти зміни одягу (стилю) відповідно до добової діяльності людини.

*Ключові слова:* одяг, стиль, умови експлуатації, призначення, функціональність.

*Постановка завдання.* Для досягнення поставленої мети необхідно розробити анкету для опитування споживачів одягу, провести анкетування, обробити отримані результати за допомогою методу математичної статистики і представити графічну інтерпретацію результатів.

*Методи досліджень.* Для виконання поставленого завдання було використано метод наукового пізнання – інтерв'ю, у формі опитування за допомогою анкетування.

*Результати досліджень.* У сучасному світі енергії та динаміки молодим людям часто не вистачає часу на довгі пересування по місту, щоби змінити свій образ з одного стилю на інший. Сучасна людина потребує одяг, що дозволяє їй відчувати себе комфортно незалежно від ситуації, часу та місця її знаходження. Для розробки відповідного багатофункціонального одягу необхідно мати інформацію щодо того, скільки функцій має виконувати такий одяг та з якого стилю, у який він має трансформуватись. Для встановлення вхідних даних для проектування було проведено дослідження методом опитування серед споживачів, які проживають у місті Києві та київській області, щодо умов експлуатації одягу різного призначення.

Для анкетування було застосовано web-додаток Google «Форми». Опитувальник складався з восьми питань, які було розроблено з дотриманням певних правил [1]. В опитуванні приймало участь 109 респондентів, більшість із них жінки (84,4 %) віком 20–22 роки (45 %) та 17–19 років (43,1 %). Результати опитування частково представлено на рисунку. Слід відзначити, що більшість респондентів (60,2 %) на протязі дня змінюють стиль свого одягу відповідно до виду діяльності з кежуал на

спортивний та в зворотному порядку, а 21,3 % респондентів – змінюють класичний на спортивний, 18,5 % - повсякденний на святковий.

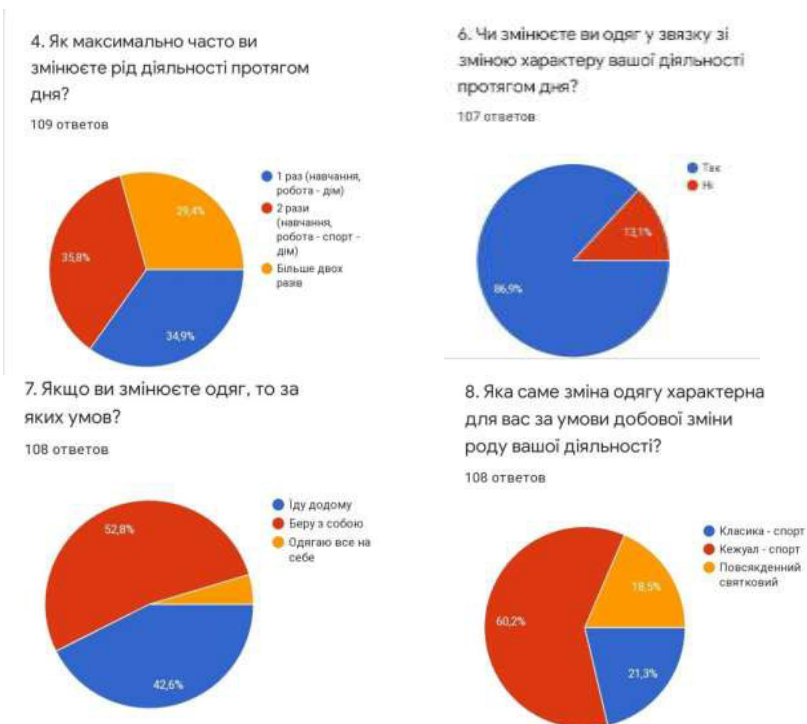


Рис. Результати опитування респондентів

**Висновок.** Проведене дослідження показало, що більшість людей змінює свій одяг упродовж дня, тому є сенс створювати багатофункціональний одяг, який допоможе суттєво зекономити час та фінанси тим самим задовольнити вимоги споживачів та підвищити конкурентоспроможність продукції масового виробництва.

### Література

1. Айан Брейс. Анкетирование. Серия: Маркетинговые исследования на практике / Айан Брейс. – Днепр: Баланс Бизнес Букс. - 2005. – 336 с..