

УДК 685.31

Галина ЛОБАНОВА, Оксана МИХАЙЛОВСЬКА,
Тетяна НАДОПТА
Хмельницький національний університет, Україна

ДОСЛІДЖЕННЯ ВПОДОБАНЬ СПОЖИВАЧІВ ЩОДО ВИБОРУ КОНСТРУКЦІЇ ВЕРХУ НАПІВЧЕРЕВИКІВ

Мета. Мета роботи полягає у створенні найбільш затребуваних споживачами конструкцій та форм чоловічих напівчеревинок.

Ключові слова: конструкція, форма, художнє проектування, споживач.

Постановка завдання. Для розробки асортименту чоловічих напівчеревинок, який би користувався попитом на ринку України, виникла необхідність у дослідженні психології вибору товару споживачем [1]. Проведення маркетингових досліджень серед чоловіків у віковій групі 30-40 років, дозволить визначити, яка конструкція верху напівчеревинок є найпопулярнішою серед споживачів, та які критерії для них є важливими при виборі конкретної моделі.

Методи досліджень. Для вирішення поставлених задач застосовано метод експертних оцінок, оскільки цей метод оцінювання дасть можливість розрахувати та графічно представити важливість конкретної конструкції та її характеристики [2].

Результати досліджень. Створення гармонійного образу сучасного чоловіка в значній мірі залежить від правильного вибору взуття. Тому, важливо підбирати моделі, що відповідають місцю та часу, підходять до способу життя, зовнішності людини та є комфортними при експлуатації [3]. Проаналізовано основні існуючі конструкції чоловічих напівчеревинок та проведено анкетування з використанням опитувальника [4] у web-додатку Google Forms.

Респонденти, які приймали участь в опитуванні (100 чоловіків), здебільшого віддали перевагу конструкції верху напівчеревинок типу «лаофер». Оскільки більшість чоловіків у повсякденному житті віддають перевагу стильним та одночасно практичним речам, у вуличній моді сьогодні поєднуються елементи різноманітних молодіжних стилів, а також смарт-кежуал і спорт-шик. Тому цілком природно, що в якості доповнення до цих образів чоловіки вибирають

напівчеревики: типу «лаофер» – 38 %, типу «мокасин» – 32 %, із настроченими берцями – 16 % та із настроченою союзкою – 14 %. Отже, ці універсальні конструкції взуття у поєднанні з різними стилями та образами мають бути присутніми у гардеробі кожного молодого чоловіка.

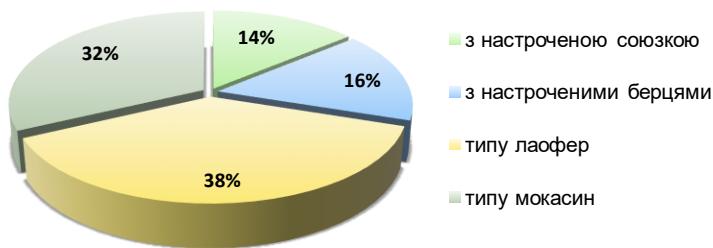


Рис. 1. Розподіл уподобань щодо конструкцій верху чоловічих напівчеревиків

Висновок. За результатами дослідження виявлено конструкції верху чоловічих напівчеревиків, які найбільше впливають на популярність тієї чи іншої моделі серед споживачів. Це дозволить модельєру-конструктору планувати асортимент та формувати колекції взуття з урахуванням попиту споживачів, динаміки моди, використанням якісних матеріалів різноманітних кольорів та видів.

Література

1. Беднарчук М. С. Товарознавчі аспекти формування національного ринку взуття: монографія. / М. С. Беднарчук – Львів: Вид-во ЛКА, 2009. – 476 с.
2. Грабовецький Б.Є. Методи експертних оцінок: теорія, методологія, напрямки використання: монографія / Б.Є. Грабовецький – Вінниця: ВНТУ, 2010. – 171 с.
3. Лобанова Г.Є. Дослідження впливу конструкторсько-технологічних особливостей взуття на психологічну оцінку його комфортності / Г.Є. Лобанова, В.М. Цимбалюк, Ю.В. Пухальська // – Вісник ХНУ. – 2012. – №3. – С. 249-254.
4. Брейс А. Анкетирование. Разработка опросных листов, их роль и значение при проведении рыночных исследований / Айан Брейс., 2005. – 336 с.