

ДОСЛІДЖЕННЯ УПОДОБАНЬ СПОЖИВАЧІВ ПРИ ВИБОРІ ЖІНОЧОГО ВЕРХНЬОГО ОДЯГУ КОСТЮМНОГО АСОРТИМЕНТУ

На основі вивчення попиту на жіночий верхній одяг костюмного асортименту отримано інформацію щодо найбільш популярного поєднання виробів у костюмі та їх типових модельно-конструктивних елементів, які є складовою інформаційної бази даних для автоматизованого розроблення технології виготовлення моделі на основі наповнення її технічного рисунку.

Ключові слова: уподобання споживачів, жіночий верхній одяг костюмного асортименту, анкетування, модельно-конструктивні елементи, база даних.

On the basis of studying the demand for women's outerwear of costume range there has been received the information as to the most popular combination of the products in the costumes and the elements of their shaping which constitute the information database for the automatized design of the technology of model creation on the basis of filling its technical drawing.

Keywords: customers' preference, women's outerwear of costume range, survey, model-design options, database.

Постановка проблеми

Зростаючий обсяг інформації, яка систематично накопичується у швейному виробництві, та традиційні методи розв'язання технологічних завдань, які не завжди дають змогу вибрати оптимальне рішення на основі детального аналізу багатоваріантної технології виготовлення, потребують використання сучасних комп'ютерних систем.

Підприємства, які застосовують інформаційні технології, успішно витримують конкурентну боротьбу в умовах ринкової економіки за рахунок покращення якості продукції, а також скорочення термінів виготовлення конкурентоспроможних виробів.

Сьогодні швейні підприємства пропонують досить різноманітні вироби, які постійно змінюються і оновлюються завдяки новим модельним рішенням, але, на жаль, не завжди при розробленні високоякісного одягу враховується попит споживачів.

Розроблення технологічного процесу виготовлення виробів жіночого верхнього одягу костюмного асортименту вимагає встановлення зв'язку між конструкцією виробу і технологією його виготовлення.

Аналіз останніх досліджень і публікацій

У легкій промисловості на сьогодні відомо достатньо систем автоматизованого проектування одягу (САПР), які випускають вітчизняні та закордонні фірми. Проведений аналіз цих систем визначив, що всі вони містять у собі програми, які певною мірою охоплюють потреби різних етапів швейного виробництва [1].

Аналіз можливостей найбільш поширених у використанні програмних продуктів у сфері технології виготовлення швейних виробів показав, що основним їх призначенням є формування технологічної послідовності, але вони не забезпечують цілісного розв'язання завдань щодо автоматизації даного етапу [2].

Встановлено, що на сучасному етапі виготовлення швейних виробів відсутні підходи щодо синтезу візуалізації швейного виробу у вигляді технічного рисунку з автоматизованим розробленням технологічного процесу його виготовлення [3].

Мета і завдання дослідження

Метою роботи є визначення інформації щодо можливих варіантів поєднання виробів в жіночому костюмі та їх модельно-конструктивних елементів, що дасть змогу сформувати базу даних для автоматизованого розроблення технології виготовлення швейного виробу.

Виклад основного матеріалу

Для вирішення поставленої задачі проведено дослідження стану на споживчому ринку жіночого верхнього одягу костюмного асортименту методом статистичного анкетного опитування з використанням сучасних технологій швидкого збору інформації.

Вивчення попиту на жіночий верхній одяг проводилось в два етапи анкетним опитуванням, для проведення якого на основі рекомендацій [4] визначено загальний об'єм вибірки, який склав 720 осіб.

На першому етапі було проведено попереднє опитування респондентів з метою виявлення уподобань споживачів при виборі жіночого верхнього одягу костюмного асортименту та визначення поєднання виробів у костюмі.

Дослідження проводилось серед жіночого населення міст Києва (32,6%), Дніпропетровська (27,8%), Львова (23,6%) та Хмельницького (16,0%) в період 2010–2011 років.

Процес опрацювання анкет показав, що значна частина споживачів мешкає у місті - 93,9%; у селі - лише 6,1%. Виявлено, що споживачів молодшої вікової групи (18 – 29 років) – 31,4%, середньої (30 – 44 роки) – 39,9% та старшої (45 років і старші) – 28,7%. Серед них службовців – 47,6%, бізнесменів – 7,4%, педагогів – 22,3%, студентів – 18,3% та домогосподарок – 4,4%.

Виявлено, що більшість жінок відносять себе до прихильників по відношенню до моди (69,6%); купують вироби костюмного асортименту один раз в 2–5 роки (44,0%) та щорічно (37,9%); надають перевагу виробам із матеріалів, які містять синтетичні волокна (53,6%); обирають кольорову гаму в залежності від свого уже сформованого гардеробу (58,9 %).

Встановлено, що найчастіше споживачі здійснюють покупку одягу у спеціалізованих магазинах – 32,4%; на речовому ринку – 26,5%; у бутиках – 20,5%; замовляють в ательє або у кравчині – 17,4%.

Вважають, що костюм завжди відображає ділові якості людини – 43,0%, не завжди – 52,0%, взагалі з цим не погоджуються – 5,0% жінок.

В результаті попереднього опитування встановлено, що більша частина споживачів (60,1%) віддала перевагу класичному стилю в костюмі, складовими якого є жакет з штанами (40,7%) або жакет з спідницею (40,1%).

На другому етапі роботи анкетування проводилось за трьома анкетами з метою визначення типового рішення моделей виробів костюмного асортименту за тією ж вибіркою.

При виборі одягу більшість споживачів в першу чергу приділяють увагу одному із основних елементів композиції одягу – зовнішній формі, яка визначається силуетними, конструктивними та декоративними лініями [5, 6].

За результатами аналізу уподобань споживачів щодо вибору зовнішніх рішень у моделях жіночого жакета побудовано діаграми, які представлені на рисунку 1.

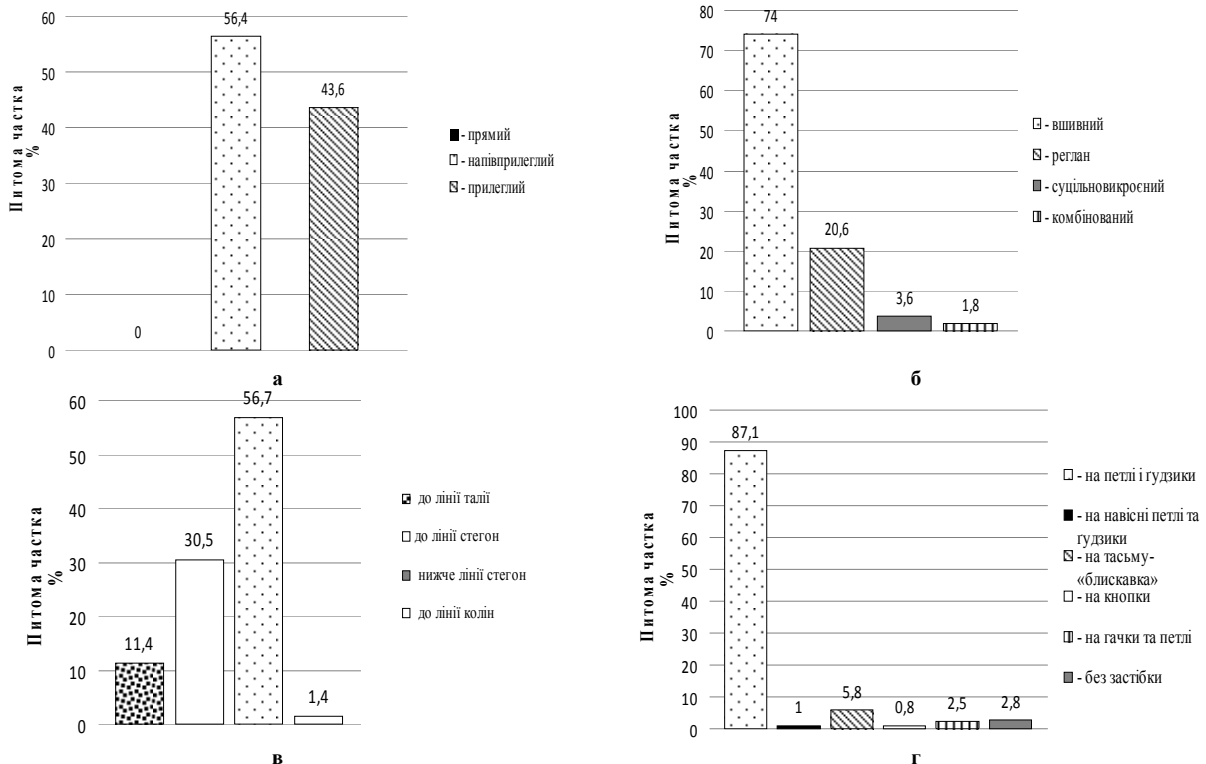


Рис. 1 – Зовнішні рішення жакета:
а – силует, б – крій рукава, в – довжина, г – вид застібки

Як видно із діаграми (рис. 1), споживачі при виборі моделі жакета віддали перевагу напівприлеглому (56,4%) або прилеглому (43,6%) силуетам. З'ясовано, що більш бажаним для споживачів є вшивний крій рукава (74,0%); серед інших конструкцій рукава найменшу кількість голосів отримав комбінований (1,8%). Під час дослідження встановлено, що більшість жінок обирають довжину виробу нижче лінії стегон (56,7%), менша частина – до лінії колін (1,4%). Пріоритети споживачів при виборі виду застібки були віддані застібці жакета на петлі та гудзики (87,1%).

Крім того, результати опитування показали, що споживачам найбільше до вподоби прямолінійна конструкція низу борта (61,8%) та відкрита застібка жакетів (81,0%).

Для надання моделям жакетів певного силуету використовують елементи формування плічок та спинки. Результати опитування щодо вибору споживачами конструктивних членувань у жакеті подані на рис. 2.

Аналіз діаграм (рис. 2) показав, що споживачам до вподоби жакети, в яких плічки та спинка без поперечного членування (відповідно 66,3% і 66,7%); з кокеткою (11,5% і 13,7%); відрізнi по лінії талії (11,5% і 9,6%); з вшивним поясом (10,7% і 10,0%). Щодо поздовжнього членування більшу кількість голосів споживачі віддали рельєфам, які розташовані від зрізу пройми до низу (відповідно плічки - 41,2% і спинка - 38,0%); від зрізу плеча до низу (32,1% і 27,9%); від зрізу горловини до низу (9,9% і 2,9%); найменше подобається на спинці середній шов, який закінчується шлицею (1,4%).

На думку респондентів, більш популярними в жакетах є комір піджачного типу (46,5%), менше подобаються моделі з коміром «стояк» (13,1%) та шаль (13,2%), без коміра – 4,9%. Значна кількість споживачів обирає оформлення низу рукавів без модельних елементів (59,4%), дещо менша - зі шлицею (29,2%) або з манжетами (2,9%).

Переваги споживачів щодо вибору кишень у жакетах розподілились наступним чином: прорізнi з клапанами – 23,6%, з обшивками – 21,3% або з листочками – 20,1%; накладні – 12,0%, непрорізнi – 5,4%; жакети без кишень до вподоби 17,6% жінок.

Структурою анкети були передбачені питання з метою визначення уподобань споживачів щодо конструктивно-декоративних та оздоблювальних елементів жакетів (рис. 3, 4).

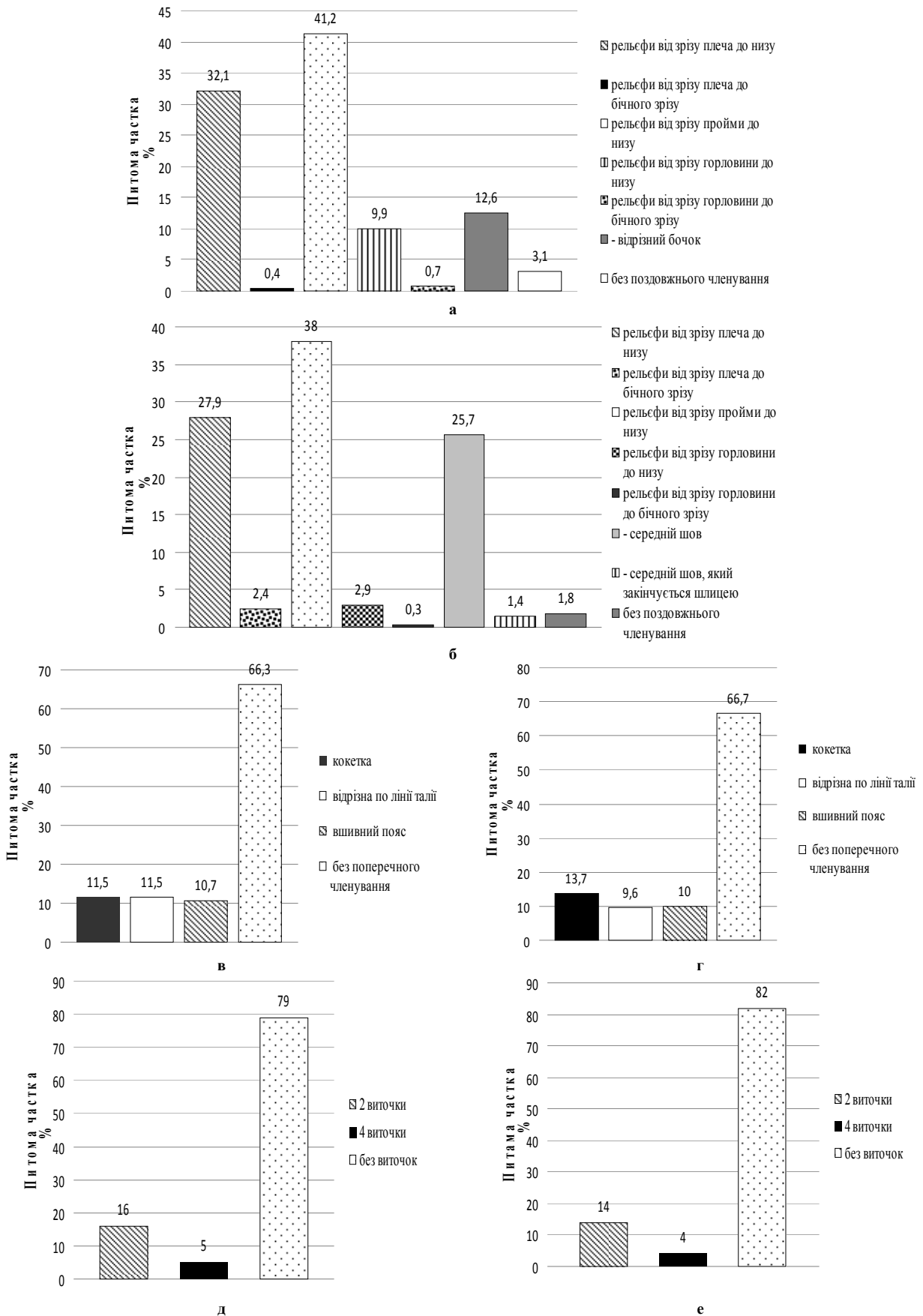


Рис. 2 – Елементи формоутворення жакета: а – поздовжні членування пілочки, б – поздовжні членування спинки, в – поперечні членування пілочки, г – поперечні членування спинки д – виточки пілочки, е – виточки спинки

Жіноча мода досить мінлива, на даному етапі її розвитку більшості респондентів подобається відсутність в моделях жакетів конструктивно-декоративних елементів – 66,3%. Серед обраних елементів надається перевага поясу – 12,8%; погоням – лише 1,9% (рис. 3).

З аналізу діаграми, яка представлена на рис.4, встановлено, що значній кількості споживачів як

оздоблювальні елементи в жакетах до вподоби – оздоблювальні строчки (45,9%), менше подобаються оздоблювальні клапани (3,9%) та аплікація (2,5%).

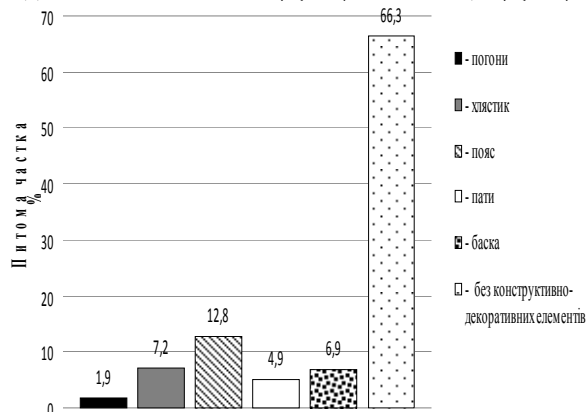


Рис. 3. Конструктивно-декоративні елементи жакета

Аналогічні дослідження були проведені для визначення уподобань споживачів щодо модельно-конструктивних елементів штанів і спідниць.

На основі отриманих результатів анкетного опитування і з урахування елементів, які мають повторюваність понад 45 % [5], визначені типові рішення моделей виробів костюмного асортименту.

Жакет напівприлеглого силуету, довжиною нижче лінії стегон, з швином рукавом, коміром піджачного типу, прямолінійною конструкцією низу борту, з центральною відкритою застібною на петлі і гудзики; плічки з рельєфами, які розташовані від зрізу пройми або плечового зрізу до низу, і прорізними кишнями; спинка з рельєфами, які розташовані від зрізу пройми або плечового зрізу до низу, та середнім швом; низ рукавів без модельних елементів.

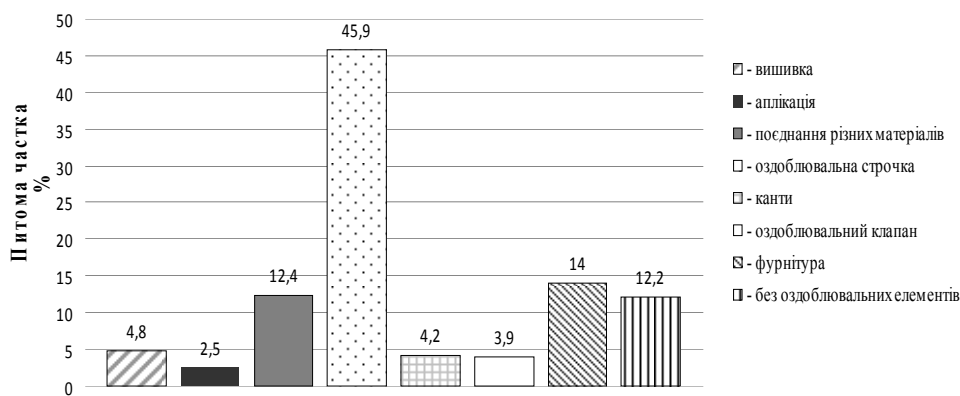


Рис. 4. Оздоблювальні елементи жакета

Штани прямого силуету, з лінією талії на природному місці та верхнім краєм, який оброблений поясом; передні частини з виточками та застібною у середньому шві; задні частини з виточками.

Спідниця прямого силуету, довжиною на рівні колін; з лінією талією на природному місці та верхнім краєм, який оброблений поясом, застібною в середньому шві заднього полотнища чи в бічному шві; передне полотнище з виточками; заднє полотнище з виточками та середнім швом, який закінчується шлицею.

Як оздоблювальний елемент у виробів костюмного асортименту використовується оздоблювальна строчка.

Висновки

Отримано інформацію щодо найбільш популярного серед жіночого населення поєднання виробів у костюмі та їх типових модельно-конструктивних елементів, що дозволить провести декомпозицію виробів костюмного асортименту для формування бази даних автоматизованого процесу розроблення технологічної послідовності виготовлення моделі на основі наповнення її технічного рисунку.

Література

1. Курбатов Е.В. Организационная структура САПР швейных изделий /Курбатов Е.В // Швейная промышленность. – 2004. - № 4. – С.33-34.
2. Колосніченко М.В. Комп'ютерне проектування одягу: навчальний посібник / Колосніченко М.В., Щербань В.Ю., Процик К.Л. – К.: «Освіта України», 2010. – 236 с.
3. Пястук О.В., Бондар К.І. Застосування комп'ютерних технологій для вдосконалення технологічної підготовки швейного виробництва //Збірник наукових праць за матеріалами науково-технічної конференції «Актуальні проблеми комп'ютерних технологій 2009». м. Хмельницький, 2009. – С. 159–161.
4. Шершнева Л.П., Рогова А.П. Проектирование и производство женского платья. М.: Легкая и пищевая пром-сть, 1983.-224 с.
5. Славінська А.Л. Методи типового проектування одягу: навчальний посібник / Славінська А.Л. – Хмельницький: ХНУ, 2008. – 159 с.
6. Конструирование одежды с элементами САПР: учеб. для вузов /[Е.Б.Коблякова, Г.С. Ивлева, В.Е. Романов и др]; под ред. Е.Б. Кобляковой. – [4-е изд., перераб. и доп].- М.: Легпромбытиздат, 1988.- 464 с.: ил.

Надійшла 6.1.2013 р.

Рецензент: д.т.н. Славінська А.Л.