

УДК 685.34.013

DOI 10.31891/2307-5732-2020-285-3-38

О. А. МИХАЙЛОВСЬКА, А. Б. ДОМБРОВСЬКИЙ, Г. Є. ЛОБАНОВА
Хмельницький національний університет

АНАЛІЗ І ПЛАНУВАННЯ ПОКАЗНИКІВ ЯКОСТІ ЖІНОЧИХ СУМОК ПРИ ФОРМУВАННІ ПЕРСПЕКТИВНОЇ КОЛЕКЦІЇ

У статті досліджено, що для створення нової колекції жіночих сумок необхідно повною мірою врахувати вподобання споживачів, напрямки сучасної моди та вимоги багатофункціональності виробів. На основі результатів проведеного анкетування жінок встановлено найважливіші аспекти властивостей жіночих сумок, а саме їх форма, розміри, колір, спосіб закривання, вид матеріалу. Для створення багатофункціональних сумок запропоновано використання трансформації та модульного проектування за рахунок використання композиційно-конструктивних елементів, деталей-модулів та конструкцій, які можна додавати, замінювати та перетворювати. Такий підхід створює значні можливості щодо використання споживачами не кількох сумок різних кольорів, форм, конфігурацій та розмірів, а однієї, тим самим зменшуючи надмірне споживання, а отже зменшуючи перевиробництво продукції.

Ключові слова: анкетування, трансформація, модульне проектування, багатофункціональність, естетичні показники, конструктивні показники, конструкція, композиційно-конструктивні елементи

О. MYKHAILOVSKA, A. DOMBROVSKY, H. LOBANOVA
Khmelnitsky Nationalny Universitet

ANALYSIS AND PLANNING OF WOMEN'S BAGS QUALITY INDICATORS WHEN FORMING A PERSPECTIVE COLLECTION

Created in the 90s of the twentieth century, the world of "intensive development of consumption" laid the conditions for the current global crisis. This crisis is not financial and is not related to overproduction in the financial sector. This is a systemic crisis of overconsumption, which covers all sectors of society - the production of material, virtual goods and services, the financial sector, marketing and advertising, government policy and public services.

To overcome it, it is necessary to limit excessive consumption and direct the efforts of marketing links in advertising to moderate consumption, reducing entertainment and recreation. In this aspect, it is important to create an appropriate functional material sphere.

The article investigates that in order to create a new collection of women's bags, it is necessary to take full account of consumer preferences, trends of modern fashion and requirements of multifunctionality of products. Based on the results of the questionnaire conducted by women, the most important aspects of the properties of women's handbags, namely their shape, size, color, type of material, were established. To create multifunctional bags, it is proposed to use transformation and modular design by using composite elements, module parts and structures that can be added, replaced and transformed.

This approach creates significant opportunities for consumers to use not several bags of different colors, shapes, configurations and sizes, but one, thereby reducing over consumption and therefore reducing product overproduction.

Keywords: questionnaire, transformation, modular design, multifunctionality, aesthetic indicators, design indicators, design, composite elements

Постановка проблеми. У 90-ті роки ХХ століття було створено світ "інтенсивного розвитку споживання". Реклама просто шаленіла від надмірного втовкмачування споживати одночасно багато товарів та декілька послуг; відпочивати не раз на рік, а декілька разів; брати кредити, брати великі кредити, брати декілька кредитів; любити гламур, змінюючи менш гламурні речі на більш гламурні – і споживачі майже всі споживали надміру, брали кредити, любили гламур і хизувалися цим, витрачаючи дедалі більше ще не зароблених грошей, – так було закладено умови нинішньої кризи. Ця криза не фінансова і не пов'язана з надвиробництвом у фінансовому секторі. Сам по собі фінансовий сектор не може видавати стільки кредитів, як це відбувається сьогодні, без маркетингово-рекламного комплексу. Отже це – системна криза надспоживання (англійською – crisis of overconsumption), яка охоплює всі сектори суспільства – виробництво матеріальних, віртуальних товарів та послуг, фінансовий сектор, маркетингово-рекламний комплекс, урядової політики та сфери державних послуг. Оскільки це криза надспоживання, то для її подолання необхідно обмежити надмірне споживання. Держава має чесно та недвозначно спрямувати зусилля маркетингових посилянь у рекламі на помірне споживання, зменшення розваг та відпочинку, вибір не гламурних, а функціональних товарів та послуг. Зрозуміло, в такому аспекті актуальним є створення відповідної функціональної матеріальної сфери. При створенні шкіргалантерейних виробів, зокрема жіночих сумок, їх функціональності можна досягнути шляхом застосування принципів трансформації та модульного проектування вже на етапі розробки асортименту.

Аналіз останніх джерел. Розуміння потреб покупця і процесу прийняття ним рішень про покупку товару є запорукою успіху подальшої маркетингової діяльності підприємства, що в першу чергу залежатиме від модельєра-конструктора, адже саме він має вивчати потреби покупців та задовольняти їх.

Вимоги споживачів визначають часту змінюваність асортиментів, що вимагає великої оперативності на стадії проектування й підготовки виробництва та особливо високої точності прогнозування при формуванні перспективної колекції, планування і аналізу показників якості [1].

Завдяки сучасним технічним розробкам явище багатофункціональності все глибше проникає у свідомість споживача. Підвищення багатофункціональності – одна з провідних тенденцій розвитку сучасного життя. Розвиток багатофункціональності відбувається в напрямку «Від однієї функції – до+

багатофункціональності, від багатофункціональності – до функціональної повноти». Існує кілька десятків способів досягнення багатофункціональності, з яких найбільше використовуються: об'єднання носіїв функцій та трансформація.

В науковій літературі різних напрямків можна побачити відомості про трансформації [2-4]. Це дає можливість усвідомити, що проектування виробів з видозміненою структурою, завжди було важливим напрямком в формоутворенні предметного світу. З ним було пов'язано багато найважливіших функцій людської життєдіяльності. Таким чином, принцип трансформації має фундаментальне значення у формоутворенні сучасних виробів різного призначення, а сама трансформація існує і як частина художньої моделі світу, і як одна з ланок творчого процесу.

Мета роботи полягає у розробці асортименту багатофункціональних жіночих сумок шляхом трансформації та модульного проектування за рахунок використання композиційно-конструктивних елементів, деталей-модулів та конструкцій, які можна додавати, замінювати та перетворювати, враховуючи визначені шляхом досліджень найвагоміших для споживачів властивостей жіночих сумок, що дасть можливість попередити надмірне споживання, а отже, і перевиробництво продукції.

Виклад основного матеріалу. Модульне проектування привертає увагу фахівців різних областей і простежується при вирішенні як великих проектних завдань, так і в промальовуванні і деталізації конструкцій об'єктів. Форма виробів і метод її створення змушують розробників постійно стикатися з модульним проектуванням, комбінаторикою та іншими процесами формоутворення – практично всі проектні процедури, починаючи з роботи дизайнера над окремими елементами і параметрами форми, є безперервним творчим потоком пошуку комбінаторних рішень. Обмеження і виділення конструкцій, деталей, вузлів викликано спробами виробництва обмежити конструктивний ряд і технологічно обґрунтовані елементи, при цьому орієнтуючись на показники якості і зовнішній вигляд моделей.

Модульне проектування в формоутворенні промислових виробів є частиною універсального механізму утворення форм у творчості. Завдяки застосуванню даного методу, ми отримуємо не тільки нескінченну різноманітність форм, а й економічну ефективність процесу, оскільки багато форм є суттю похідних від поєднання одних і тих самих вихідних елементів. Історико-аналітичне дослідження формоутворення повністю підтвердило і проілюструвало загальні характеристики процесу. Умовами модульного проектування є наявність творчої ідеї, комбінованих елементів, правил проведення процесу і кінцевої мети (отримання об'єкта з заданими властивостями). Основні операції, за допомогою яких створюються поєднання при модульному проектуванні, можна розділити на три основні групи: 1) вибір і заміна елементів (відповідно до показників технічної естетики і якості); 2) зміна якостей окремих елементів (конфігурацій, розмірів, фактури, кольору); 3) композиційне позиціонування елементів.

Сумка завжди була і донині залишається вкрай необхідним і популярним аксесуаром у гардеробі сучасних чоловіків і жінок. Форма і дизайн ідуть в ногу з часом, намагаючись повною мірою задовольнити смаки і потреби сучасних людей.

З давнини сумка вважалася необхідним та зручним аксесуаром, який супроводжував жінку будь-де. Використання цього аксесуару і до сьогоднішнього часу дозволяє жінці почуватися більш впевнено за межами житла в будь-якому місці та в будь-який час. Це зумовлено тим, що сумка завжди містить безліч потрібних та непотрібних дрібниць, які жінка звикла використовувати в повсякденному житті.

Отже, сумка – це справжнє сховище, вміст та зовнішній вигляд якого віддзеркалюють внутрішній світ сучасної жінки, тому вона повинна бути не тільки функціональною, але й красивою. Добре, якщо, як і будь-який інший аксесуар, вона буде оригінальною, відображатиме індивідуальність власниці, особливості її характеру, власні уподобання, смаки, можливо навіть мрії.

При прогнозуванні попиту на продукцію, що розробляється та визначенні найбільш затребуваного виду сумки, яка відповідає вимогам споживача, показники естетичних властивостей виробу не піддаються безпосередньому виміру. Тому при визначенні їх вагомості використано експертний метод [5]. Оскільки без статистичних даних, які складають основу для зміни конструкції, форми, колірного рішення, фактури та інших показників властивостей виробів, виготовлення якісних сумок неможливе, тому з метою виявлення кількісних значень вагомості показників, які здійснюють суттєвий вплив на вибір сумок та інших виробів легкої промисловості було проведено закриті анкетування, яке дало респондентам можливість вибрати одну або декілька відповідей із запропонованих варіантів. Експертні оцінювання проводилися групою експертів-споживачів у точках оптово-роздрібною торгівлі сумками. При визначенні кількості експертів керувалися правилами вибіркового соціологічного дослідження і експертних опитувань [6-7]. Кількість респондентів – жінки віком від 20 до 30 років, обрана для створення чіткої картини у виборі асортименту модульних сумок для проектування, і достатня для отримання достовірної інформації. Анкета опитування містила питання стосовно функціональності, дизайну, кольорової гами, оздоблення, фактури поверхні, форми, розміру, матеріалів, застібок та необхідної для жінок кількості сумок:

X1 – форма сумок: квадратна, прямокутна; кругла; трапецієподібна.

X2 – зовнішній вигляд; функціональність сумки.

X3 – колірне рішення сумок: яскраві (жовтий, рожевий, зелений тощо); нейтральні (чорний, білий, сірий, беж); пастельні; різні кольори, які є у вашому гардеробі.

X4 – розмір сумки: великий; середній; малий.

X5 – дизайн сумки: мінімалістичний; з кількома деталями; помпезний.

X6 – матеріали для сумки: натуральна шкіра; штучна або синтетична шкіра; текстиль.

X7 – вид застіжки: на клапан; застіжка-«блискавка»; рамковий рамок; без застіжки.

X8 – кількість сумок: 1-3; 3-5; 6 та більше.

X9 – декоративне оздоблення: накладні елементи декору; декоративна фурнітура; декоративні строчки; без оздоблення.

X10 – фактура поверхні сумок: гладка поверхня; тиснена поверхня; ворсова поверхня; лакована поверхня.

За допомогою проведеного опитування та математичної обробки отриманих результатів були визначені найвагоміші показники властивостей сумок, які задовольняють вимоги споживачів (рис. 1).

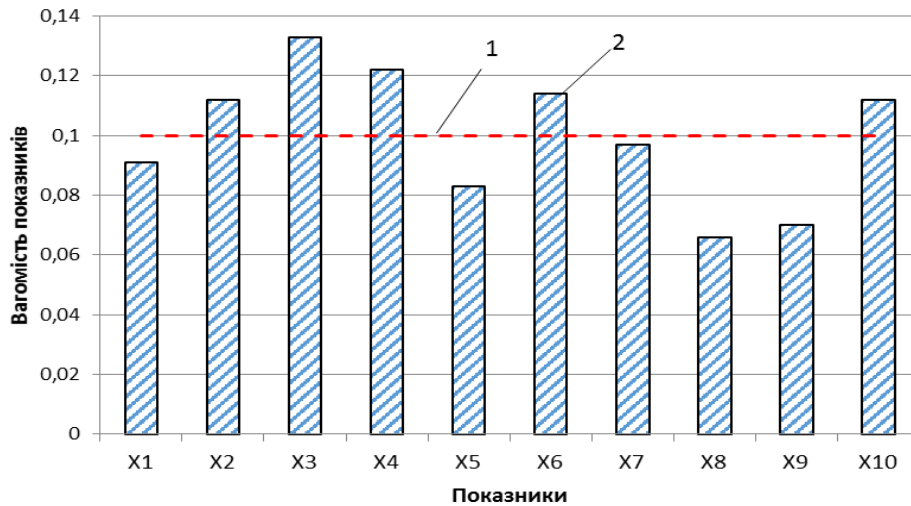


Рис. 1. Діаграма вагомості показників властивостей сумок: 1 – рівень вагомості показників групи експертів; 2 – вагомість показників.

Респондентам при опитуванні пропонувалося не тільки обрати важливий для них показник, але й охарактеризувати його, оскільки ця інформація дозволить детальніше визначити, який саме матеріал, розміри, форму, стиль, колірну гаму, вид застіжки необхідно вибрати при розробці колекції сумок.

Аналіз результатів проведеного опитування показав, що експерти в першу чергу виділили такі найвагоміші показники: зовнішній вигляд, розміри, кольорова гама, матеріал та фактура матеріалу сумки (рис. 2-6).

Більшість експертів (57%), оскільки це молоді жінки віком від 20 до 30 років, при опитуванні вибрали вагомім таким показник, як зовнішній вигляд сумки. Проте різниця у відсотках у вподобаннях між респондентами при наданні переваги окремій характеристиці не значна. Для багатьох жінок (43%) функціональність сумки – важливий показник (рис. 2).

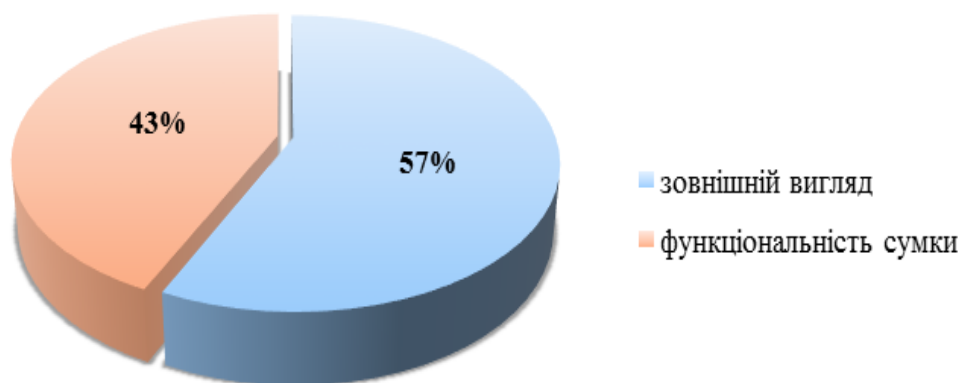


Рис. 2. Розподіл уподобань жінок щодо зовнішнього вигляду та функціональності сумок

Щодо кольорової гама сумок – найбільшим попитом (39%) користуються нейтральні: чорний, білий, сірий, бежевий (рис. 3). Такі кольори дають змогу легше підібрати сумку для свого гардеробу. Великий відсоток опитуваних жінок проголосували також за різноманітну кольорову (32%) гаму та пастельні відтінки (22%).



Рис. 3. Розподіл уподобань жінок щодо кольорової гами сумок (колірної)

Переважає більшість опитуваних експертів (47 %) обирають сумку великого розміру, не лише тому, що є потреба у перенесенні предметів великих розмірів, але й тому, що такі моделі є модним трендом у нинішньому сезоні (рис. 4).

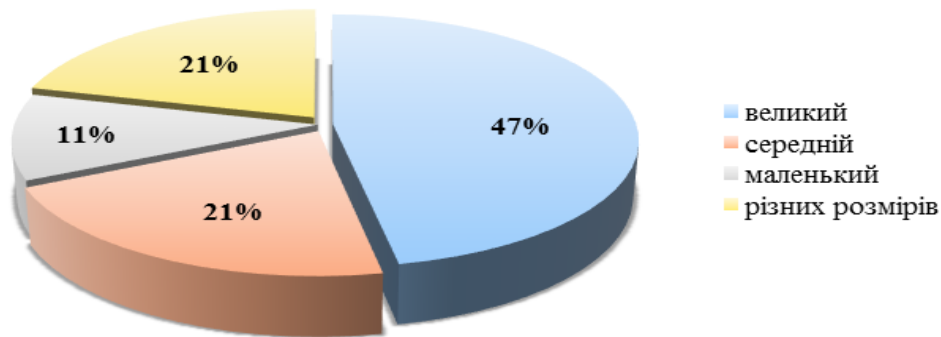


Рис. 4. Розподіл уподобань жінок щодо розмірів сумок

При виборі виду матеріалу – думки експертів розділились порівну (43 %) між сумками з натуральної шкіри та зі штучних і синтетичних матеріалів (рис. 5). Очевидно, це обумовлено тим, що зараз на ринку з'явилося багато штучних та синтетичних шкір хорошої якості і, в той же час, дешевших, ніж натуральні. Тому споживачі часто обирають виріб із позицій відповідності ціна-якість.

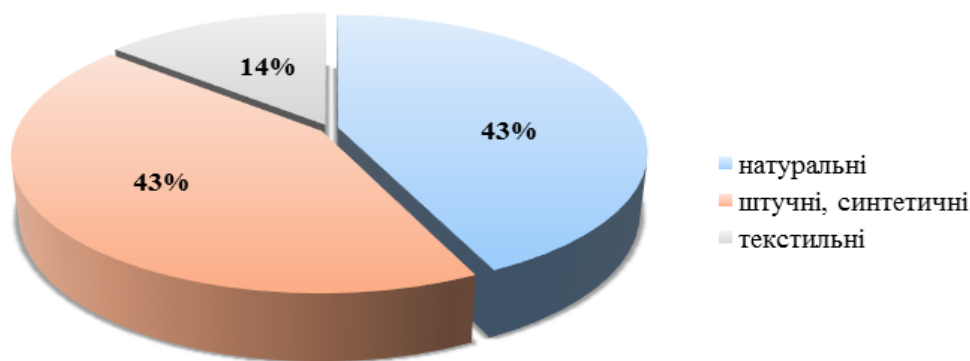


Рис. 5. Розподіл уподобань жінок щодо виду матеріалу сумок

Результати опитування респондентів за показником фактура поверхні матеріалу показали, що думки експертів-споживачів значно розділились. Найбільшою популярністю користуються сумки з гладкою поверхнею (38 %), а уподобання між виробами з лакованою (28 %) та тисненою поверхнею (24 %) розділилися не значно. Найменше затребувані (за результатами опитування) сумки із ворсової шкіри. Ймовірно, цей вибір зроблено з практичної точки зору споживача.

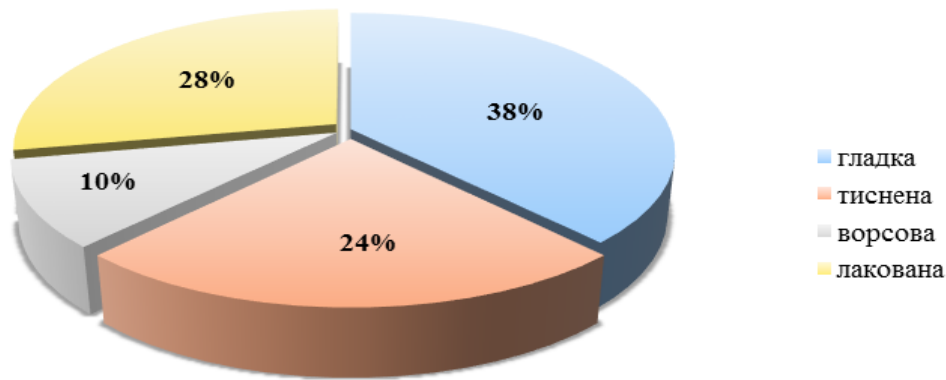


Рис. 6. Розподіл уподобань жінок щодо фактури поверхні матеріалу сумок

При обробці результатів дослідження уподобань споживачів (жінок віком від 20 до 30 років) виявлено найвагоміші показники властивостей сумок, що найбільше впливають на популярність тієї чи іншої моделі серед споживачів. Характеристика цих показників дозволить детальніше визначити, які саме: вид матеріалу, фактуру поверхні, колірну гаму, – потрібно використовувати при створенні в подальшому асортименту жіночих модульних сумок. Оскільки з метою отримання інформації для розробки актуального асортименту сумок досліджувалися уподобання молодих жінок віком від 20 до 30 років, то респонденти виділили великий розмір виробу, щодо матеріалів: натуральну шкіру та штучні і синтетичні матеріали, щодо колірної гами: сумки нейтральних кольорів та різноманітної колірної гами з гладкою поверхнею.

Отже, найвагоміші показники властивостей сумок характеризують вироби з точки зору естетичності та відповідності модним тенденціям.

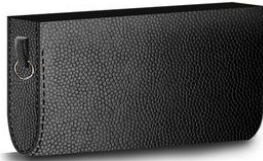


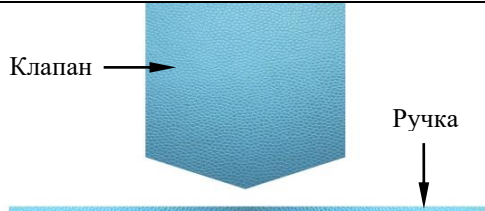

Функціональність сумок може бути досягнута шляхом розробки модульних конструкцій. Це дозволить змінювати форморозміри сумок. Також використання модулів розширює можливості зміни естетичних властивостей сумок у відповідності до потреб споживача.

На основі уподобань споживачів рекомендовано виробникам створити асортимент модульних конструкцій сумок, для яких характерними будуть такі показники властивостей: прямокутна і квадратна форми, великий розмір виробу, щодо матеріалів: з натуральної шкіри та штучних і синтетичних матеріалів, щодо кольорової гами: нейтральних кольорів та різноманітної кольорової гами, з гладкою поверхнею.

Приклад конструкцій сумок з розробленого асортименту представлений у таблиці 1.

Таблиця 1

Приклади модульних конструкцій жіночих сумок

Основний модуль	Змінні модулі: клапан і ручка (форма клапана і колір клапана та ручки)	Готовий виріб (змінюється зовнішній вигляд)
 Корпус сумки	 Клапан → Ручка	
	 Клапан → Ручка	

Основний модуль	Змінні модулі: клапан і клинчик (форма, розмір і колір клапана та розмір клинчика)	Готовий виріб (змінюються зовнішній вигляд та функціональність)
 <p>Корпус сумки</p>	 <p>Клапан Клинчик</p>	
<p>Основний модуль</p>  <p>Корпус сумки</p>	<p>Змінні модулі: деталь стінки (розмір і колір деталі стінки)</p>  <p>Деталь стінки</p> <p>Деталь стінки</p>	<p>Готовий виріб (змінюються: зовнішній вигляд та функціональність)</p> 

Висновки. Проведені дослідження уподобань споживачів (жінок віком від 20 до 30 років) виявили найвагоміші показники властивостей сумок, що найбільше впливають на популярність тієї чи іншої моделі при покупці у сезоні 2020-2021.

Отримані відомості щодо найвагоміших показників властивостей жіночих сумок дозволять вже на етапі художнього проектування асортименту вирішити питання створення якісних з точки зору естетичності виробів, що може сприяти маркетинговому успіху продукції на ринку відповідних товарів.

Естетична якість виробів (жіночих сумок) та їх функціональність досягнуті ще й завдяки створенню модульних конструкцій з їх перевагами для довкілля, оскільки досягнута багатофункціональність сумок зменшує постійні потреби у нових виробках, а отже, попереджує надмірне споживання, і відповідно – перевиробництво продукції.

Література

1. Гиссин В.И. Управление качеством продукции / В.И. Гиссин. – Ростов н/Д: Феникс, 2000. – 265с.
2. Семенова В. В. Теоретические и методологические основы дизайна кожгалантерейных изделий (модульное проектирование) : диссертация ... доктора технических наук : 17.00.06 / Виктория Викторовна Семенова; [Место защиты: Московский государственный университет дизайна и технологии]. – М.: МГУДТ. – 2009. – 342 с.
3. Виляева А. А. Исследование и анализ применения модульной системы в проектировании промышленного ассортимента различных изделий и обуви / А. А. Виляева, Г. А. Бастов // Техническое регулирование: базовая основа качества материалов, товаров и услуг: международный сборник научных трудов / редкол. В.Т. Прохоров [и др.]; Институт сферы обслуживания и предпринимательства (филиал) федер. гос. бюджет. образоват. учрежд. высшего проф. образования "Донской гос. техн. ун-т" в г. Шахты Рост. обл. (ИСОиП (филиал) ДГТУ. – Шахты: ИСОиП (филиал) ДГТУ, 2014. – С.91-94.
4. Михайловська О. А. Художньо-конструктивні ознаки та параметри формотворення модульного взуття / О. А. Михайловська, А. Б. Домбровський. // Легка промисловість. Індустрія моди. – 2018. – №2. – С. 48–52.
5. Грабовецький Б.Є. Методи експертних оцінок: теорія, методологія, напрямки використання: монографія / Б.Є. Грабовецький – Вінниця: ВНТУ, 2010. – 171 с.
6. Кернеш В. П. Дослідження естетичних властивостей взуття методом опитування та ранжування / В. П. Кернеш., Н. М. Омельченко, В. П. Коновал // Вісник Хмельницького національного університету. – 2005. – №6. – С.209-212.
7. Лобанова Г. Є. Дослідження чинників, що впливають на формування асортименту дитячого взуття / Г. Є. Лобанова, О. В. Ковалюк. // Вісник КНУТД. – 2017. – №3. – С. 91–97.

References

1. Hyssyn V.Y. Upravlenye kachestvom produktsyy / V.Y. Hyssyn. – Rostov n/D: Fenyks, 2000. – 265s.
2. Semenova V. V. Teoretycheskiye y metodolohycheskiye osnovy dyzaina kozhhalantereinykh yzdelyi (modulnoe proektyrovanye) : dyssertatsiya ... doktora tekhnicheskyykh nauk : 17.00.06 / Vyktoryia Vyktorovna Semenova; [Mesto zashchyty: Moskovskyy gosudarstvennyy unyversytet dyzaina y tekhnolohyy]. – M.: MHUDT. – 2009. – 342 s.
3. Vyliayeva A. A. Yssledovanye y analiz prymeneniya modulnoi systemy v proektyrovanyu promyshlennoho assortymenta razlychnyykh yzdelyi y obuvy / A. A. Vyliayeva, H. A. Bastov // Tekhnicheskoe rehulyrovanye: bazovaia osnova kachestva materyalov, tovarov y usluh: mezhdunarodnyy sbornyk nauchnykh trudov / redkol. V.T. Prokhorov [y dr.]; Ynstytut sfery obsluzhyvaniya y predprynimatelstva (fylyal) feder. hos. biudzh. obrazovat. uchrezhd. vyssheho prof. obrazovaniya "Donskoi hos. tekhn. un-t" v h. Shakhty Rost. obl. (YSOyP (fylyal) DHTU. – Shakhty: YSOyP (fylyal) DHTU, 2014. – S.91-94.
4. Mykhailovska O. A. Khudozhno-konstruktyvni oznaky ta parametry formotvorennia modulnoho vzuttia / O. A. Mykhailovska, A. B. Dombrovskiy. // Lehka promyslovist. Industriia mody. – 2018. – №2. – S. 48–52.
5. Hrabovetskyi B.Ie. Metody ekspertnykh otsinok: teoriia, metodolohiia, napriamky vykorystannia: monohrafiia / B.Ie. Hrabovetskyi – Vinnytsia: VNTU, 2010. – 171 s.
6. Kernesh V. P. Doslidzhennia estetychnykh vlastyvoitei vzuttia metodom opytuvannia ta ranzhuvannia / V. P. Kernesh., N. M. Omelchenko, V. P. Konoval // Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu. – 2005. – №6. – S.209-212.
7. Lobanova H. Ye. Doslidzhennia chynnykiv, shcho vplyvaiut na formuvannia asortymentu dytiachoho vzuttia / H. Ye. Lobanova, O. V. Kovaliuk. // Visnyk KNUITD. – 2017. – №3. – S. 91–97.

Надійшла / Paper received: 18.04.2020

Надрукована / Paper Printed : 02.06.2020