

3. Минец, В. В., Белицкая, О. А. 3D-технологии и проектирование экспресс-форм в современном дизайне обуви // Концепции в современном дизайне: сборник материалов II Всероссийской научной онлайн-конференции с международным участием. Выпуск 2. – М.: РГУ им. А.Н. Косыгина, 2020. – 330 с., с. 167–171.

УДК 685.34 (540)

## АНАЛИЗ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ПРЕДПОЧТЕНИЙ В СЕГМЕНТЕ СВАДЕБНОЙ ОБУВИ И АКСЕССУАРОВ

*Плохих Е.С., студ., Максимова И.А., к.т.н., доц.*

*Российский государственный университет имени А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство), г. Москва, Российская Федерация*

Реферат. В статье рассмотрена структура сегмента рынка свадебной обуви и аксессуаров города Москва. Для выявления потребительских предпочтений в данной сфере проведен опрос, в котором приняли участие более 100 респондентов. Результаты опроса показали, что при выборе свадебной обуви и аксессуаров молодые пары по-прежнему придерживаются классического стиля, и только в редких случаях готовы к модным экспериментам.

Ключевые слова: свадебная обувь, свадебные аксессуары, свадебные салоны, потребительские предпочтения.

Свадьба – один из важнейших дней в жизни человека, поэтому при подготовке к торжеству учитывается каждый нюанс. Рассмотрим структуру и особенности потребления в сегменте свадебной моды на примере г. Москва.

Общее количество свадебных салонов в Москве около 500. Из них 66 % занимается продажей только свадебных платьев, 20 % – реализацией платьев, аксессуаров и обуви, а 14 % – платьев и аксессуаров. Число свадебных салонов в Москве неуклонно растет [1].

Ценовая политика торговых организаций в отношении свадебной обуви и аксессуаров представлена на рисунке 1.

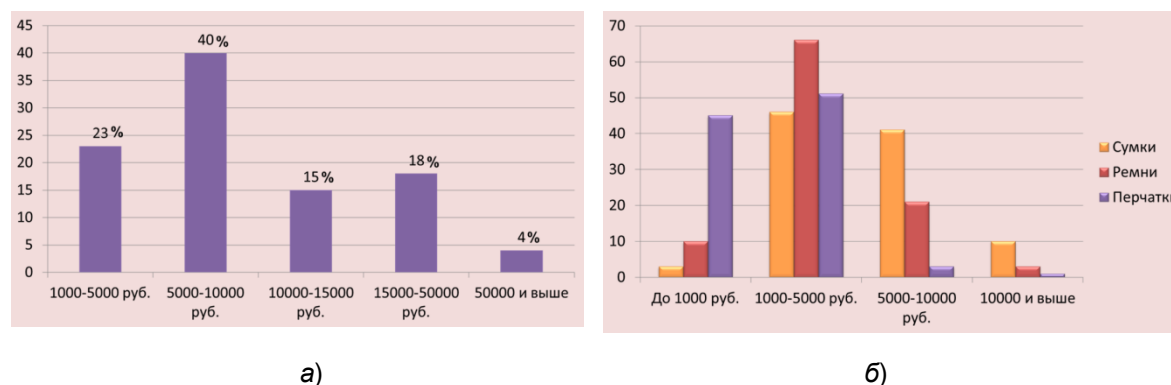


Рисунок 1 – Ценовые сегменты свадебной обуви (а) и аксессуаров (б)

Практически все торговые организации имеют онлайн- и оффлайн-точки продаж, а также реализуют свой товар в социальных сетях, таких как «ВКонтакте» (40 %), «Instagram» (40 %), «Facebook» (20 %).

Для того, чтобы быть успешными и востребованными на рынке свадебных товаров, торговые организации должны формировать свой ассортимент, отталкиваясь от модных тенденций.

Говоря о трендах в свадебной моде, можно заметить, что модели обуви и аксессуаров меняются очень незначительно и медленно. Законодателями мировой моды здесь можно считать компании Jimmy Choo, Badgley Mischka, Sophia Webster, Manolo Blahnik и Menbur. Несмотря на статичность рассматриваемого сегмента рынка, этим дизайнерам удаётся каждый раз привносить что-то новое в создаваемые модели, чем и объясняется их

известность [2].

Самые смелые и нестандартные тренды последних лет в обуви – это мода на свадебные сапоги, угги, ботинки, валенки, спортивные кроссовки и кеды, на яркую обувь, в том числе под белое платье. На это указывают публикации мировых модных обозревателей. Для изучения особенностей потребления свадебной обуви и выявления потребительских предпочтений в данном сегменте моды нами проведен интернет-опрос, в котором приняли участие более 100 человек.

В качестве респондентов выступили женщины (более 83 % опрошенных) и мужчины, которые когда-либо прошли церемонию бракосочетания. Так называемым вопросом-«фильтром», стал факт покупки свадебной обуви. Рассмотрим особенности потребления женской свадебной обуви.

Практически все невесты (93 % респондентов женского пола) покупали обувь для свадьбы непосредственно в магазине, что можно объяснить возможностью примерки. При этом 57 % опрошенных приобретали обувь для свадьбы в магазинах масс-маркета, и лишь 17 % – в свадебном салоне. Можно предположить, что это связано со стоимостью покупки, так как большинство респондентов (59 %) приобретало обувь по цене в диапазоне от 1000 до 5000 рублей (рис. 2). Одной из причин может быть мода на «цветные свадьбы» и непривычное сочетание свадебных платьев с яркими туфлями, а таких предложений в свадебных салонах пока всё ещё мало.



Рисунок 2 – Место приобретения и ценовая категория выбираемой респондентами свадебной обуви

Было выявлено, что на первое место при выборе обуви большинство невест ставит ее удобство, на второе - внешний вид, на третье - качество, и на последнее место – стоимость (рис. 3).

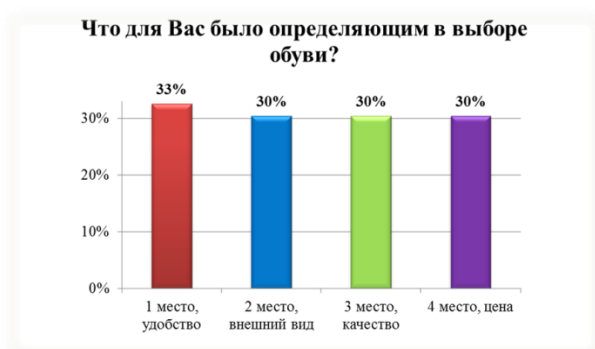


Рисунок 3 – Основные критерии выбора свадебной обуви респондентами

Подобное ранжирование объяснимо, так как невесте предстоит провести в выбранной паре обуви практически весь день, следовательно, обувь должна быть, в первую очередь, удобной. Внешний вид – это неотъемлемый критерий для такого значимого праздника, как свадьба. Показатель качества также важен, так как, в определенной степени, он определяет и удобство, и срок службы обуви. При этом, 59 % опрошенных отметили, что выбирая обувь, планировали одевать её иногда и после свадьбы, а 22 % - что будут носить её часто.

Практически все опрошенные (94 %) в качестве свадебной обуви выбрали туфли (рис. 4).

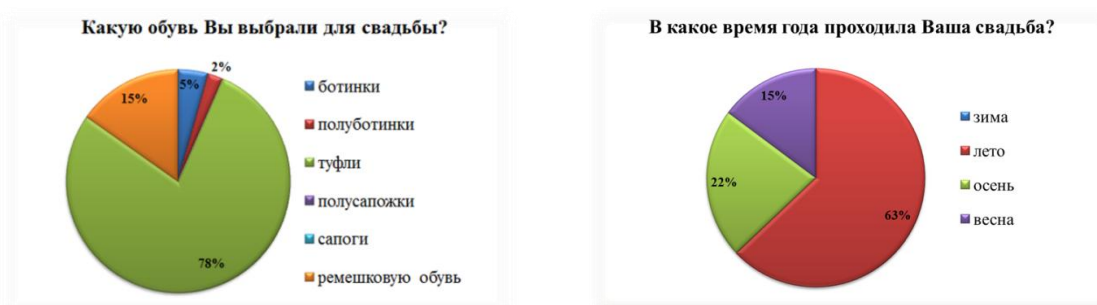


Рисунок 4 – Особенности выбора респондентами вида свадебной обуви

Несмотря на растущую пропаганду свадебных сапог как тренда нескольких последних лет, этот вид обуви не был выбран ни одним респондентом. Скорее всего, это связано с сезоном года, в который проходила свадьба, так как у 63 % опрошенных это событие произошло летом. Ещё одна причина в том, что подобных предложений на рынке пока ещё мало.

Исходя из полученных ответов, можно сказать, что самая популярная модель свадебных туфель выглядит следующим образом: с закрытой носочной частью и закрытой пяточной частью (83 % ответов респондентов), с узкой носочной частью (50 % ответов), с верхом из натуральной кожи (57 % ответов), с гладкой фактурой материала (80 % ответов), без приспособлений для закрепления на стопе (70 % ответов), без декоративных элементов (66 % ответов), белого цвета (54 % ответов).

Подавляющее большинство респондентов (93 %) остались довольны выбранной ими парой обуви для свадьбы, и только 7 % отметили, что обувь оказалась неудобной.

Полученные результаты не являются окончательными, исследование продолжается, но приведённые данные позволяют делать предварительные выводы, так как тенденции потребительских предпочтений и требований чётко прослеживаются в ответах уже опрошенных респондентов. Можно констатировать, что при выборе свадебной обуви молодые пары по-прежнему придерживаются классического стиля, и только в редких случаях готовы к модным экспериментам. Вероятно, именно этим объясняется относительная статичность свадебной моды.

#### Список использованных источников

1. Обзор российского рынка свадебных услуг [Электронный ресурс]. НДП «Альянс-Медиа», 2003-2021. – Режим доступа: URL: <http://www.marketcenter.ru/content/doc-2-12667.html>.
2. Иконы свадебной обуви [Электронный ресурс]. WedinDiy. Свадьба своими руками., 2021. – Режим доступа: URL: <https://wedindiy.com/post/idealnaya-svadebnaya-obuv-top-5.html>.

УДК 687.157:687.016

## ФУНКЦИОНАЛЬНО-КОНСТРУКТИВНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ПРОЕКТИРОВАНИЯ НАКЛАДОК В ОДЕЖДЕ СПЕЦИАЛЬНОГО НАЗНАЧЕНИЯ

**Рубанка А.И., к.т.н., Остапенко Н.В., д.т.н., проф., Токарь Г.Н., д.фил.,  
Колосниченко Е.В., д.иск., проф.**

*Киевский национальный университет технологий и дизайна, г. Киев, Украина*

*Реферат. Систематизированы разновидности накладок в специальной одежде по разным признакам. Описаны конструктивные и технологические особенности проектирования накладок, их функционально-конструктивные особенности. Представлены рекомендации относительно зон размещения накладок в специальной одежде.*