

УДК 687.132

ИЗУЧЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ПРЕДПОЧТЕНИЙ ДЛЯ ПРОЕКТИРОВАНИЯ ШКОЛЬНОЙ ФОРМЫ

Харлова О.Н., проф., Сокнышева Н.Г., маг.

Новосибирский технологический институт(филиал) ФГБОУ ВПО

«Московский государственный университет дизайна и технологии»

г. Новосибирск, Российская Федерация

Ключевые слова: *школьная форма, ассортимент, цвет, требования.*

Реферат. В статье рассматривается необходимость введения школьной формы в современных условиях жизни. Школьная форма способствует адаптации учеников младших классов, лучшей успеваемости в старших классах, созданию фирменного стиля конкретного учебного заведения. Школьная форма должна оказывать положительное влияние на умонастроение, эмоциональный настрой, чтобы у детей раскрывались потенциальные способности и любовь к обучению.

Целью исследования является разработка требований к коллекции школьной формы на основании изученных предпочтений младших школьников и их родителей относительно ассортимента одежды и цвета. Также выяснялось их отношение к введению формы в школах. Исследование показало положительную реакцию респондентов на введение школьной формы. На основании анализа предпочтений респондентов сделан вывод, о возможности проектирования школьной формы предпочтительного ассортимента и колористического решения.

На сегодняшний день создание школьной одежды является актуальной проблемой, хотя в обществе сложилось неоднозначное к ней отношение, что обусловлено, отчасти, ее недостаточным качеством. Имеющаяся в продаже одежда для школы не удовлетворяет запросы потребителей по ряду причин: ограниченности ассортимента, малой возможности комплектации, низкого эстетического уровня, несоответствия изделий стандартам по гигиеническим характеристикам, волоконному составу и т.д.

Современным школьникам необходима школьная форма для осознания себя как части единого целого с коллективом, для опущения социального равенства. Ношение школьной формы помогает ученику быть собранным и не отвлекаться на посторонние предметы, что способствует повышению успеваемости.

На настоящий момент единая школьная форма отсутствует. Каждая школа или отдельно взятый класс выбирает, какую форму будут носить ученики, свой стиль, свою эмблему.

Представители российской швейной отрасли, не добившись введения закона о единой школьной форме, приступили к разработке отдельного ГОСТа для этой категории детской одежды. Необходимость разработки ГОСТа школьной формы в «Союзформе» обосновывают крайне низким качеством детской одежды, представленной на российском рынке. Если ГОСТ утвердят, будут установлены нормативы по использованию тканей, материалов, цветового диапазона. Все это позволит обеспечить безопасность здоровья детей, которые носят форму шесть-семь часов в день.

Для обоснованного подхода к проектированию школьной формы необходима разработка эргономических, функциональных, эксплуатационных требований к школьной форме на основе исследования функций подобной одежды, изучения мнений родителей и школьников, колористического решения с учетом психологического влияния и изучение потребительских предпочтений относительно ассортимента.

С целью выявления цветовые предпочтения младших школьников проведено анкетирование в школе № 203 г. Новосибирска, в котором приняли участие родители младших школьников (34 человека) и 27 девочек младшего школьного возраста.

В результате опроса выявлено, что 79% опрошенных выбрали красный цвет, 36% отдадут предпочтение синему цвету, голубой цвет был выбран 21% опрошенных, зеленый цвет предпочитает 7%. Некоторые из детей выбирают одновременно несколько цветов. Синий цвет, выбранный большинством респондентов, положительно влияет на умственные процессы, успокаивающе воздействует на психику. Постоянное ношение одежды красного цвета утомительно для детской психики, как показывают исследования ученых [1, 39-41], поэтому школьная форма не может использовать этот цвет как преобладающий, но он допустим в качестве декоративной отделки в сочетании с другими более спокойными тонами.

Изучение потребительских предпочтений о необходимости введения школьной формы и ее ассортиментного состава выявило: за необходимость введения школьной формы 76,2% опрошенных родителей, 4,8% респондентов высказали свое отрицательное отношение, и 19% не определились в необходимости формы.

При изучении среди родителей потребительского предпочтения относительно ассортимента состава формы для девочек младшего школьного возраста выяснилось, что наиболее предпочтительны: блузка, платье, сарафан, жакет, джемпер, юбка, брюки (25% опрошенных выбрали платье, по 15% отдали предпочтение блузке, юбке, жакету, по 10% - жилету, сарафану, брюкам).

Опрос, проведенный среди учениц младшего школьного возраста, показал, что их предпочтения отличаются от мнения родителей. Их предпочтения: юбка – 21%, блузка – 23%, платье – 18%, жакет и жилет – 13%, сарафан – 5%, брюки – 7%.

Таким образом, дети и родители в гардеробе школьной одежды для младших школьниц желают видеть блузку и юбку, платье, жакет и жилет. Цвет, как наиболее подходящий для школьной формы, необходимо выбрать синий, с отделкой контрастного цвета.

Важно создать школьную форму, вызывающую гордость и радость от ее ношения, формирующую фирменный стиль учебного заведения, позволяя почувствовать ребенку себя частью коллектива, гармоничной личностью. Поэтому необходимо проектировать коллекцию школьной одежды в едином стиле, позволяя изделиям комплектоваться внутри гардероба.

С целью повышения универсальности, функциональности школьной одежды, продления срока службы и сокращения расходов на ее приобретение необходимо использовать принципы морфологической трансформации. Трансформация может быть использована для поддержания температурного режима, соблюдения гигиенических требований за счет отстеживания-пристеживания рукавов, воротников, пелерин; изменения прилегания изделия в области шеи, туловища, бедер, запястья. Рост ребенка происходит непропорционально: более значительно увеличивается длина конечностей, к концу учебного года дети значительно вытягиваются в длину. Поэтому при разработке одежды необходимо учитывать этот факт, применяя способы морфологической трансформации: растяжение-сжатие, отделение-присоединение: манжеты по рукавам и низу брюк, дополнительные припуски, дополнительные элементы, которые можно соединить или отсоединить в зависимости от необходимости. Все это способствует тому, что продлевается срок службы изделия.

Проектирование коллекций школьной формы должно соответствовать не только требованиям эстетичности и эргономичности, но и экономичности. Гигиенические требования не позволяют использовать для школьной одежды недорогие материалы с недостаточными гигиеническими свойствами, поэтому необходимо обеспечить экономическую целесообразность за счет процесса проектирования, применяя методы, позволяющие сокращать затраты на конструкторскую подготовку производства. Принимая во внимание возможность ограничения вариативности моделей школьной одежды, можно создавать универсальные типовые конструкции методами агрегатирования, комбинаторики и т.п., что повлияет на себестоимость процесса проектирования и производства, делая привлекательными изделия для потребителя и производителя.

Таким образом, проектирование школьной одежды требует системного подхода, учитывающего множество факторов от исследования респондентов, до разработки комплекса требований, включающих эстетические, гигиенические, функциональные, экономические.

Список использованных источников

1. Диколова А.А. Школьная одежда для гармоничного развития // Текстильная промышленность – 2002 -№8 – с. 39-41.

УДК 687.016

РАЗРАБОТКА АРХИТЕКТУРЫ ПРОГРАММЫ ДЛЯ ПОКУПКИ ОДЕЖДЫ ЧЕРЕЗ ИНТЕРНЕТ

Цан Ни (Zhang Ni), асп., Уханьский текстильный университет, Ухань, Китай

Кузьмичев В.Е., проф., д.т.н.

ФГБОУ ВО «Ивановский государственный политехнический университет»,

г. Иваново, Российская Федерация

Ключевые слова: *одежда, интернет, виртуальная примерка, экспертная система, программное обеспечение.*

Реферат. Рассмотрены основные проблемы, возникающие у потребителей при покупке одежды в интернет-магазинах. Показано, что процесс покупки может быть усовершенствован за счет создания программных модулей параметризации фигуры потребителя, качественного изменения объема и содержания информации о художественно-конструкторском решении продаваемой модели, разработке экспертных систем, облегчающих для потребителя принятие решений во время покупки. Описана структура новых баз данных и ожидаемые результаты функционирования нового программного обеспечения.

Он-лайн продажи одежды через интернет стали одним из самых динамичных рынков в 2100-е годы и обещают исключительно быстрый рост в будущем. Преимущества такой торговли очевидны для производителей и покупателей с позиций устранения торговых наценок, экономии времени и сокращения сроков поставки новых моделей одежды [1]. Ассортимент одежды, реализуемой через интернет, ничем не отличается от содержания витрин реальных магазинов.

Вместе с тем не уменьшается и объем одежды, возвращаемой после покупок, из-за её несоответствия, неудовлетворительной посадки на фигуре, неоправдавшихся ожиданий (в первую очередь, по причине негативных сенсорных ощущений во время первой реальной примерки). Основными причинами этой проблемы - неудовлетворенного спроса в условиях переизбытка предлагаемой одежды - являются следующие.

1. Незнание покупателями своих размерных признаков, которые ответственны за соразмерность и качество посадки одежды. Большинство покупателей не информированы о принятых условиях измерения ведущих размерных признаков, а потому их выбор своих же размерных признаков основан, как правило, на предыдущем удачном опыте приобретения одежды. Некоторые особенности морфологии своей фигуры покупателю неизвестны, например, положение корпуса, распределение долей полных обхватов груди, талии и бедер между передом и спиной и др., а влияние перечисленных размерных признаков исключительно велико. Очевидно, что перекладывание на плечи покупателя обязанности по измерению своей фигуры является нереальной задачей, а решить её можно только с помощью специальных модулей, которыми должны быть оснащены современные гаджеты.

2. Недостаточная информация о размерах одежды, предоставляемая продавцами. Во всех интернет-магазинах продают одежду, спроектированную на типовые фигуры и имеющую преимущественно буквенную маркировку (S, M, L и др.). Буквенная маркировка не имеет прямой связи с размерными признаками, а характеризует скорее модные в данный момент времени форму и её силуэт. Например, мужские пиджаки могут иметь маркировку XXL, но будучи выполненными в стилистике 1980-х гг. или "маленькой формы", характерной для середины 2010-х гг., оба варианта различны по форме, поскольку при разработке чертежей были использованы разные по величинам конструктивные прибавки. Продавцы одежды параллельно используют дополнительный параметр - вес потенциального потребителя, который в некоторой степени повышает точность принятия решения потребителем, но всё равно не гарантирует удовлетворения всех