

Научный журнал «Костюмология» / Journal of Clothing Science <https://kostumologiya.ru>

2018, №1, Том 3 / 2018, No 1, Vol 3 <https://kostumologiya.ru/issue-1-2018.html>

URL статьи: <https://kostumologiya.ru/PDF/05ECKL118.pdf>

Ссылка для цитирования этой статьи:

Лебедева Т.Е., Булганина С.В., Булганина А.Е. Маркетинговое исследование потребителей ателье по пошиву костюмов для выступлений // Научный журнал «Костюмология», 2018 №1, <https://kostumologiya.ru/PDF/05ECKL118.pdf> (доступ свободный). Загл. с экрана. Яз. рус., англ.

For citation:

Lebedeva T.E., Bulgagina S.V., Bulgagina A.E. (2018). Marketing research of consumers atelier on tailoring of costumes for performances. *Journal of Clothing Science*, [online] 1(3). Available at: <https://kostumologiya.ru/PDF/05ECKL118.pdf> (in Russian)

УДК 331.1

ГРНТИ 06.39.31

Лебедева Татьяна Евгеньевна

ФГБОУ ВО «Нижегородский государственный педагогический университет им. К. Минина», Нижний Новгород, Россия

Кандидат педагогических наук, доцент

E-mail: tatyana.lebedeva@bk.ru

РИНЦ: https://elibrary.ru/author_profile.asp?id=365916

Булганина Светлана Викторовна

ФГБОУ ВО «Нижегородский государственный педагогический университет им. К. Минина», Нижний Новгород, Россия

Кандидат технических наук, доцент

E-mail: bulgsv@mail.ru

РИНЦ: https://elibrary.ru/author_profile.asp?id=281843

Булганина Анастасия Евгеньевна

МБОУ «Школа №127», Нижний Новгород, Россия

E-mail: bulganina555@mail.ru

Маркетинговое исследование потребителей ателье по пошиву костюмов для выступлений

Аннотация. В статье описан результат исследования потребителей (спортсменов) ателье по пошиву костюмов для выступлений. Проведен анализ критериев выбора ателье (дизайнера, мастера) подходов для пошива костюмов для выступлений и индивидуального пошива спортивной одежды для тренировок – выделены ключевые: опыт работы ателье на рынке, специализация, сроки изготовления, дополнительные услуги, стоимость готового изделия. Исследование в статье проведено средствами анкетного опроса. Проведенное авторами исследование позволило установить, что костюмы для выступлений, большинство спортсменов покупает и только 9,9 % шьет самостоятельно, треть спортсменов (33,3 %), заказывает пошив у частного мастера, 27,2 % – в специализированном ателье, 27,4 % покупает готовое изделие в спортивном магазине. Результаты опроса позволили выявить наиболее востребованные материалы для костюмов: бифлекс (69,1 %), далее идет стрейч-сетка (40,7 %), менее трети потребителей рассматривают варианты костюмов из стрейч-велюра и стрейч-кружева (29,6 % и 27,2 %). При заказе костюма больше половины спортсменов (55,6 %) выбирают костюм с учетом своего цветотипа, также респонденты считают, что костюм должен подчеркивать достоинства фигуры (75,3 %), быть удобным (69,1 %), формировать образ (66,7 %), выделять спортсмена среди соперников (39,5 %), идти спортсмену и быть красивым (33,3 %), большинство опрошенных (80,2 %) считают, что варианты дизайнера должны

согласовываться как со спортсменом, так и с тренером и родителями, в 11,1 % вариант костюмов для выступлений утверждает только тренер, (что может быть характерным для командных выступлений), 8,6 % – только спортсмен. Профессиональным ателье по пошиву костюмов для выступлений необходимо более гибко подходить к работе с клиентами, учитывая результаты проведенного исследования.

Ключевые слова: ателье; спортивный костюм для выступлений; опрос; анкета; исследование; предпочтения; потребители

Введение

В настоящее время услуга индивидуального пошива одежды на заказ пользуется всё большим спросом, люди интересуются данным видом услуг все чаще и чаще. Дело не только в том, что одежда на заказ выделяется индивидуальным стилем и высоким качеством, но и идеально сидит по фигуре клиента [1]. При индивидуальном пошиве одежды цена пошива складывается из стоимости материала, аренды помещения, оплаты услуг ЖКХ и работы мастера исключительно над заказом плюс наценка. И в итоге, клиент получает красивое, качественное изделие, прекрасно сидящее на фигуре, которое было в мечтах заказчика и самое главное, по приемлемой цене. Индивидуальный пошив одежды – это услуга изготовления различной одежды, при которой учитываются физиологические особенности заказчика, его пропорции, рост, полнота, врождённые или приобретённые отклонения [2].

Основной обязанностью работающего в ателье опытного мастера является консультирование с клиентом по поводу модели, фактуры ткани, цвета, а также по тому, насколько разработанная модель подойдёт человеку, чтобы получилось подчеркнуть его индивидуальность [3]. Прибегая к услугам индивидуального пошива одежды, клиент может быть полностью уверен, что:

- Сшитая одежда на заказ отлично сядет по фигуре.
- Опытные мастера помогут подобрать именно тот фасон и модель, которые будут скрывать все недостатки фигуры, а также сделают акцент на преимуществах изделия.
- Цена будет полностью соответствовать качеству готового изделия.
- Сотрудничество с ателье дарит неограниченные возможности в отношении пошива изделий из самых разнообразных тканей.
- Одежда по индивидуальному заказу может выделить клиентов относительно других людей [4].

Швейное производство всегда считалось делом прибыльным и перспективным. Самое главное – выбор спецификации и правильная ориентация на клиента. Прежде всего, необходимо провести тщательный анализ рынка в сфере швейного производства в том регионе, где планируется ведение бизнеса и обратить внимание на специфику услуг, которые предоставляют конкуренты. Возможно, есть направление, которое еще не развито в данном районе. Ассортимент и вид выполняемых работ крайне широк:

- пошив мужской и женской одежды;
- ремонт одежды;
- пошив детской или мелкой одежды;
- пошив верхней одежды;

- пошив специальной одежды (униформа, рабочая и т. д.);
- пошив предметов интерьера (шторы, покрывала, подушки и т. п.);
- пошив изделий из кожи, замши (для этого требуется специальное оборудование);
- пошив трикотажной одежды;
- пошив свадебных и вечерних нарядов.

Это не весь перечень работ, которые может предоставлять швейный цех, кроме того, часто практикуют совмещение разные виды услуг.

Ателье всегда нужно выделить целевой сегмент. При ориентации на состоятельных клиентов необходимо обеспечить достаточно высокие требования для выхода на нужный уровень продаж. Надо постоянно следить за модными тенденциями [5, 6]. При этом стоит учитывать, что каждый покупатель будет требовать высокого качества тканей, декора, фурнитуры, технологии пошива одежды, идеальной посадки и т. п. Преимущества – состоятельные клиенты обеспечивают хороший доход. В качестве целевого потребителя ателье по пошиву одежды для тренировок и выступлений (художественной гимнастики, фигурном катании, хореографии, акробатике и др.).

Разработка маркетингового исследования и анализ результатов

Клиент, приступая к поиску ателье для пошива костюмов для выступлений и индивидуального пошива спортивной одежды для тренировок старается выбрать лучшее ателье (дизайнера и мастера), руководствуясь следующими критериями:

1. Опыт работы ателье на рынке. Необходимо обращаться к компаниям, которые имеют опыт в данной сфере. В таких компаниях сотрудники будут учитывать все пожелания, требования и смогут предложить идеальный вариант изделия.
2. Специализация. Ателье бывают разные. Какие-то занимаются пошивом мужской и женской одежды, другие изготовлением корпоративных изделий, третьи создают только эксклюзивные наряды. Перед тем, как выбрать ателье, клиент ознакомится с услугами, предоставляемыми данной фирмой, которые можно найти на официальном сайте компании или страничке в соцсетях.
3. Сроки изготовления. Время – это самое ценное, что есть в жизни человека, поэтому затягивание сроков изготовления крайне недопустимо. Но нужно помнить, что создание любого изделия не может занимать один день, т. к. индивидуальный пошив и декорирование купальников для выступлений достаточно трудоемкий процесс [7, 8].
4. Дополнительные услуги. Большим плюсом любого ателье является то, что клиенту могут предложить дополнительные услуги, например, чистку, ремонт и реставрацию купальников, так как они изготавливаются из деликатных стрейчевых тканей, а в процессе активных соревнований могут изнашиваться.
5. Стоимость готового изделия. Данный критерий зависит от класса изготавливаемого изделия. Изначально, слишком высокая цена может оттолкнуть, тем более, если другое ателье предлагают клиенту такой же уровень сервиса и качество пошива, но уже по более привлекательной цене. Но и слишком низкая цена – это повод усомниться в выборе данного ателье. Есть вероятность, что помимо низкой цены, ателье ничего эксклюзивного больше не может клиенту предложить [9, 10].

Методы

С целью выявления основных предпочтений спортсменок, авторами был проведен опрос в сентябре-октябре 2016 года среди девушек, занимающихся различными видами спорта, выступающих на соревнованиях в костюмах и купальниках в основе которых лежит построение сетки "боди". Особое внимание было уделено мнению девушек, занимающихся художественной гимнастикой. В опросе приняли участие 81 спортсмен (за маленьких танцоров отвечали родители), это ученицы из танцевальных классов, спортсменки ДЮСШ (девочки-гимнастки разных возрастов), а также девушки, которые занимались или занимаются различными видами спорта или танцев в Нижнем Новгороде.

Результаты

Проведем анализ результатов и выявим основные тенденции. Костюмы для выступлений, как правило, большинство спортсменов покупает и только 9,9 % шьет самостоятельно, что отражено на рисунке 1. Треть спортсменов (33,3 %), заказывает пошив у частного мастера, 27,2 % – в специализированном ателье, 27,4 % покупает готовое изделие в спортивном магазине, б/у костюмы покупают реже всего.

В качестве материала для костюмов наиболее предпочтителен бифлекс (указали 56 человек, 69,1 % респондентов), далее идет стрейч-сетка (отметили 33 человека, 40,7 %), менее трети потребителей рассматривают варианты костюмов из стрейч-велюра и стрейч-кружева (соответственно 29,6 % и 27,2 %), что показано на рисунке 2.



Рисунок 1. Предпочтения потребителей по приобретению костюмов для выступлений (составлено автором)

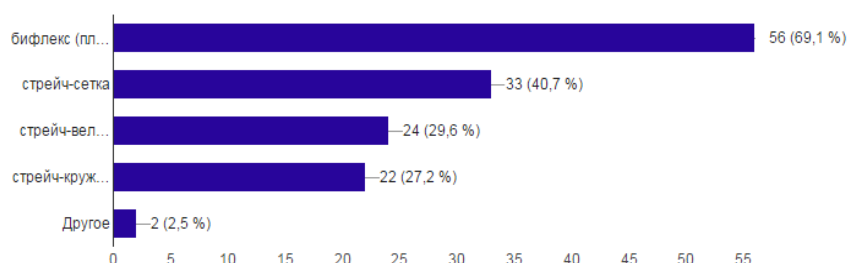


Рисунок 2. Предпочтения потребителей по материалу костюмов для выступлений (составлено автором)

Наиболее предпочтительными цветами костюмов являются – черный (57 %), мятный (54,4 %), белый 49,4 %), красный (44,3 %), синий (44,3 %), бирюзовый (41,8 %), изумрудный (40,5 %), а самыми не популярными стали – коричневый (6,3 %), хаки (8,9 %), рыжий (8,9 %), темно-зеленый (12,7 %) и какао (12,7 %), что видно из рисунка 3. При этом спортсменам и танцорам нравятся контрастное совмещение цветов (указали 44 человека, 55,6 %), градиент и пастельные тона предпочитают – 29 человек, 35,8 %, цвета элекрик – только 22 человека, 27,2 %, а однотонные тона наименее предпочтительны в костюмах для выступлений (указали 17 человек, 21 %).

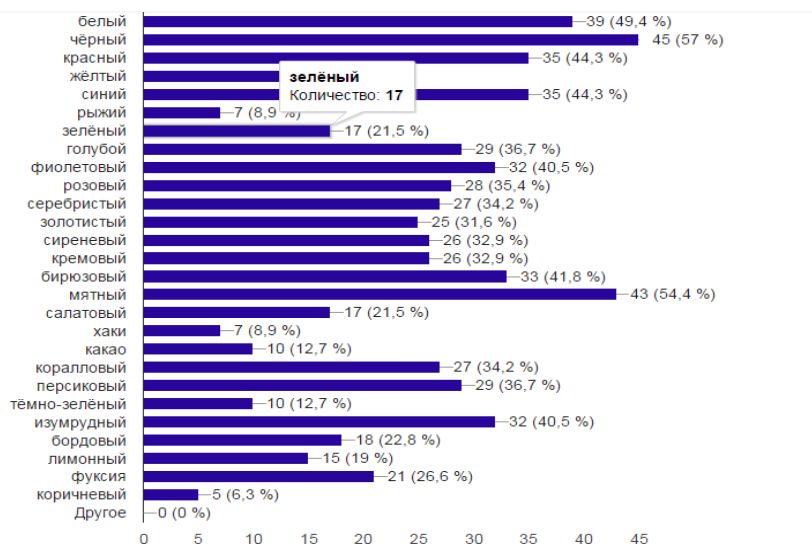


Рисунок 3. Предпочтения потребителей по цветовой гамме костюмов (составлено автором)

Большинству спортсменов нравится сочетание типов ткани, указали 82,7 %, при этом предпочтительнее симметричный вид купальника, что показано на рисунке 4. Цвет сетки предпочтительнее светло-бежевый (телесный), указали 63 девушки (77,8 %), далее по популярности идет черная сетка (указали 28 человек, 34,6 %), темно-бежевая (цвет загара, отметили 23 человека, 28,4 %) и цветная (22 человека, 27,2 %), а самой не популярной стала белая стрейч-сетка – указали 11 человек, 13,6 %.

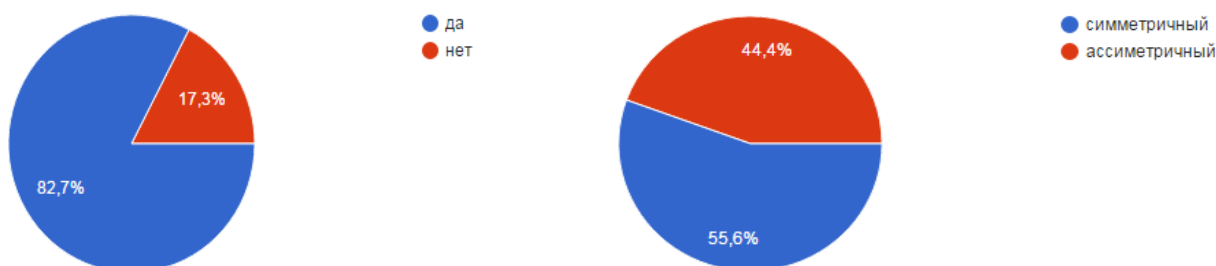


Рисунок 4. Предпочтения в сочетании типов ткани и симметричности в костюмах для выступлений (составлено автором)

Большинство респондентов предпочитают абстрактный рисунок (указали 37 человек, 45,7 %) или без рисунка (32 человека, 39,5 %), при этом 30 человек (37 %) предпочитают цветочный орнамент, а 23 человека (28,4 %) – геометрический, менее всего востребованы купальники с растительным орнаментом (4,9 %) и изображение бабочек, стрекоз и др., а также этнические мотивы в костюмах для выступлений (6,2 %), что показано на рисунке 5.

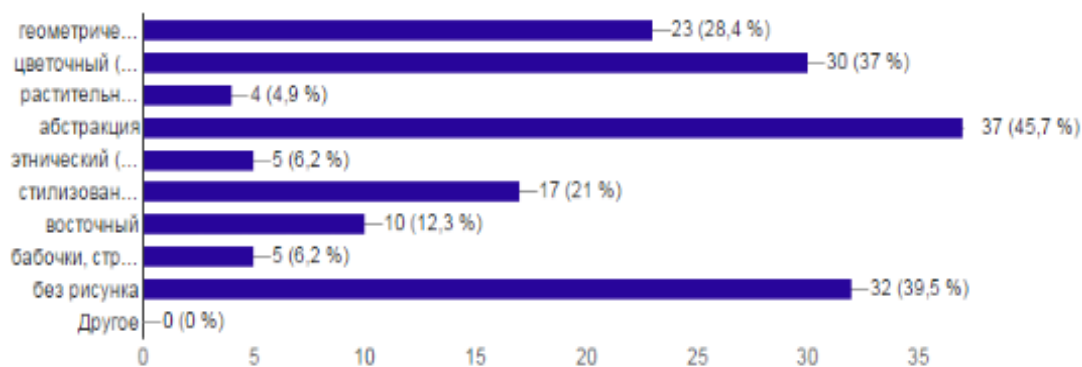


Рисунок 5. Предпочтения в рисунке и орнаменте (составлено автором)

Половина спортсменов предпочитают купальники для выступлений с длинным рукавом (50,6 %), 39,5 % без рукавов и 9,9 % с короткими рукавами, горловина предпочтительнее с круглым вырезом (67,9 %), нежели стойкой, что показано на рисунке 6.

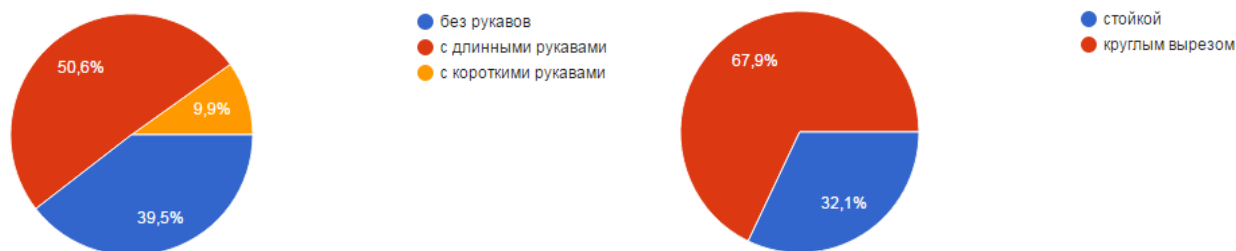


Рисунок 6. Предпочтения костюмов для выступлений с вариантами рукавов и горловины (составлено автором)

Больше половины спортсменов (55,6 %) выбирают костюм с учетом своего цветотипа (цвета кожи, волос, глаз), что показано на рисунке 7. Также респонденты считают, что костюм должен подчеркивать достоинства фигуры (75,3 %), быть удобным (69,1 %), формировать образ (66,7 %), выделять спортсмена среди соперников (39,5 %), идти спортсмену и быть красивым (33,3 %).

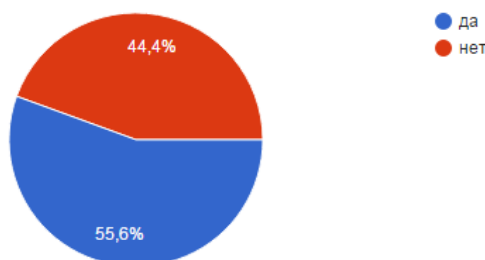


Рисунок 7. Учет цветотипа при выборе дизайна костюма для выступлений (составлено автором)

Большинство предпочитают декор стразами (указали 82,7 %), пришитыми камнями (45,7 %), красками (42 %) и аппликацией (30,9 %), менее всего востребован батик (13,6 %) и декор лентами и тесьмой (22,2 %), что показано на рисунке 8.

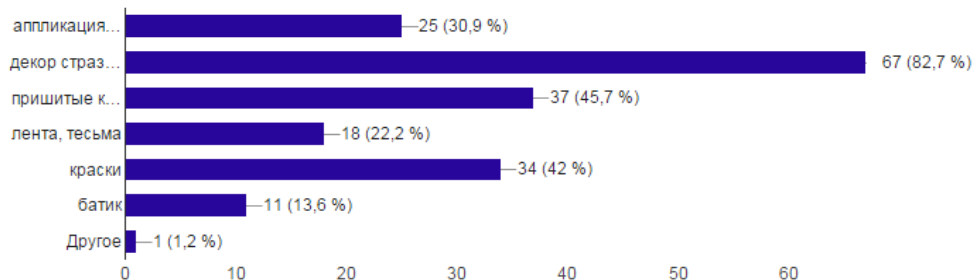


Рисунок 8. Предпочтения потребителей по декорированию костюмов для выступлений (составлено автором)

Предпочтения по вариантам декора стразами показаны на рисунке 9, большинству спортсменов нравится сочетание разных по величине страз (указали 42 %), средние и мелкие предпочитают 19,8 % и 18,5 % соответственно, для 16 % это не имеет особого значения.

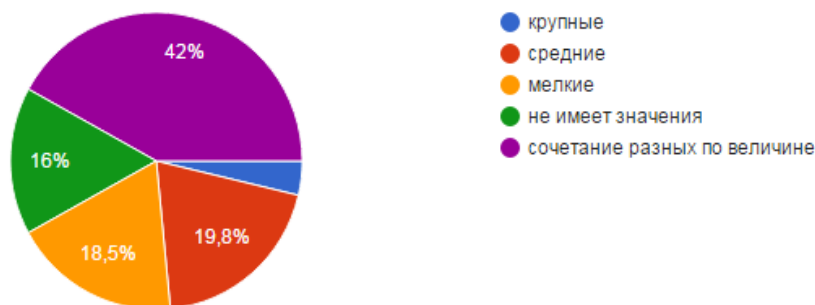


Рисунок 9. Предпочтения потребителей по размеру страз в декорировании костюмов (составлено автором)

В тех видах спорта, где юбка обязательна, большинство спортсменок предпочитают махры (48,1 %), бахрому (43,2 %), материал – спандекс (37 %), для 12,3 % это не имеет значения, перья редко востребованы (3,7 %), что показано на рисунке 10.

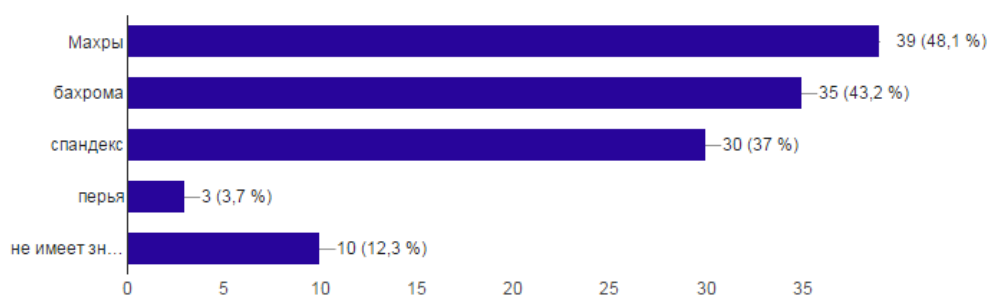


Рисунок 10. Предпочтения гимнасток и танцоров по варианту юбок (составлено автором)

В заключении нужно отметить следующее, большинство (80,2 % опрошенных) согласны с утверждением, что варианты дизайнера должны согласовываться как со спортсменом, так и с тренером и родителями, в 11,1 % вариант костюмов для выступлений утверждает только тренер, (что может быть характерным для командных выступлений), 8,6 % проголосовали за вариант – только спортсмен, что показано на рисунке 11.

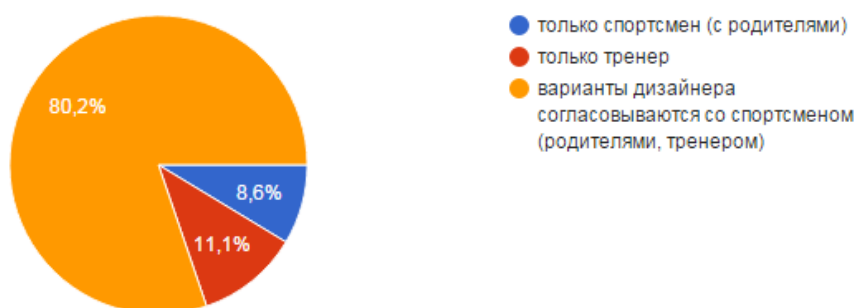


Рисунок 11. Варианты выбора и утверждения дизайна костюмов (составлено автором)

Обсуждение

Полученные результаты экспериментальной работы позволяют сделать выводов о требованиях, которые предъявляют спортсмены к костюмам для выступления. В полученных результатах прослеживается тенденция желаниия следовать классическому подходу к выбору одежды для спортивных выступлений: удобный материал, строгие линии, симметрия костюма, яркое декорирование (обусловлено профессиональными требованиями). Поэтому для ателье по пошиву костюмов для выступлений, целесообразно регулярно проводить такие исследования предпочтений клиентов при выборе костюмов и анализе деятельности конкурентов.

ЛИТЕРАТУРА

1. Макоева А.С. Воспитание красотой // В сборнике: Мода и дизайн. инновационные технологии-2015 МАТЕРИАЛЫ V МЕЖДУНАРОДНОЙ НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКОЙ КОНФЕРЕНЦИИ 22-23 МАЯ 2015 Г. Министерство образования и науки РФ; Северо-Осетинский государственный университет им. К.Л. Хетагурова. 2016. С. 183-189.
2. Орлова С.В. Танец с вещью (традиции и новаторство) // Вестник Вятского государственного гуманитарного университета. 2009. Т. 4. № 3. С. 181-186.
3. Климова Н.В., Мелкумян А.Э. Развитие швейных предприятий России на основе модернизации производства // Фундаментальные исследования. 2015. № 2-9. С. 1947-1953.
4. Бадмаева Е.С., Елинер Л.В. Инновационные технологии в создании современного спортивного костюма. В сборнике: Инновационные технологии в сервисе Сборник материалов IV Международной научно-практической конференции. Под ред. А.Е. Карлика. 2015. С. 147-149.
5. Фаткуллина Р.Р., Мухаметханова А.И. Маркетинговые исследования при проектировании спортивной одежды. В сборнике: Современные исследования основных направлений гуманитарных и естественных наук материалы международной научно-практической конференции. Под редакцией Насретдинова И.Т. 2017. С. 899-901.
6. Колесников С.Н., Агафонова Т.Н. Отраслевые особенности материального менеджмента в производстве спортивной одежды // Логистика сегодня. 2016. № 2. С. 114-118.
7. Стор И.Н., Орловский А.А. Графический дизайн спортивного костюма // Известия высших учебных заведений. Технология текстильной промышленности. 2008. № 3. С. 88-92.
8. Перова Л.Н., Муртазина С.А. Применение декоративных элементов из полимерных материалов для изготовления детской одежды // Вестник Казанского технологического университета. 2015. Т. 18. № 18. С. 139-141.
9. Каскинова Г.Р. Формула идеального спортивного костюма // Вестник научных конференций. 2016. № 4-5 (8). С. 93-94.
10. Астафьев В.В. Спорт и современная мода: направления взаимодействия. В сборнике: Психология и педагогика XXI века: теория, практика и перспективы Сборник материалов VI Международной научно-практической конференции. Редколлегия: О.Н. Широков [и др.]. 2017. С. 85-87.

Lebedeva Tatyana Evgenievna

Kozma Minin Nizhny Novgorod state pedagogical university, Nizhny Novgorod, Russia
E-mail: tatyana.lebedeva@bk.ru

Bulganina Svetlana Viktorovna

Kozma Minin Nizhny Novgorod state pedagogical university, Nizhny Novgorod, Russia
E-mail: bulgsv@mail.ru

Bulganina Anastasiya Evgen'evna

Secondary school 127, Nizhny Novgorod, Russia
E-mail: bulganina555@mail.ru

Marketing research of consumers atelier on tailoring of costumes for performances

Abstract. The article describes the result of research of consumers (athletes) atelier on tailoring costumes for performances. The analysis of the criteria for selecting atelier (designer, master) approaches for tailoring suits for performances and individual tailoring of sportswear for training was singled out: the work experience of the atelier in the market, specialization, terms of production, additional services, cost of the finished product. The research in the article is carried out by means of a questionnaire. The study carried out by the authors made it possible to establish that the costumes for performances, the majority of athletes buy, and only 9.9 % sew themselves, a third of athletes (33.3 %), order tailoring from a private craftsman, 27.2 % in a specialized studio, 27.4 % buys a finished product in a sports shop. The poll results revealed the most popular materials for suits: supplex (69.1 %), followed by a stretch net (40.7 %), less than a third of consumers consider variants of suits of stretch velour and stretch lace (29.6 % and 27.2 %). When ordering a suit, more than half of the athletes (55.6 %) choose a suit taking into account their color, and also the respondents believe that the costume should emphasize the dignity of the figure (75.3 %), be comfortable (69.1 %), shape the image (66.7 %), to allocate the athlete among the rivals (39.5 %), to go to the sportsman and be beautiful (33.3 %), the majority of the respondents (80.2 %) believe that the designer's options should be agreed with both the athlete and the coach and parents, in 11.1 % the version of the costumes for performances is approved only by the coach (which may be characteristic for the commanding elite upleny), 8.6 % – the athlete. A professional atelier for tailoring costumes for performances needs to be more flexible in approaching the work with clients, taking into account the results of the conducted research.

Keywords: atelier; sports suit for performances; survey; questionnaire; research; preferences; consumers

REFERENCES

1. Makoeva A.S. Vospitanie krasotoj // V sbornike: Moda i dizajn. innovacionnye tekhnologii-2015 MATERIALY V MEZHDUNARODNOJ NAUCHNO-PRAKTICHESKOJ KONFERENCII 22-23 MAYA 2015 G. Ministerstvo obrazovaniya i nauki RF; Severo-Osetinskij gosudarstvennyj universitet im. K.L. Hetagurova. 2016. S. 183-189.
2. Orlova S.V. Tanec s veshch'yu (tradicii i novatorstvo) // Vestnik Vyatskogo gosudarstvennogo gumanitarnogo universiteta. 2009. T. 4. № 3. S. 181-186.
3. Klimova N.V., Melkumyan A.EH. Razvitie shvejnyh predpriyatij Rossii na osnove modernizacii proizvodstva // Fundamental'nye issledovaniya. 2015. № 2-9. S. 1947-1953.
4. Badmaeva E.S., Eliner L.V. Innovacionnye tekhnologii v sozdanii sovremennogo sportivnogo kostyuma. V sbornike: Innovacionnye tekhnologii v servise Sbornik materialov IV Mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoj konferencii. Pod red. A.E. Karlika. 2015. S. 147-149.
5. Fatkullina R.R., Muhamethanova A.I. Marketingovyje issledovaniya pri proektirovanii sportivnoj odezhdy. V sbornike: Sovremennye issledovaniya osnovnyh napravlenij gumanitarnyh i estestvennyh nauk materialy mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoj konferencii. Pod redakciej Nasretdinova I.T. 2017. S. 899-901.
6. Kolesnikov S.N., Agafonova T.N. Otrasleyve osobennosti material'nogo menezhmenta v proizvodstve sportivnoj odezhdy // Logistika segodnya. 2016. № 2. S. 114-118.
7. Stor I.N., Orlovskij A.A. Graficheskij dizajn sportivnogo kostyuma // Izvestiya vysshih uchebnyh zavedenij. Tekhnologiya tekstil'noj promyshlennosti. 2008. № 3. S. 88-92.
8. Perova L.N., Murtazina S.A. Primenenie dekorativnyh ehlementov iz polimernyh materialov dlya izgotovleniya detskoj odezhdy // Vestnik Kazanskogo tekhnologicheskogo universiteta. 2015. T. 18. № 18. S. 139-141.
9. Kaskinova G.R. Formula ideal'nogo sportivnogo kostyuma // Vestnik nauchnyh konferencij. 2016. № 4-5 (8). S. 93-94.
10. Astaf'ev V.V. Sport i sovremennaya moda: napravleniya vzaimodejstviya. V sbornike: Psihologiya i pedagogika XXI veka: teoriya, praktika i perspektivy Sbornik materialov VI Mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoj konferencii. Redkollegiya: O.N. SHirokov [i dr.]. 2017. S. 85-87.