

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

2025, Том 10, № 3 / 2025, Vol. 10, Iss. 3 <https://kostumologiya.ru/issue-3-2025.html>

URL статьи: <https://kostumologiya.ru/PDF/14IVKL325.pdf>

5.10.3. Виды искусства (дизайн костюма)

Ссылка для цитирования этой статьи:

Колташова, Л. Ю. Выявление потребительских предпочтений верхней одежды из меха как первоначальный этап в дизайн-проектировании конкурентоспособных изделий / Л. Ю. Колташова // Костюмология. — 2025. — Т. 10. — № 3. — URL: <https://kostumologiya.ru/PDF/14IVKL325.pdf>.

For citation:

Koltashova L. You. Identification of consumer preferences for fur outerwear as the initial stage in the design of competitive products. *Journal of Clothing Science*. 2025;10(3): 14IVKL325. Available at: <https://kostumologiya.ru/PDF/14IVKL325.pdf>. (In Russ., abstract in Eng.).

УДК 687.84

Колташова Людмила Юрьевна

ФГБОУ ВО «Российский государственный университет имени А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва, Россия

Доцент

E-mail: lusia987@yandex.ru

РИНЦ: https://elibrary.ru/author_profile.asp?id=965264

Выявление потребительских предпочтений верхней одежды из меха как первоначальный этап в дизайн-проектировании конкурентоспособных изделий

Аннотация. Цель исследования состоит в сборе и последующем анализе данных, позволяющих выявить реальные ожидания потребителей перед началом зимнего сезона 2025/26 годов. Научная работа проводилась в рамках изучения меха как материала, широко используемого отечественными производителями модной одежды различного ассортимента и назначения. Мех («мягкое золото») традиционно считается уникальным природным богатством России. В XVI веке он служил символом высокого статуса в российском обществе, олицетворяя богатство и процветание. Дорогостоящие соболиные меха были неотъемлемой частью древнерусских свадебных церемоний.

Исследование основано на социальном опросе — анкете, направленной на выявление потребительских предпочтений относительно выбора верхней зимней одежды из меха. Опрос-анкетирование составлено автором и включает 18 вопросов. В анкетировании принимали участие жители Москвы, в том числе обучающаяся молодежь творческих специальностей: художники, дизайнеры ([приложение 1](#)).

В ходе исследования были поставлены следующие задачи: выявить актуальность использования меха в производстве верхней одежды. Определить предпочтения потребителей относительно ассортимента верхней одежды. установить предпочтения в выборе между искусственным и натуральным мехом. Изучить предпочтения покупателей по видам меховых полуфабрикатов, способам их декорирования, длине, цветовой гамме, стилю, применению инновационных материалов, декоративных элементов и фурнитуры.

Эти данные необходимы для формирования основополагающих характеристик, позволяющих дизайнерам разрабатывать качественные и востребованные продукты. Современные инновационные технологии обеспечивают создание высококачественного мехового сырья. Анализ эстетической привлекательности меха и изучение потребительских предпочтений

позволят проектировать конкурентоспособную верхнюю одежду и создавать оригинальные дизайнерские коллекции.

Ключевые слова: верхняя зимняя одежда; ассортимент; инновации; натуральный мех; искусственный мех; анкетирование; предпочтения; дизайн; проектирование; мода

Введение

Россия в исторической ретроспективе являлась долгие годы лидером по поставке пушнины по всему миру. Российские соболя поставлялись во многие дворы Европы, а мех норки, соболя, куницы, чернобурки, песца — считался самым ценным и красивым. В стране существовало много зверохозяйств, где занимались усовершенствованием пород мехового золота. Социальное и политическое переустройство оказало заметное влияние на развитие пушной отрасли, сократились зверосовхозы, отрасль отошла из лидирующих позиций мехового золота и вынуждена была закупать меха на аукционах. Последние годы наметилась тенденция к развитию отечественной меховой отрасли, производства изделий из мехового полуфабриката хорошего качества.

С 2020-х гг. наиболее популярными на российском рынке стали изделия из меха норки, песца, ламы. Наибольшую любовь завоевывают из года в год изделия из меха овчины и козлика, так как такие меха находятся в наиболее доступном ценовом сегменте и представляют большой интерес для художников и дизайнеров в плане дизайнерского проектирования одежды, обуви и аксессуаров, так и расширения ассортимента таковых: это и меховое пальто, полупальто, куртки, дубленки, жилеты, обувь, сумки, аксессуары. С 2017-го года проявляется интерес и к искусственному меху, что связано с экологическими, социальными, политическими факторами. Сегодня процентное соотношение натурального и искусственного меха составляет 60 % к 40 %. Мех и изделия из меха сегодня считаются практически внесезонными. Одежду с меховым декором можно носить даже летом [1].

В 2020 году, Российская модная индустрия пережила санкции и уход западных брендов, которые раньше занимали большую часть торговых площадей, что стало толчком для развития локального fashion-рынка страны. К 2023 году рынок начал постепенно восстанавливаться, освободившиеся ниши заняли отечественные производители и бренды готовой одежды, продажи выросли на 12 % в денежном выражении и на 7 % по количеству проданных товаров, таких как одежда, обувь, аксессуары, в том числе и одежда из меха [2]. Модная индустрия в России адаптировалась к новым условиям, активно опираясь на доверие потребителей, внедряя в отечественную моду ключевые тренды, тем самым поднимая легкую и меховую промышленность на новый уровень [3].

Сегодня многие потребители стремятся к устойчивой моде, их важными приоритетами являются качество и практичность (долговечность) [2]. Чтобы оправдать ожидания потребителей, художникам-дизайнерам необходимо создавать конкурентоспособные (продаваемые) изделия [4]. Одним из этапов работы является социальный прогноз. Чтобы проектировать современные образцы верхней одежды с использованием натурального или искусственного меха необходимо проводить исследования потребительских предпочтений, изучать целевую аудиторию, демографическую группу потребителей, занятость, интересы, активность, уровень достатка, предпочтения в выборе стиля одежды, интерес к моде, подход к выбору сезонной одежды, в том числе интерес к одежде из меха, следить за трендами и тенденциями в меховой моде. В том числе опрос — анкетирование позволяет выявлять социальные потребности.

Цель исследования состоит в сборе и последующем анализе данных, позволяющих выявить реальные запросы целевой аудитории и ее предпочтений перед началом зимнего сезона 2025/26 гг.

Для достижения цели исследования, были поставлены следующие задачи:

- определить целевую аудиторию (носителей) одежды из натурального/искусственного меха;
- выявить актуальность изделий из меха;
- определить предпочтения потребителей относительно ассортиментных решений в выборе верхней зимней одежды;
- определить предпочтения потребителей в выборе верхней одежды из искусственного/натурального меха;
- изучить предпочтения покупателей по видам натурального меха (норка, песец, каракуль и т. п.);
- выявить предпочтения покупателей в стилевых решениях верхней одежды с использованием меха;
- по формообразующим характеристикам: силуэт, длина;
- по колористическому решению;
- по наличию декоративных решений;
- по использованию фурнитуры.

Методы исследования: опрос-анкетирование

Опрос проводился в табличной форме на электронной площадке Google-форма. В анкетировании принимали участие 156 человек, 76 % респондентов это молодые люди до 29 лет — студенты творческих вузов Москвы и Санкт-Петербурга. Доля респондентов старшего возраста — 21 %, (от 30 до 54 лет) — потенциальные покупатели одежды из натурального меха, имеющие стабильный заработок, обладающие определенным достатком и статусом в обществе (рис. 1 а). Анкета, разработана автором ([приложение 1](#)).

Результаты и обсуждение

В результате опроса-анкетирования, путем автоматической обработки ответов Google-таблица, были сформированы схемы и диаграммы, которые позволили систематизировать ответы респондентов на поставленные вопросы.

Преобладающее большинство респондентов — женщины — 87,2 %, мужчин, принявших участие в опросе — 12,8 % (рис. 1 б).

Большинство респондентов 60,3 % — учащиеся в возрасте до 29 лет, не имеющие стабильного и постоянного заработка, уровень их дохода не превышает 20 тысяч рублей; 12,3 % респондентов с уровнем дохода от 30 до 50 тысяч рублей; 15,6 % респондентов имеют доход от 50 до 100 тысяч рублей, и лишь 10,4 % респондентов с уровнем дохода выше 100 тысяч рублей, которые также являются потенциальными покупателями изделий из натурального меха (рис. 2 а, б).

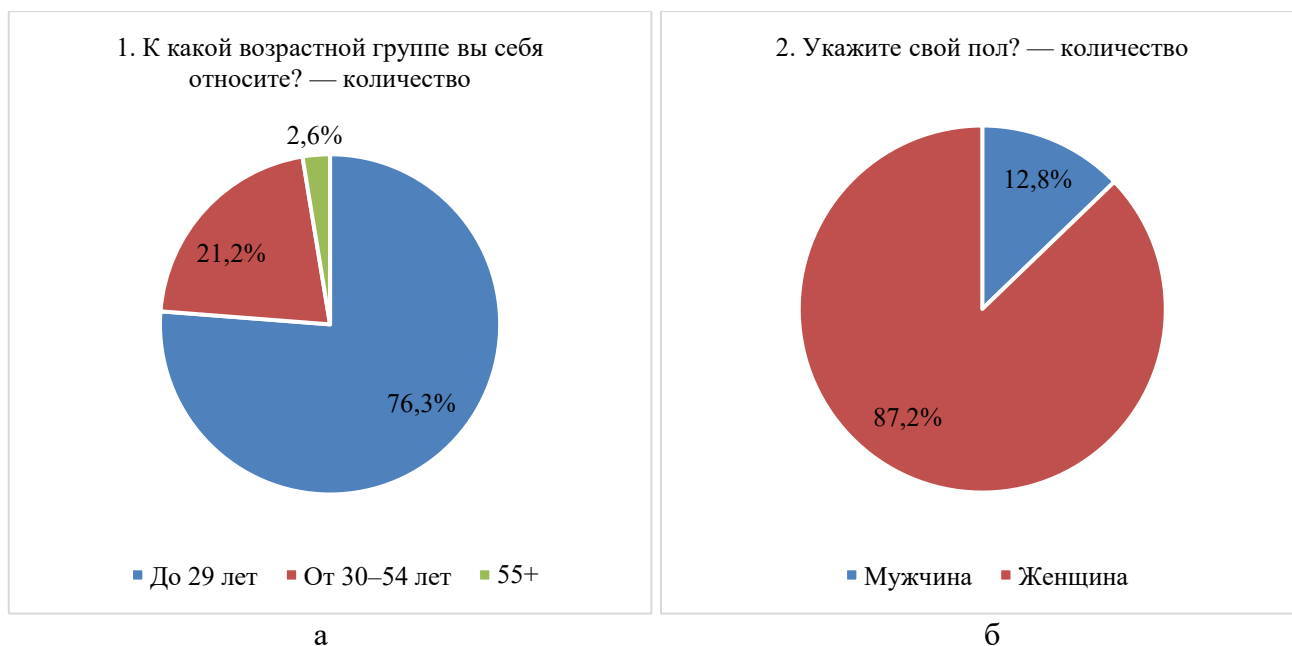


Рисунок 1. Результаты опроса: а — возрастные характеристики респондентов; б — половые принадлежности респондентов (рисунок автора)

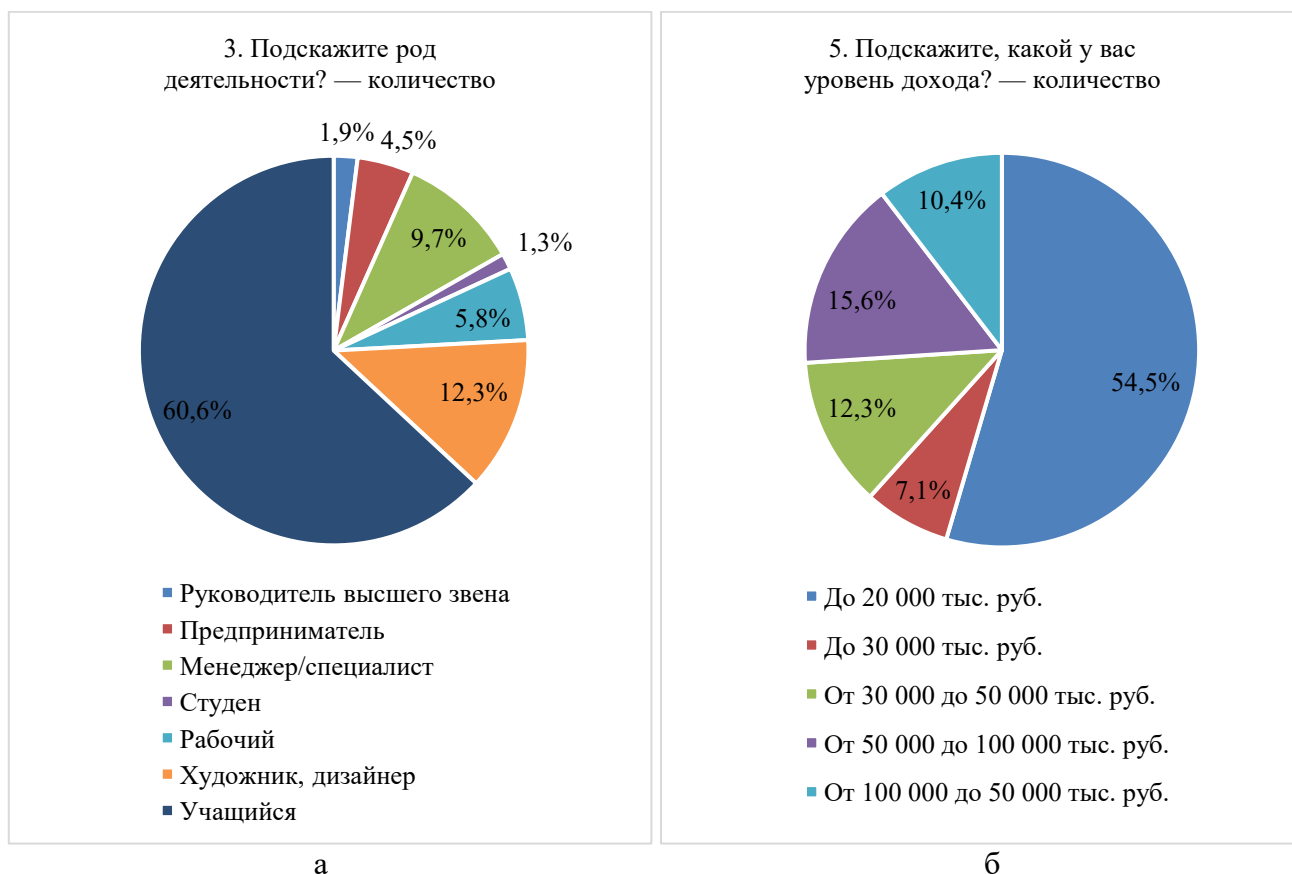


Рисунок 2. Результаты опроса: а — профессиональная деятельность респондентов; б — уровень дохода (рисунок автора)

Территория нашей страны расположена в Европейской части, суровые климатические условия и продолжительная зима, предполагают осознанный выбор верхней зимней одежды. Верхняя одежда имеет фактор высокой цены, соответственно покупки такой одежды не могут

совершаться необдуманно и быстро. Какого было удивление, когда результаты исследования показали: 75 (46,1 %) респондентов, совершают покупки верхней одежды быстро, принимая решение спонтанно и зачастую необдуманно полагаясь на свою интуицию. Лишь 72 (46,2 %) взвешенно и серьезно относятся к приобретению верхней зимней одежды из меха: 40 респондентов (25,6 %), заранее готовятся к покупке, просматривают модные телеграмм каналы, знакомятся с последними тенденциями, цветовой гаммой, следят за модой; читают статьи о моде — 16 респондентов (10,3 %); просматривают рекламные плакаты и модные журналы — 11 респондентов (7,1 %) (рис. 3). На выбор одежды оказывают влияние несколько факторов: климатические условия, возраст, род деятельности, активность. Гардероб носителя зависит от сезонности: весна/лето, одежда преимущественно из хлопка, шелка, льна и вискозы, осень/зима — изделия из полушерсти, шерсти, пуха, из натурального и искусственного меха.



Рисунок 3. Анкета-опрос. Вопрос: «Как вы подходите к покупке верхней зимней одежды?» (рисунок автора)

Стилевые предпочтения в верхней одежде из меха

Согласно проведенному опросу зимнее меховое пальто в повседневном стиле предпочитают — 73,1 % респондентов; деловой стиль — 35,3 %; эклектику в верхней одежде предпочитают — 35,9 %; спортивный стиль — 26,3 %; этнический стиль — 3,2 %, стиль милитари — 5,1 %. Затрудняются в выборе стиля — 6 респондентов — 3,3 %, об отсутствии стиля признался — один человек — 0,6 % (рис. 4).

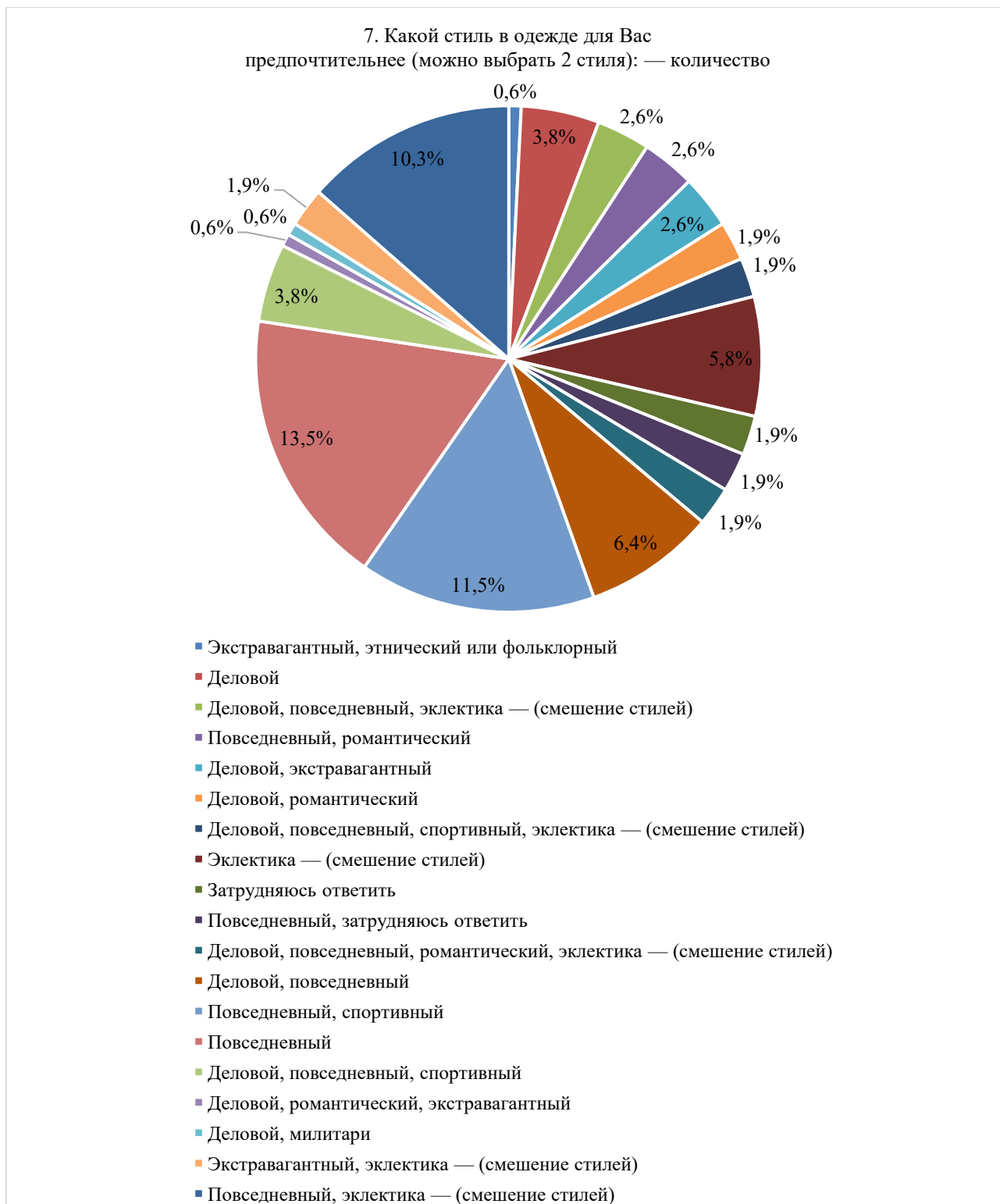


Рисунок 4. Результаты опроса:
«Какой стиль в одежде для Вас предпочтительнее?» рисунок автора

Данные опроса позволяют сделать вывод: с приходом зимы обновляя свой гардероб, респонденты совершают выбор в пользу пухового пальто (с капюшоном с отделкой из натурального меха) — 57 (36,5 %); пальто из натурального меха — 31 (19,9 %); пальто с отделкой из искусственного меха — 29 (18,6 %); зимнее пальто с искусственным наполнителем без меха 57 (36,5); меховое пальто (шубу) — 27 (17,3 %) респондентов (рис. 5).

10. С приходом зимы вы обновляете свой гардероб, приобретая верхнюю одежду. При совершении покупки какой ассортиментной группе Вы отдадите предпочтение? — количество

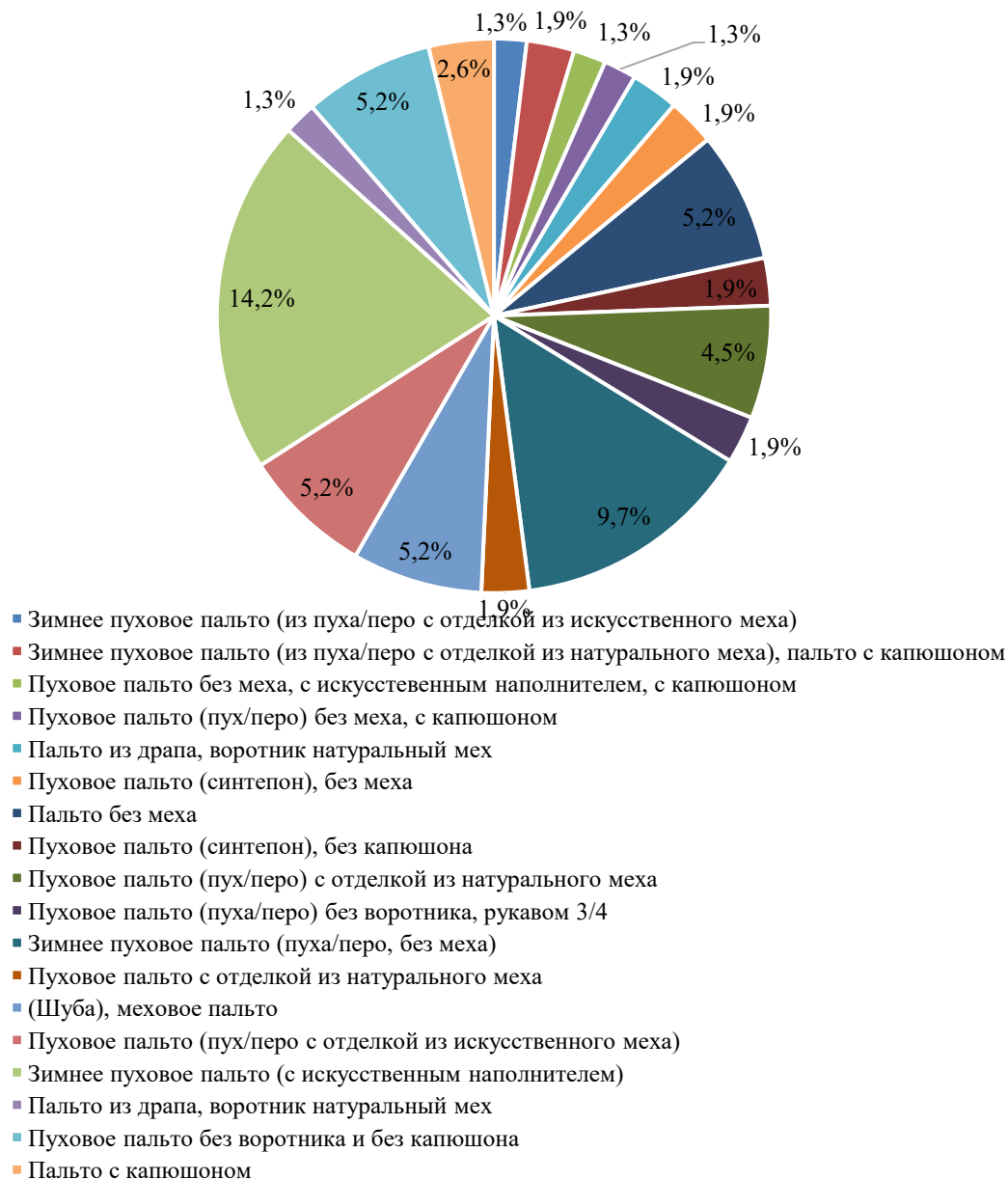


Рисунок 5. Ассортимент верхней зимней одежды и предпочтения респондентов (рисунок автора)



Колористические предпочтения в верхней зимней одежде из меха с учетом теории времен года, основанной на цветотипе внешности

В 70-х годах XX века немецкий ученый и педагог Иоханнес Иттен, разработал теорию времен года [5]. Согласно теории, все люди делятся на четыре типа внешности, каждый из которых соответствует определенному времени года. В каждом времени года свои краски: Осень — золотистые, охристые, оранжево-коричневые, оливковые, терракотовые тона; Зима — холодные голубые, синие, коричневые, с вкраплением чистых цветов; Весна — преимущественно светло-зеленые, желтые, нежные розовые; Лето — преобладание голубых, изумрудно-зеленых, желтых, красных тонов.

Цветотипу «Осень» также как и времени года присущи теплые оттенки. Они выражаются в коже сияющего, яркого цвета, иногда с веснушками на теле; волосы этого типа — рыжие, золотисто-коричневые, каштановые, русо-рыжие. К ярким осенним цветотипам можно отнести актрис театра и кино: Николь Кидман, Амалию Гольданскую, Анну Большову. Цвет глаз цветотипа «Осень» — это сочные зеленые, серо-синие, янтарные, карие оттенки. Природному колориту данного цветотипа идеально подойдут все оттенки осенней палитры — самой теплой и уютной из всех: синие, бирюзовые, все оттенки хаки, оранжево-красные, желтые, цвет топленого молока. Данная цветовая гамма для «Осени» является наиболее гармоничной [4], соответственно смело можно рекомендовать меховое пальто и пальто с деталями из меха в соответствующих колоритах (табл. 1). Аналогично «Осени» происходит проработка и поиск гармоничных сочетаний и других цветотипов (табл. 2, фрагмент).

Таблица 1

Рекомендации по подбору наиболее гармоничных колористических решений верхней одежды из меха цветотипа «Осень»

Осень					
№ п/п	Изображение цветотипа			Гармоничные цвета для цветотипа «Осень»	
1.					
	Николь Кидман	Амалия Гольданская	Анна Большова		
Рекомендации по подбору наиболее гармоничных колористических решений верхней одежды из меха					
					
	а	б	в	г	д
	а — Burberry (https://row.burberry.com); б — Chloé (https://www.chloe.com/ru); в — Brunello Cucinelli (https://shop.brunellocucinelli.com/ru-ru); г — Ottolinger (https://ottolinger.com); д — Khaite (https://www.google.com/search?q=Khaite&oq)				

Теория И. Иттена может быть использована и в подборе верхней одежды из меха, поэтому в опрос-анкетирование был включен вопрос на выявление цветотипа каждого из респондентов (рис. 6).



Осень (Кожа — смуглая или бронзовая; волосы — насыщенно-рыжие, каштановые (шатен); глаза — светло-карие, светло-янтарные, каре-зелёные)

Весна (Кожа — светлая или загорелая; волосы-светлые, светло-русые, рыжеватые; глаза — голубые, светло-зеленые)

Лето (Кожа — очень светлая; волосы — светлые (блонд), светло-русые; глаза — светлые (серо-голубые, серые, серо-зелёные))

Зима (Кожа — светлая; волосы — тёмные (шатен), тёмно-каштановые, чёрные (брюнет); глаза — тёмно-карие, зелёные или синие)

Рисунок 6. Результат опроса: «К какому цветотипу можно отнести Вашу внешность?» (рисунок автора)

Согласно опрос-анкетированию по выявлению цветотипа, было выявлено: к цветотипу «Зима» относят себя 38,1 % респондентов, к цветотипу «Весна» — 24,5 %, цветотипу «Лето» — 20 %, к цветотипу «Осень» — 17,4 %.

Новые технологии, внедряемые в меховое отделочное производство, позволяют получать разнообразный меховой полуфабрикат. Натуральный мех красят, подвергают мелированию, покрывают золочением и серебрением; мех стригут, щиплют, используют голограмму и т.п. Все это для того, чтобы создать уникальные, современные конкурентоспособные изделия. Параллельно с инновационными решениями по обработке натурального мехового полуфабриката активно развивается и совершенствуются технологии по производству искусственного меха, идентичному натуральному. Не профессионалу сегодня очень трудно различить готовые изделия из натурального и искусственного меха, так как они очень похожи. Чтобы отличить натуральный мех от искусственного нужно обладать определенными знаниями и навыками.

При всем многообразии верхней одежды из меха, выявление цветотипа на этапе проектирования коллекции может стать для проектировщика незаменимым помощником в поиске необходимого сырья для разработки уникального дизайна изделия. Анализ гармоничных сочетаний цветотипов даст возможность дизайнеру сформировать необходимую базу данных, руководствуясь которой сократится время на поиск дизайн-концепций в проектировании успешной дизайнерской коллекции. Упростится процесс подбора и проектирования одежды из меха и при работе с индивидуальным заказчиком. Данная модель работы с цветотипами (табл. 1) может быть использована стилистами меховых салонов, бутиков, ателье (табл. 2, фрагмент). По аналогии можно составить таблицы для цветотипа «Зима», «Весна», «Лето» (табл. 2, фрагмент).

Таблица 2

Рекомендации по подбору наиболее гармоничных колористических решений верхней одежды из меха цветотипа «Зима», «Весна», «Лето» (фрагмент)

Цветотип «Зима»	
Гармоничные цвета для цветотипа «Зима»	Рекомендации по подбору наиболее гармоничных колористических решений верхней одежды из меха
	 <p>а, б — Braschi (https://braschi.moscow/collections/collection-23-24/); в — R13 (https://www.r13.com); г — MaxMara (https://ru.maxmara.com); д — Philosophy di Lorenzo Serafini (https://www.bosco.ru)</p>
Цветотип «Весна»	
Гармоничные цвета для цветотипа «Весна»	Рекомендации по подбору наиболее гармоничных колористических решений верхней одежды из меха
	 <p>Примеры фотографий лукбуков коллекций мировых брендов модной одежды с использованием меха: а, б — Marni (https://www.marni.com); в — Givenchy (https://www.givenchy.com); г — Burberry (https://row.burberry.com); д — Etro (https://www.etro.com)</p>
Цветотип «Лето»	
Гармоничные цвета для цветотипа «Лето»	Рекомендации по подбору наиболее гармоничных колористических решений верхней одежды из меха
	 <p>Примеры фотографий лукбуков коллекций мировых брендов модной одежды с использованием меха: а, б — Fendi (https://www.fendi.com); в — Alena Akhmadullina (https://alenaakhmadullina.ru); г — Blumarine осень — зима 2021–2022 (https://blumarine-home.ru)</p>

Таким образом, данные табличные формы-рекомендации, по подбору наиболее гармоничных колористических решений верхней одежды из меха помогут дизайнерам, художникам по костюму, стилистам, не только участвовать в дизайн проектировании одежды из меха для индивидуального потребителя (учитывая его цветотип), но и в разработке полноценных коллекций, нацеленных на промышленное производство, где художественный образ, включает подбор обуви, аксессуаров и текстиля.

Модники и консерваторы и их отношение к меховой моде

С наступлением зимнего сезона подготовкой зимнего гардероба, а в частности приобретением зимней верхней одежды озадачены — 17,3 % респондента, именно они обновляют свой гардероб в начале каждого сезона, это модники, которые стараются не отставать от моды, пристально следят за модными трендами и тенденциями. Более базовые вещи предпочитают неподвластные моде консерваторы — 48,7 %. Выявлено, что 18,6 % респондентов обновляют свой зимний гардероб раз в три года; 15,4 % респондентов кто не интересуются модой, 1 % обновляют свой гардероб один раз в пять лет (рис. 7).

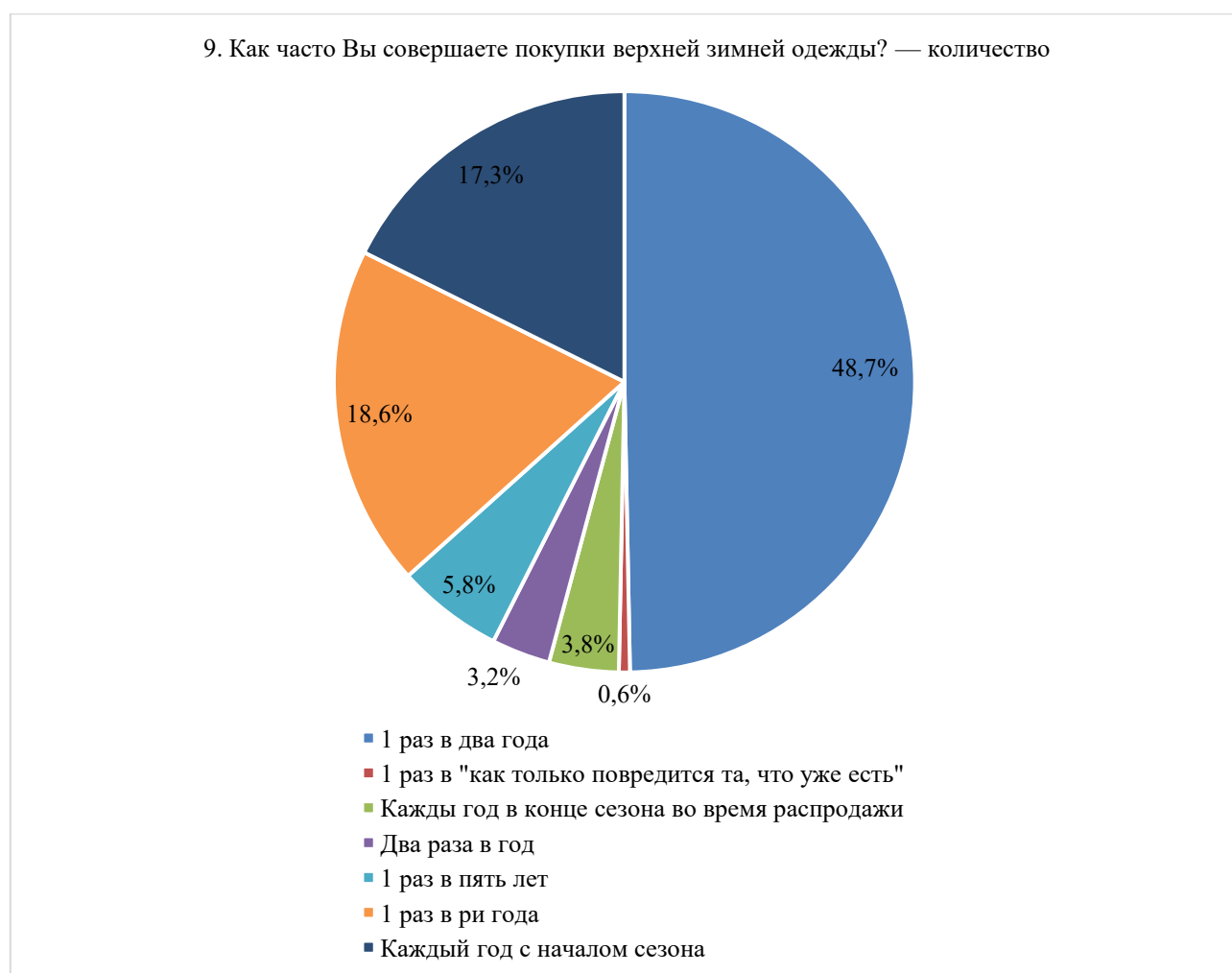


Рисунок 7. Вопрос анкеты:

«Как часто вы совершаете покупки верхней зимней одежды?» (рисунок автора)

Ассортимент зимней одежды разнообразный и расширяется с каждым годом: пальто, полупальто, куртка, меховое пальто, пуховик, дубленка, меховой жилет, безрукавка длиной до щиколотки, обувь, аксессуары, головные уборы (рис. 8).



Рисунок 8. Фотографии лукбуков коллекций мировых брендов модной одежды, дизайнерские коллекции из меха: а — Пальто из драпа (Andrew Gn, Autumn Winter 2021; <https://andrewgn.com/en/collections/autumn-winter-2021>); б — Меховая куртка (Braschi 23/24; <https://braschi.moscow/collections>); в — Меховое пальто (Ports 1961, Autumn Winter 2021; <https://wwd.com/fashion-news/shows-reviews/gallery/ports-1961>); г — Пальто двухстороннее из овчины (Norton, Турция, <https://n-db.ru/katalog/zhenskaya-odezhda>); д — Куртка из дубленой овчины (Alejandra Alonso Rojas, <https://alejandraalonsorojas.com>); е — Куртка (Fendi, <https://vipavenue.ru/product/1111691>)

Ассортиментное разнообразие зимней верхней одежды напрямую зависит от рода деятельности потребителя его активности, увлечений, занятий, темперамента и т. п. Для правильного проектирования гардероба, имиджа (в том числе и проектирования верхней одежды из меха), необходимо использовать диаграмму: наиболее точно распределить в процентном соотношении сферы деятельности и интересы (рис. 9 а б).

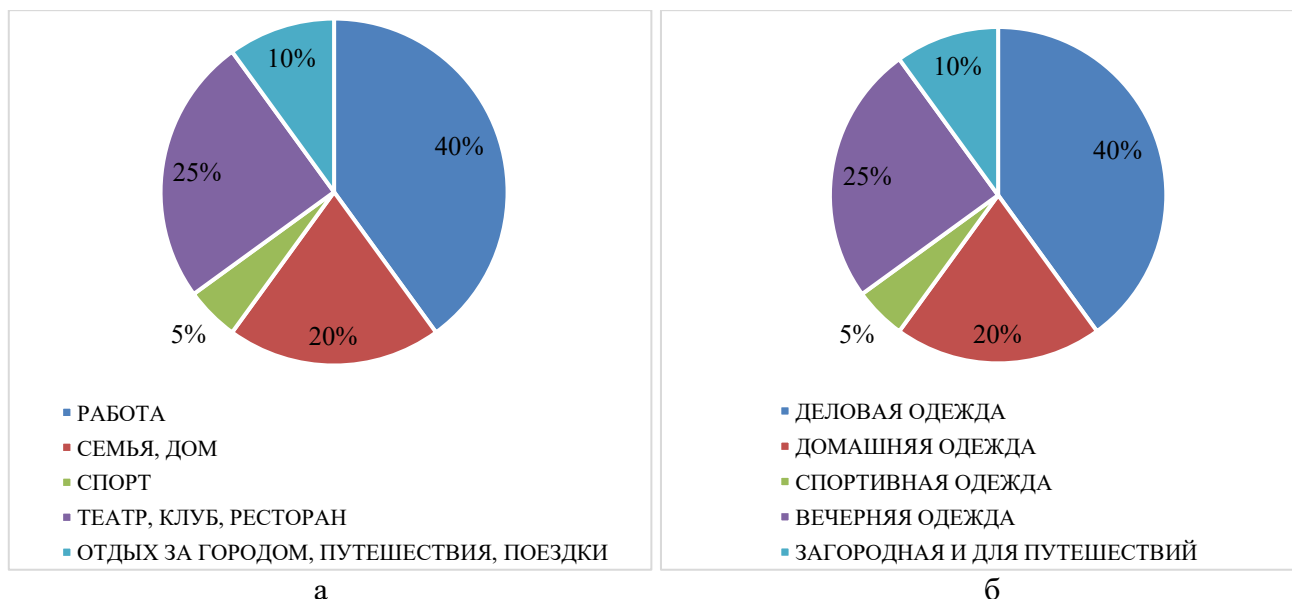


Рисунок 9. Зависимость ассортиментной матрицы носителя и его рода деятельности: а — диаграмма занятости; б — баланс в гардеробе (рисунок автора)

Зимнее время года в России всегда ассоциируется с холодами, морозами, обилием метелей и снегопадов. Последние годы изменение климата в сторону увеличения температуры, способствует переориентации производителей на одежду функционального характера: шубы с двусторонним покрытием, двусторонние меховые пальто и дубленки, съемные и трансформирующиеся меховые элементы. Но несмотря на это, одежда из меха остается модным трендом как у молодежи, так и у людей старшего возраста. Отвечая на вопрос: «Носите ли вы

изделия с использованием меха?» — 42,9 % респондентов ответило положительно (рис. 9 а), из них — 41,6 % предпочитают верхнюю одежду из натурального меха; — 58,4 % из искусственного меха (рис. 9 б). Наиболее востребованным является пальто, так как с ним хорошо сочетается платье, брючный костюм, комплект из блузки и юбки. Большинство, 114 респондентов (73 %) предпочитают приобретать зимнее утепленное пальто с отделкой из искусственного или натурального меха; шубе (меховому пальто) отдадут предпочтение 27 респондентов (17,3 %); пальто без меха выберут 28 респондентов (17,9 %) (рис. 10).

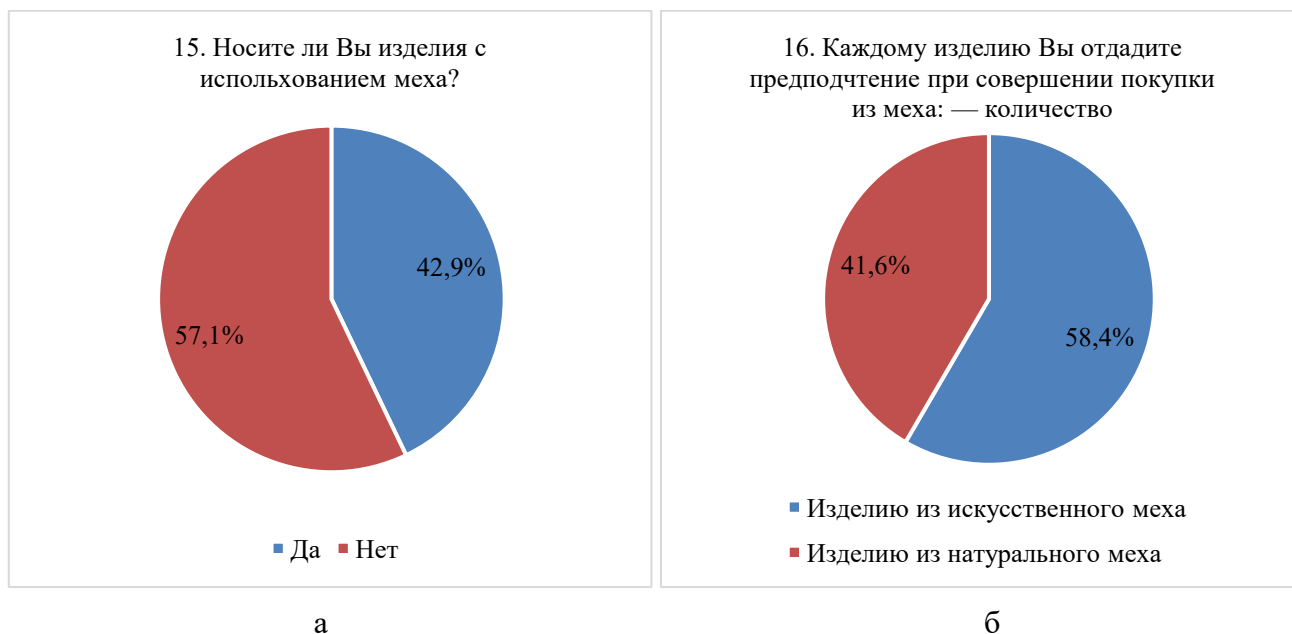


Рисунок 10. Вопрос анкеты: а — «Носите ли вы изделия с использованием меха?»; б — «Какому изделию вы отдадите предпочтение при совершении покупки из меха: изделие из натурального меха; изделие из искусственного меха», (рисунок автора)



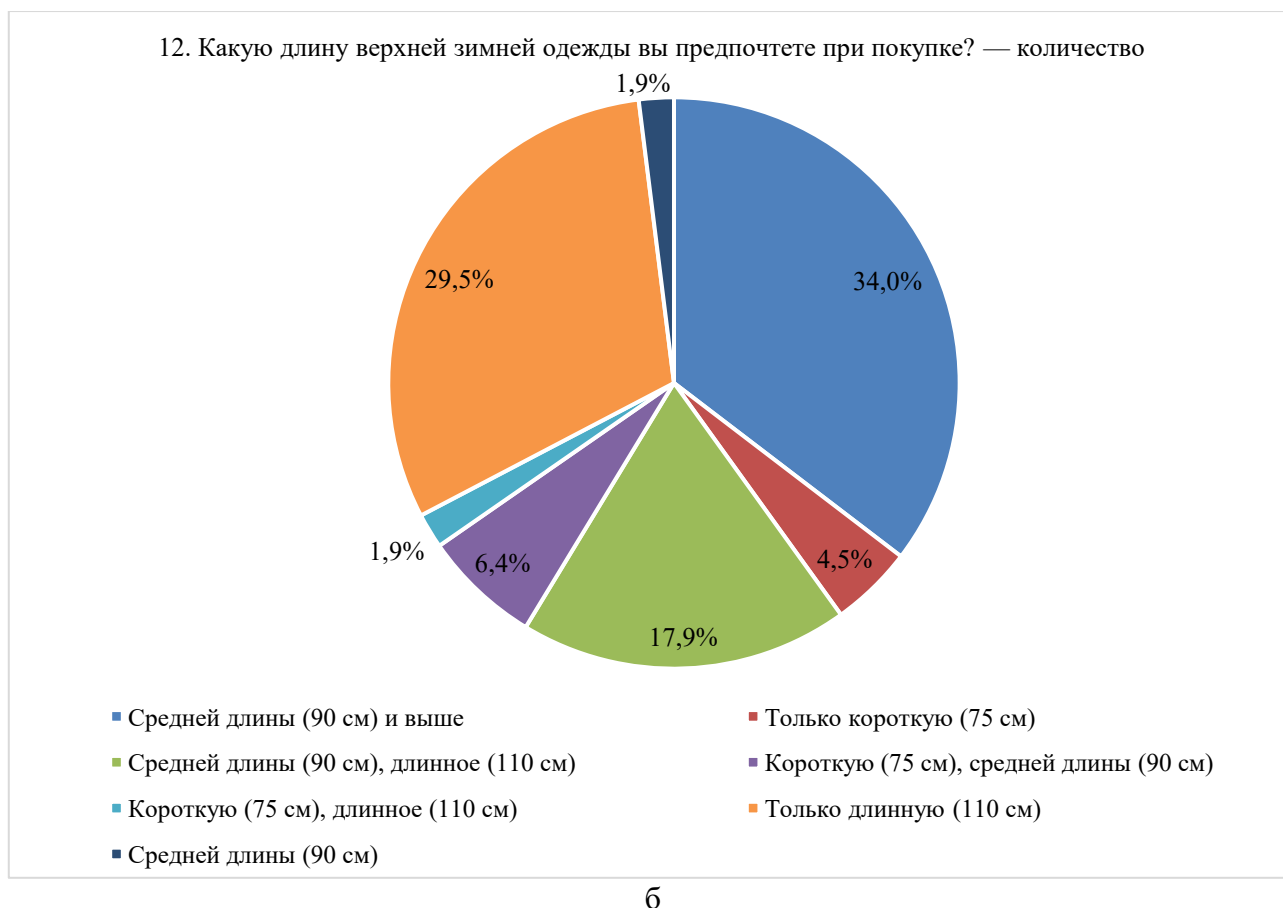


Рисунок 11. Вопрос-анкета: а — «Какой силуэт при выборе верхней зимней одежды для вас предпочтительнее?»; б — «Какую длину верхней зимней одежды вы предпочитаете?» (рисунок автора)

Наиболее распространенной силуэтной формой в верхней одежде является прямоугольник, что подтверждается анкетированием — 113 респондентов (72,4 %); полуприлегающий силуэт предпочитают — 44 (28,2 %); приталенный — 13,5 %; трапециевидный — 15,4 %; овальный — 16 % (рис. 11).

Ассортимент верхней зимней одежды различается длиной изделий: пальто, как правило длиной до колена или чуть ниже 110 см, средней длины 900 см, полупальто 75 см. Согласно анкетированию, наибольшим спросом у респондентов пользуется пальто средней длины — 94 (60,3 %); на втором месте удлиненное пальто — 80 (51,3 %); короткое пальто или пуховик выберут 23 (14,7 %) респондентов (рис. 12 а–г).

Чтобы выявить предпочтения респондентов в анкету был включен вопрос: Сколько изделий верхней зимней одежды в вашем гардеробе? Большинство респондентов указали на наличие в своем гардеробе как минимум трех базовых вещей: пальто, пуховик, куртка; 35 (22,1 %) опрошенных дополнительно имеют меховое пальто (шубу); а 6 (3,8 %) респондентов еще имеют и меховой жилет.

Данный показатель говорит о том, что респонденты ведут активный образ жизни, стремятся к индивидуальности и самовыражению. На каждый определенный случай они имеют готовую капсулу, продуманный, гармонично составленный образ: будь то прогулка, занятие спортом, поход на работу, или посещение театра у них есть продуманный гармонично составленный образ. Гардероб составлен правильно тогда, когда в нем 60 % — базовых вещей, 35 % — ситуативных и 5 % — модных.

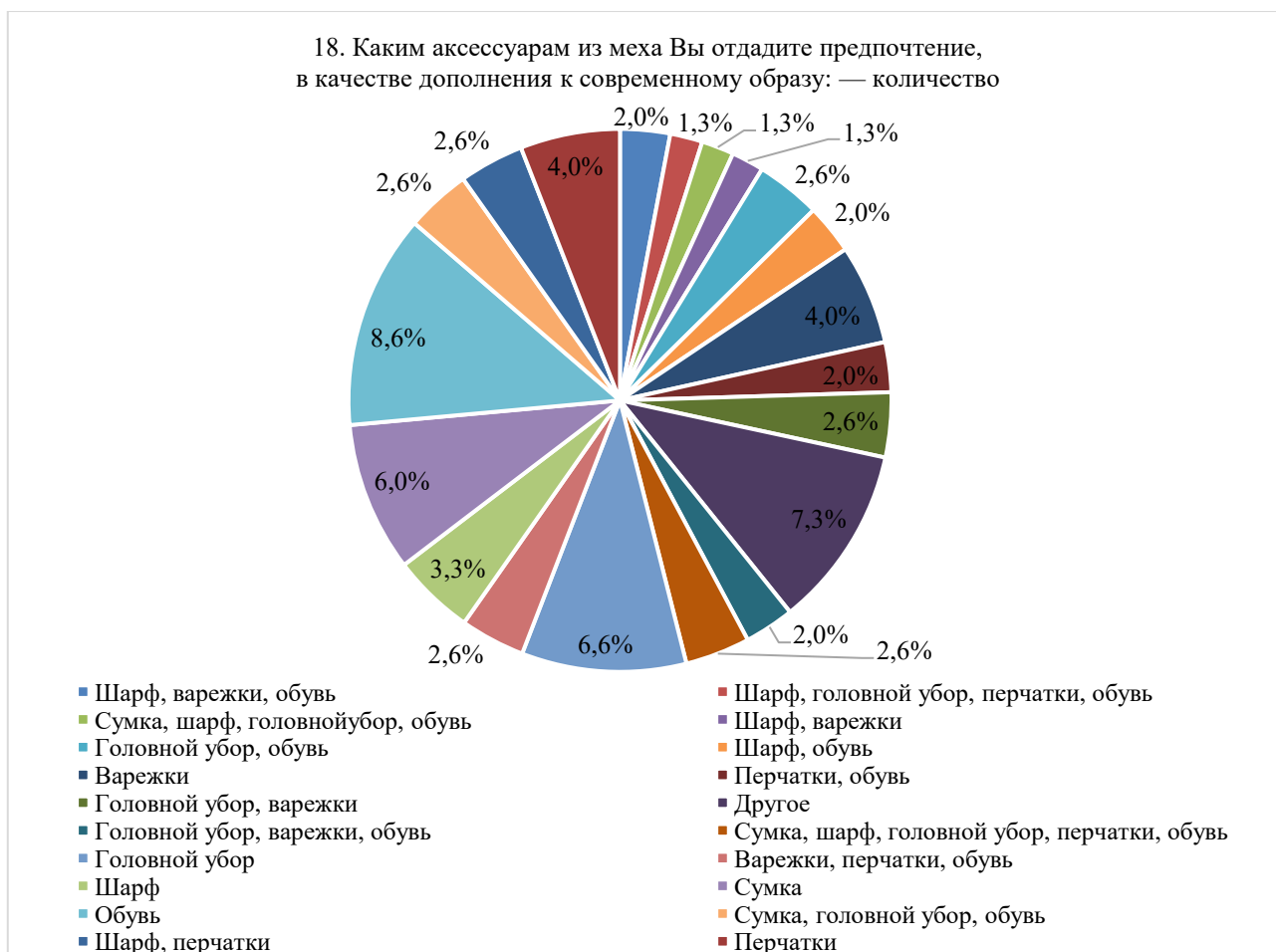


Рисунок 12. Фотографии лукбуков коллекций мировых брендов модной одежды из меха разного ассортимента: а — меховая куртка MiuMiu (<https://www.miumiu.com>); б — меховая шуба Astrid Andersen (<https://www.astridandersen.com>); в — меховое пальто Prada (<https://www.prada.com>); г — меховое полу-пальто Braschi (<https://braschifur.moscow/collection2024-25>); д — цвета базового гардероба (авторский)

Модные тенденции в использовании меха подвержены постоянным изменениям, следовательно, перед художником-проектировщиком встает задача постоянного мониторинга текущих направлений моды. Это включает наблюдение за развитием новых технологий обработки меховых поверхностей разнообразными методами, включая инновационные подходы [6], а также знакомство с современными техниками раскроя. Важнейшей частью исследовательской деятельности является систематическое выявление и детальный анализ запросов целевой аудитории и её предпочтений.



а



б

Рисунок 13. Результаты анкетирования: а — «Из какого натурального меха вы предпочитаете верхнюю зимнюю одежду?»; б — «Каким аксессуарам из меха вы отдадите предпочтение в качестве дополнения к современному образу?» (рисунок автора)

На вопрос: «Какой мех вы предпочитаете?» респонденты ответили следующим образом: наиболее привлекательным и любимым считается мех норки — 66,4 %, соболь — 27,3 %; кролик — 21 %; чернобурка — 11,2 %; каракуль — 11,2 %; шиншилла — 10,5 % (рис. 13 а).

Немаловажное значение в стилистическом решении костюма¹, и имидже, уделяется аксессуарам изготовленным из ценных видов натурального меха, песца, норки, ламы [7; 8] (рис. 13 б). Согласно ответам респондентов многие из них на предстоящий сезон дополняют свои образы аксессуарами из меха: отдадут предпочтение обуви из меха 67 (44,7 %); головной убор выберут 57 (38 %); шарф из меха 48 (32 %); варежки и перчатки 43 (28,7 %) и 42 (28 %); сумку 39(26 %) (рис. 13 б).

При выборе зимнего пальто современный потребитель руководствуется рядом показателей, расположенных по значимости: цена, дизайн изделий из меха, цветовая гамма, оригинальность изделий, наличие декора, изделия из натурального меха, наличие карманов, наличие капюшона [9] (рис. 14). Самым значимым критерием при покупке одежды из меха или одежды с деталями из меха по мнению — 87 респондентов является дизайн изделия, к наличию карманов предрасположен — 81 респондент; колористическим решениям уделяют внимание —

¹ Алибекова М.И. Научные основы интеллектуального художественного проектирования изделий легкой промышленности: специальность 17.00.06 "Техническая эстетика и дизайн": диссертация на соискание ученой степени доктора искусствоведения / Алибекова Мариат Исмаиловна, 2022. — 369 с.

66 респондентов, хотят приобрести верхнюю одежду из натурального меха — 56 респондентов, фактор цены отметили — 45 опрошенных, наличие декора приветствовали бы — 39 человек (рис. 14). Цена, как выяснилось, в результате опроса не имеет решающего значения, покупатель готов покупать товары высокого качества, достойного дизайна из качественных материалов и готов за это платить, заранее зная, что верхняя одежда приобретается не на один сезон и она не может стоить дешево.

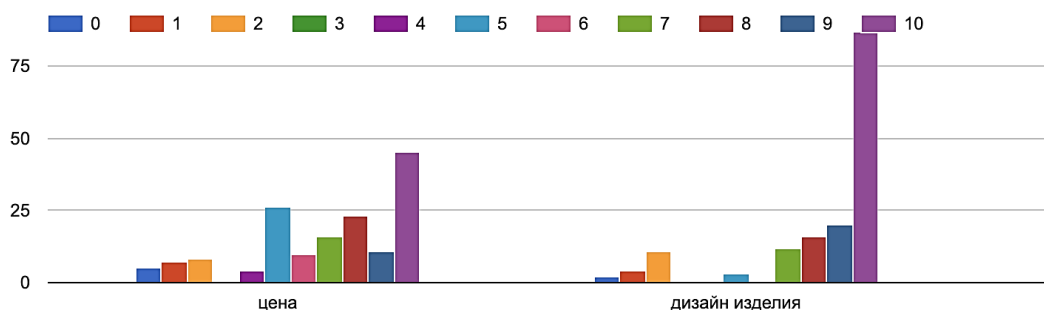


Рисунок 14. Опрос-анкета: «Укажите параметры при покупке верхней одежды из меха по значимости»: 0 — это не значимо; 10 — значимо: цена изделия, дизайн изделия и т. п. (фрагмент) (рисунок автора)

Заключение

В результате проведенного статистического исследования методом опрос-анкетирования с целью выявления потребительских предпочтений верхней одежды из меха, выявлена целевая аудитория потенциальных носителей изделий из меха. Первая группа респондентов, это студенческая молодежь в возрасте от 18 до 29 лет (60,3 %), которая не имеет стабильного дохода, но активно интересуется модой, следит за новыми современными направлениями и тенденциями. При выборе верхней зимней одежды, согласно исследованию, молодые люди предпочтут изделия из меха, руководствуясь альтернативным решением, в выборе одежды из искусственного меха: меховые пальто, полупальто, укороченные куртки с деталями из меха в спортивном стиле. Тенденции мировой моды таковы, что интерес к натуральному меху растет с каждым годом, но и цена на натуральный мех пропорционально возрастает. Сегодня меху натуральному есть альтернативное решение — мех искусственный. Технологии и инновационные процессы позволяют выпускать искусственный мех с большими эстетическими и художественными свойствами. Зачастую найти существенные различия и отличить натуральный от искусственного меха практически невозможно. Искусственный мех намного уступает в цене натуральному меху, поэтому становится более доступным среди молодежи. Изделия из искусственного меха часто с ярким дизайном, с принтами, с длинным ворсом, отвечают вкусам и потребностям молодежи, стремящихся к созданию яркого запоминающегося образа.

Вторая группа респондентов, потенциальных потребителей изделий из меха, это люди с 35–55+ лет, имеющие стабильный доход от 50 до 100 тысяч рублей и выше (26 %). Выбор респондентов этой возрастной категории будет направлен на поиск и приобретение одежды из натурального меха или с отделкой деталями из натурального меха (воротники, манжеты рукавов, капюшоны, головные уборы, аксессуары). Изделия из натурального меха имеют высокую стоимость, но и долгий срок носки. Они более износостойкие, практичные и могут прослужить (при правильном и бережном уходе и хранении многие годы). Натуральный мех всегда был характеристикой статусности владельца, а для нашей страны одежда из натурального меха не просто идеал красоты, но и необходимость, так как ничто лучше не может согреть человека, как одежда из натурального меха.

Актуальность меховой моды подтверждается данным исследованием, так изделия верхнего ассортимента из меха и с меховой отделкой предпочитают 42,9 % респондентов. Наиболее ценным и дорогим является мех соболя, 27,3 % предпочли бы иметь изделия с деталями из меха соболя; самым привлекательным, любимым и распространенным является мех норки, меховому пальто из норки отдадут выбор 66,4 %; кролику 21 %; чернобурке и каракулю 11,2 %. Наиболее распространенным ассортиментным решением зимней верхней одежды, согласно проведенного исследования, является меховое пальто классического прямого силуэта средней длины из меха норки с наличием карманов, капюшона, небольшого количества декоративных элементов. Таким образом, опираясь на выявленные потребительские предпочтения респондентов, художникам-дизайнерам предопределен дальнейший курс адресного проектирования коллекции верхней одежды из мехового полуфабриката.

ЛИТЕРАТУРА

1. Карамазова А.Ю., Алибекова М.И., Колташова Л.Ю. Анализ, социальный прогноз и проектирование — основные этапы разработки авторской коллекции из меха // Инновационное развитие техники и технологий в промышленности (ИНТЕКС-2022): сборник материалов Всероссийской научной конференции молодых исследователей с международным участием, Москва, 18–20 апреля 2022 года / Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство). Том Часть 1. — Москва: ФГБОУ ВО "РГУ имени А.Н. Косыгина", 2022. — С. 147–151.
2. Бакулева А.В., Колташова Л.Ю. Как Россия строит моду будущего // Научные исследования и разработки в области дизайна и технологий: Материалы Всероссийской научно-практической конференции с международным участием, Кострома, 26–28 марта 2025 года. — Кострома: Костромской государственный университет, 2025. — С. 221–224.
3. Гусева М.А., Андреева Е.Г., Али К.К. Проектирование двусторонних изделий из длинноволосой пушнины // Современные инженерные проблемы в производстве товаров народного потребления: Сборник научных трудов Международного научно-технического симпозиума; III Международного Косыгинского Форума, Москва, 20–21 октября 2021 года. — Москва: ФГБОУ ВО "РГУ имени А.Н. Косыгина", 2021. — С. 81-85.
4. Гусева М.А., Колташова Л.Ю., Андреева Е.Г., Алибекова М.И. Анализ современного развития меховой моды // Костюмология. — 2020. — Т. 5, № 1. — С. 10.
5. Иоханнес Иттен. Искусство цвета. Издательство Дмитрий Аронов, 2018, с. 96.
6. Алибекова М.И., Белгородский В.С., Андреева Е.Г. Инновационные технологии в эскизном и художественном проектировании объемных форм костюма // Известия высших учебных заведений. Технология текстильной промышленности. — 2021. — № 3(393). — С. 102–106.
7. Концепция редизайна меховой одежды / Е.Г. Кирьянова, М.А. Гусева, Е.Г. Андреева, В.В. Гетманцева // Товароведение, технология и экспертиза: инновационные решения и перспективы развития: Материалы национальной научно-практической конференции, Москва, 14–15 июня 2018 года. — Москва: ЗооВетКнига, 2018. — С. 175–179. — EDN YHZVUT.

8. Гусева М.А., Колташова Л.Ю., Новиков М.В., Андреева Е.Г., Алибекова М.И., Стрепетова О.А. меховые элементы в дизайне одежды разного ассортимента // Костюмология. — 2020. — Т. 5, № 2. — С. 13.
9. Али К.К., Гусева М.А., Андреева Е.Г. Новый дизайн поверхности меховой одежды // Материалы докладов 54-й Международной научно-технической конференции преподавателей и студентов: Материалы докладов конференции. В 2-х томах, Витебск, 28 апреля 2021 года. Том 2. — Витебск: Витебский государственный технологический университет, 2021. — С. 118–120.
10. Гусева, М.А. Конструктивно-технологические особенности проектирования облегченной меховой одежды / М.А. Гусева, Е.Г. Андреева, К.К. Али // Костюмология. — 2021. — Т. 6, № 1. — EDN UVQCLC.

Koltashova Lyudmila Your'evna

Russian State University named A.N. Kosygin (Technologies. Design. Art), Moscow, Russia

E-mail: lusia987@yandex.ru

RSCI: https://elibrary.ru/author_profile.asp?id=965264

Identification of consumer preferences for fur outerwear as the initial stage in the design of competitive products

Abstract. The purpose of the study is to collect and subsequently analyze data to identify real consumer expectations before the start of the 2025/26 winter season. Scientific work was carried out within the framework of the study of fur as a material widely used by domestic manufacturers of fashionable clothing of various assortment and purpose. Fur («soft gold») is traditionally considered a unique natural wealth of Russia. In the 16th century, it served as a symbol of high status in Russian society, embodying wealth and prosperity. Expensive sable furs were an integral part of ancient Russian wedding ceremonies. The study is based on a social survey, a questionnaire aimed at identifying consumer preferences regarding the choice of fur winter outerwear. The questionnaire was compiled by the author and includes 18 questions. Residents of Moscow took part in the survey, including young people studying creative specialties: artists, designers (Appendix 1). In the course of the study, the following tasks were set: to identify the relevance of the use of fur in the production of outerwear. Determine consumer preferences regarding the range of outerwear. to establish preferences in choosing between faux and natural fur. To study the preferences of buyers in terms of types of fur semi-finished products, methods of their decoration, length, color, style, use of innovative materials, decorative elements and accessories. This data is essential to form the foundational characteristics that enable designers to develop high-quality, in-demand products. Modern innovative technologies ensure the creation of high-quality fur raw materials. Analysis of the aesthetic appeal of fur and the study of consumer preferences will allow you to design competitive outerwear and create original designer collections.

Keywords: winter outerwear; assortment; innovations; natural fur; faux fur; questionnaires; preferences; design; engineering; fashion

Приложение 1

Анкета выявления потребительских предпочтений одежды с использованием меха

(составлена автором)

1. К какой возрастной группе Вы себя относите?
2. Укажите свой пол?
3. Подскажите род деятельности?
4. Укажите регион своего проживания (город, область или край).
5. Подскажите, какой у Вас уровень дохода?
6. Как Вы подходите к покупке верхней зимней одежды?
7. Какой стиль в одежде для Вас предпочтительнее (можно выбрать 2 стиля).
8. К какому цветотипу можно отнести Вашу внешность?
9. Как часто Вы совершаете покупки верхней зимней одежды?
10. С приходом зимы Вы обновляете свой гардероб, приобретая верхнюю одежду.
(При совершении покупки какой ассортиментной группе Вы отдадите предпочтение?)
11. При выборе верхней зимней одежды какой силуэт для Вас предпочтителен?
12. Какую длину верхней зимней одежды Вы предпочтете при покупке?
13. Укажите параметры при покупке верхней зимней одежды из меха (отметьте цифрами по возрастанию, где 0 — это не значимо, а 10 — значимо). (Цена, дизайн, цвет, оригинальность и т. п.)
14. Сколько изделий верхней зимней одежды в вашем гардеробе? (Выбрать из предложенных вариантов: куртка, пальто, меховой жилет ... и т. п.).
15. Носите ли Вы изделия с использованием меха?
16. Какому изделию Вы отдадите предпочтение при совершении покупки из меха?
(Изделию из натурального меха, изделию из искусственного меха).
17. Какой натуральный мех Вы предпочитаете? (Норка, соболь, шиншилла и т. п.).
18. Каким аксессуарам из меха Вы отдадите предпочтение, в качестве дополнения к современному образу? (Сумка, шарф, головной убор и т. п.).