

УДК 685.34

ТРАНСФОРМАЦІЯ ЕЛЕМЕНТІВ КОНСТРУКЦІЙ ВЗУТТЯ «ОТ КУТЮР» В МОДЕЛЬНИЙ РЯД СЕРІЙНОГО ВИРОБНИЦТВА

Студ. А.М. Ковальчук, гр. МгВ-17
Наукові керівники проф. С.С. Гаркавенко
ас. Н.М. Борщевська

Київський національний університет технологій та дизайну

Мета і завдання. Мета роботи полягає у з'ясуванні суті трансформації елементів конструкцій взуття «от кутюр» в модельний ряд серійного виробництва та визначення методів та критеріїв оцінювання. Це слугуватиме аналітичною базою для обрання ефективних засобів управління конкурентоспроможністю на цільовому конкурентному ринку, де споживачі впливають на інтереси конкуруючих підприємств і це, як наслідок, приводить до зниження цін, підвищення якості продукції, розширення її асортименту, впровадження інновацій та збільшення кількості товарів, які споживаються. Саме тому обрана тема є досить актуальною, відрізняється певними закономірностями, де один із методів підвищення конкурентоспроможності і креативності – це трансформація елементів конструкцій взуття «от кутюр» в модельний ряд серійного виробництва. Тому що, сегмент взуття «от кутюр».

Об'єкт та предмет дослідження. Об'єктом дослідження є особливості та властивості методів та засобів, які пояснюють актуальність трансформації елементів конструкцій взуття «от кутюр» в модельний ряд серійного виробництва. Предметом дослідження є теоретичні та практичні значущі особливості взуття «от кутюр» та модульного ряду серійного виробництва.

Методи та засоби дослідження. Було розглянуто усі сегменти та досліджено взуття «от кутюр» – це бренди люксового сегмента, вироби яких завжди характеризуються авторською роботою, унікальністю, складністю виготовлення, переважно ручного, найкращим якістю матеріалів, вони є найдорожчою лінією, яка формує тенденції і смаки споживачів. Деякі ідеї високої моди в спрощеному і пристосованому для повсякденного життя вигляді переходять в пре-а-порте - це являє собою готовий дизайнерський одяг, характеризується більш дешевими матеріалами і більш низькою ціною. Головною її рисою є схожість дизайну з дизайном від кутюр і прет-а-порте де люкс, а відмінність від моделей від-кутюр - це те, що моделі шийються за стандартними мірками і масово продаються в бутиках і магазинах. Дифузні лінії-«лінії поширення», - друга і третя лінії випуску одягу, перехідні між класом «преміум» і менш престижними. Існує думка про те, що дифузні лінії приносять дизайнерським брендам високий дохід і захищають бренд від попадання в розряд мас-маркету, будучи своєрідним проміжним ланкою між прет-а-порте і широким вжитком.

У процесі дослідження були розглянуті наступні завдання:

- аналіз механізму роботи індустрії моди, а також класифікація брендів за сегментами;
- корисність для потенційного покупця (споживча вартість або здатність задовольнити вимоги, що пред'являються до даного типу і виду товару з боку споживача; це може бути критерії зручності, якості, дизайну, матеріалів, довговічність);
- інноваційність продукції (введення важливої для покупця новизни у товар, що робить його оригінальним (ексклюзивним));

**Сучасні матеріали і технології виробництва виробів
широкого вжитку та спеціального призначення**
Конструювання виробів із шкіри

- критерій конкурентоспроможності товару – це якісна та (або) кількісна характеристика продукції, що виступає основою для оцінки її конкурентоспроможності;
- організаційні критерії (умови збуту, якість обслуговування і після продажну діяльність).

Наукова новизна та практичне значення отриманих результатів. Удосконалена була сформована матриця паралельної трансформації цін та конструктивних особливостей виробів. Вперше наведена таблиця порівняння рівня цін та таблиця, де наведені можливі напрямки трансформацій моделей в «от кутюр» - прет-а-порте.

З урахуванням даних умов було сформовано попит на трансформацію елементів конструкцій взуття, який підвищить рівень конкурентоспроможності вироблених товарів або просто дасть змогу перейти із сегмента «от кутюр» в модельний ряд серійного виробництва. Одже, доцільність вибору методу трансформації є справедливо обгрутованою. Довести це твердження може також розглянутий приклад трансформації відомого взуттєвого дизайнера Крістіана Лабутена, а саме його цінову політику.

Ще один аналіз, підтвердив, що існують мільйони охочих купити одяг від відомих брендів, а фінансові можливості у всіх різні, тому сучасним кутюр'є вигідно випускати другі лінії одягу. Головне, щоб манера і почерк майстра в даному випадку залишалися колишніми, а стиль і філософія бренду не змінювалися.

Результати дослідження. Взуття одна з найважливіших речей, що становлять імідж і образ людини. Потреби споживачів у взутті постійно зростають і змінюється їх характер. Набула подальшого розвитку думка, про те, що для того, щоб ціна виробів була більш демократичною, треба використовувати тканини з більш простим складом та автоматизувати технологію виробництва. Таким чином, можна розраховувати на покупку якісної продукції, виконаної відповідно до вимог відомого бренду та урахуванням особливостей бренду, за доступною ціною.

Висновки. Досліджено та проаналізовано результати вивчення поведінки споживачів взуття дозволяють підтвердити появу нових тенденцій на ринку: тенденції до підвищення вимог щодо якості при невисокій ціні зростають; вплив моди посилюється; сезонні особливості поведінки споживачів стираються. Це в котре підтверджує, що ідея трансформації елементів конструкцій взуття «от кутюр» в модельний ряд серійного виробництва, одне з найкращих рішень, яке не тільки буде трендовим та практичним, а ще й дасть змогу отримати споживачів з інших сегментів, одночасно підвищуючи свою конкурентоспроможність.

Ключові слова. Взуття «от кутюр», серійне виробництво, прет-а-порте, трансформація елементів, модельний ряд.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Козлова Т. В. Основы художественного проектирования изделий из кожи. / Т. В. Козлова. – М. : Легпромбытиздат, 1987.
2. Полторац В.А. Маркетинговые исследования. - Дніпропетровськ: ДУЕП, 2002.
3. Медведев В. Ю. Сущность дизайна: теоретические основы дизайна : учеб. пособие. / В. Ю. Медведев. – 3-е изд., испр. и доп. – СПб.: СПбГУТД, 2009. – 110 с.
4. Линч А., Штраусе М.Д. Изменения в моде. Причины и следствия. - Мн.: Гревцов Паблицер, 2009.