

ПРИДБАННЯ ПРЕДМЕТІВ ОДЯГУ СТУДЕНТАМИ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

Розкрито сутність проблеми ставлення студентів до предметів одягу. Показано ступінь актуальності даної проблеми. Проаналізовано результати соціологічного дослідження. Запропоновано практичні рекомендації щодо шляхів вирішення даної проблеми.

Ключові слова: предмет одягу, стиль, соціальний статус.

Abstract

The essence of the problem of students attitudes towards garments. Shows the degree of relevance of the problem. We analyzed the results of sociological research. Practical recommendations on how to solve this problem.

Keywords: subject of clothes, style, social status.

Вступ

Одяг є сукупністю предметів (з тканини, хутра, шкіри), якими покривають (одягають) тіло людини, отже одяг відіграє значну роль нашому житті. Гарний одяг уже давно став невід'ємним атрибутом щасливого життя будь-якої людини. Як засвідчує дослідження, яке проводив Всесвітній банк, українці витрачають лише 4% свого бюджету на одяг. Вітчизняні соціологи вважають, що близько 10% власних коштів громадяни готові витратити на одяг. Більшість студентів вдягаються у імпортний дешевий одяг, тому що китайсько-турецький ширвжиток відноситься до товарів з неприйнятно високим рівнем цін та низькою якістю. Зрештою середньостатистичні українці обирають «конфіскати» одягу та секонд-хенди [1].

Таким чином, існує проблемна ситуація [2], яка полягає в протиріччі між безпечним, якісним і новим одягом, який не приносить шкоди людині але є дорогим по собівартості, та дешевим неякісним одягом, який може завдати великої шкоди здоров'ю. Він може бути придбаний на секонд-хендах, так званих «конфіскатах» та інших торгових точках.

Результати дослідження

В ході даного соціологічного дослідження було опитано 30 осіб. Серед них 26 осіб (87%) - представники чоловічої статі і 4 (13%) - представниці жіночої статі. Віком 18 років - 2 осіб (7%), 19 років - 13 осіб (43%), 20 років - 14 осіб (47%), 21 рік - 1 особа (3%). Місцем проживання до вступу у ВНЗ для 18 чоловік (60%) було місто, для 7 чоловік (23%) – село, для 3 чоловік (10%) – обласний центр і для 2 чоловік (7%) – СМТ.

В ході даного соціологічного дослідження були отримані наступні результати:

На запитання оцінити важливість таких складових, як зручність, якість, стиль та сексуальність, статистика свідчить, що зручність в одязі є максимально важливою для більшості студентів (70%), якість є максимально важливою складовою одягу для 43% і важливою теж для інших 43%, стиль є для 30% максимально важливим, 7% – важливим, 23% – нейтральне відношення до стилю, 23% не важливо і 17% максимально не важливо. Сексуальність по результатам опитування є нейтральною складовою при виборі одягу для 40%, 33% вважає важливою, 29% – максимально важливою. Середня оцінка важливості зручності одягу з результатів дослідження (від 1 до 5) становить 4,5; якості – 4,2; стилю – 3,1; сексуальності – 3,7. Це свідчить про те, що переважна більшість орієнтується на зручність в одязі, дещо менше на якість, хоча стиль та сексуальність теж відіграють значну роль при виборі одягу.

На питання, чи надаєте Ви перевагу натуральним тканинам, більшість респондентів (73%) відповіли – так, 10% відповіли – ні, та для 17% це не має значення. Це свідчить про те, що для молоді велику увагу звертає саме на якість одягу.

Велика частина не орієнтується на переваги віросповідання при виборі одягу (87%), 7% вибирає одяг, який не суперечить релігійним нормам, для 3% релігійна символіка просто частина стилю і ще 3% придбають річ, незважаючи на норми релігії. Це є очікуваний підсумок даного спостереження, адже сучасна молодь мало уваги приділяє релігії та віросповіданню.

Основною проблемою при виборі одягу більшості студентів (64%) є економічна неспроможність придбати речі, які подобаються. 23% вважають основною проблемою вибір власного стилю і тільки 13% – якість та зручність.

Значна частина опитаних (70%), обираючи свій стиль, віддає перевагу зручному одягу, який буде подобатись не зважаючи на думку інших. 13% слідкує за модою, 10% користується допомогою старших персон і 7% купує одяг схожий на одяг друзів. Це свідчить про те, що пріоритетним при виборі одягу молоді є комфорт і зручність, не зважаючи на думку інших оточуючих персон.

У способі оновлення гардеробу думка більшості розділилась на покупку одягу відомих брендів у фірмових магазинах (31%) та покупку одягу на ринку (36%). 19% купує одяг на секонд-хенді, 11% купує одяг лише тоді коли є розпродажі і 3% сама(сам) шие в ательє собі одяг. Як бачимо, є значна частина студентів, у яких є економічна спроможність купувати речі дорогих брендів, інша частина студентів використовує для придбання ринки та секонд-хенди.

Переважає більшість (64%) купує одяг коли виникає велика необхідність, 23% заощаджує на купівлі одягу і 13% купує все що захоче і скільки захоче. Це означає, що покупка одягу є мало пріоритетною частиною серед усіх потреб в житті студента.

87% студентів має улюблений одяг, у якому відчуває себе комфортно і 13% подобається майже кожного дня одягатись у нові речі. Даний результат, свідчить про те, що студенти віддають перевагу улюбленому одягу повсякденно.

Важливість проблеми одягу у житті студенти оцінюють на 6 балів з 10.

47% студентів мають у своєму гардеробі діловий костюм і 63% з них одягають костюм декілька разів на рік, 31% – раз у рік і 6% кожного тижня. Це свідчить про те що кожний другий студент готовий представити себе у діловому стилі, якщо у цьому виникає необхідність.

До появи у спортивному одязі на навчаннях у ВНЗ студенти ставляться нейтрально, у пляжному більш негативно, не формальному – нейтрально, діловому – позитивно. Середня оцінка ставлення до перелічених видів одягу з результатів дослідження (від 1 до 5) становить: для спортивного одягу – 2,5; для пляжного одягу – 2; для не формального одягу – 3,3; для ділового одягу – 3,9. Це свідчить про те що, кожен студент розуміє, що при відвідуванні ВНЗ потрібно максимально притримуватись ділового стилю одягу, але в реальності це виглядає зовсім не так.

В ході аналізу, об'єднавши ознаки місця проживання до вступу в ВНЗ і способи оновлення гардеробу, ми склали таблицю двовимірного розподілу ознак, і отримали наступні результати:

1. 13 чоловік (43% опитаних) заявили, що купують одяг на ринку, з них 6 опитаних (46%) мали місцем проживання село і 6 опитаних (46%) місто, 1 опитаний (8%) – СМТ;

2. 11 чоловік (37% опитаних) заявили, що купують одяг відомих брендів у фірмових магазинах, з них 8 опитаних (73%) з міста, 2 опитаних (18%) з обласного центру і 1 опитаний (9%) з села;

3. 4 чоловіка (13% опитаних) заявили, що купують одяг на розпродажу, усі з них проживали раніше у місті (100%);

4. 7 чоловік (23% опитаних) відповіли, що купують одяг на секонд-хенді, серед них 4 чоловіка (57%) з села і по одному чоловіку відповідно з СМТ(14%), міста (14%) та обласного центру (14%).

5. 1 чоловік (3%) сам шие одяг, який раніше проживав у селі.

В ході аналізу питань було виявлено, що майже половина опитаних купує одяг на ринку, з них половина опитаних належить до сільської місцевості і половина до міської. Третина опитаних купують одяг у відомих брендів переважно міської місцевості і також незначна частина відвідує секонд-хенди, це говорить про те, що місце проживання впливає на соціальний та економічний статус молоді при виборі одягу, і є проблема недоступності широких можливостей придбання одягу людьми сільської місцевості.

В ході дослідження була висунута гіпотеза [2] про те, що більшість респондентів не мають можливості до придбання предметів одягу, мало приділяють увагу цьому питанню на фоні інших, за їх думкою важливіших, проблем і соціальний статус особистості впливає на одяг особистості незалежно від місця її проживання.

Ця гіпотеза підтвердилась частково, тому що по підсумках опитування можна визначити, що велика частина студентів купує одяг при великій необхідності (63%), заощаджує на одязі, а також осно-

вною проблемою є економічна неспроможність придбання предметів одягу (63%). Половина студентів задумується над проблемою одягу, але не вважають її сильно важливою (50%) . По даних опитування для більшості респондентів, які проживали і в сільській і в міській місцевості, джерелом придбання одягу слугує ринок (43%), хоча для міської місцевості більш притаманною є покупка брендового одягу у фірмових магазинах (72%), тобто для даного питання гіпотеза підтвердилась частково.

Для покращення проблеми порушеної в даному дослідженні потрібно:

1. Покращувати економічне становище студентів, щоб молодь мала фінансову можливість придбання більш якісних речей.

2. На основі соціально-психологічних аспектів, виявлених в даному дослідженні, потрібно розробити правильну маркетингову стратегію для даної категорії споживачів в умовах важкого економічного становища в країні, адже молодь є найбільшим споживачем товару даної категорії.

3. Розробити практичні рекомендації за якими, кожен студент мав би змогу визначитись зі своїм стилем в одязі, зрозуміти доступні та оптимальні способи процедури правильного та економічно спроможного способу оновлення своїх предметів одягу [3].

Висновки

Проводячи дане соціологічне дослідження було опитано 30 респондентів, які є студентами ВНЗ вікової категорії 18-21 рік, з метою з'ясувати ставлення даної категорії суспільства, а саме молоді, до проблеми вибору предметів одягу. Це питання є досить актуальним у житті сучасної молоді і є невід'ємною частиною адаптації у суспільстві. В результаті даного дослідження було виявлено основні проблеми, які виникають в процесі придбання предметів одягу, а також розроблено практичні рекомендації по вирішенню даної проблеми.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Фалько Л.Ю. Індивідуальний стиль в одязі молоді / (Конспект лекцій). редактор: Александрова Л.И – 2002.

2. Соціологія: терміни, поняття, персоналії. Навчальний словник-довідник / За заг. ред. В.М.Пічі. – К.: Каравела, 2002. – 480 с.

3. Слободянюк А.В. Проблеми адаптації студентської молоді у вищому навчальному закладі (за результатами соціологічного дослідження) [Текст] / А.В.Слободянюк // Гуманізм та освіта. Збірник матеріалів міжнародної науково-практичної конференції, м.Вінниця, 21-23 вересня 2004 р. В 2-х томах. – Вінниця: УНІВЕРСУМ-Вінниця, 2004. – Т. 2. – С. 247

Кримчук Богдан Валерійович — студент групи ІСІ-13б, факультет комп'ютерних систем і автоматизації, Вінницький національний технічний університет, Вінниця.

Науковий керівник: **Анатолій Володимирович Слободянюк** – к. соц. н., доцент кафедри суспільно-політичних наук, науковий керівник лабораторії соціологічних досліджень Вінницького національного технічного університету, м. Вінниця.

Крымчук В. В. — student group ІSI-13b, Faculty of Computer Systems and Automation, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia.

Supervisor: **Slobodyanyuk Anatoly V.** - PhD in Sociology, assistant professor of social and political sciences, scientific director of the laboratory of sociological researches Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia