

Рябчикова К.М. (ДТ-ПОД15 мг)

АКТУАЛЬНІСТЬ ВПРОВАДЖЕННЯ ЕМПАТИЧНОГО ДИЗАЙНУ В УКРАЇНІ

Україна знаходиться на стадії економічного розвитку та стратегічно направлена на європейський ринок, що автоматично означає відкриття українського ринку для Європи. З іншого боку, Україну охопила дешева продукція, що також впливає негативним чином на розвиток локальних брендів легкої промисловості. Крім того, Українці персонально не відчують впливу швидкої моди, та більшість населення асоціює належність до цього класу споживачів як привілей та наближення до європейського рівня життя. Ще один фактор це апатія по відношенню до зміни клімату. Знаходячись в середній полосі помірного клімату, українці не відчують недостатність води або глобальне потепління чи забруднення навколишнього середовища текстильними відходами.

Таким чином, з'явилася необхідність впровадження нових дизайн систем, що зможуть задовольнити потреби споживачів та в той же час не будуть негативно впливати на навколишнє середовище чи розвиток локальних брендів. Емпатичний дизайн було визначено як головний та найбільш дієвий компонент в цьому процесі.

Мету роботи було визначено як,: теоретичне обґрунтування, розробка та експериментальна перевірка процесу імплементації емпатичної складові в дизайн процес розробки одягу.

Об'єкт дослідження: імплементація емпатичного дизайну в контексті споживачів з середнім та низьким достатком.

Предмет дослідження: емпатичний дизайн як базовий елемент впровадження нової дизайн-моделі для розвитку локальних брендів України.

Методологія дослідження. Для формування бази дослідження було проаналізовано літературу з теми та наявні статистичні дані. Для імплементації моделі в конкретне середовище було розроблено опитування комбінованої форми з відкритими та закритими питаннями.

Для розроблення моделі емпатичного дизайну та збору первинної інформації, було розроблено опитування з відкритими та закритими відповідями. Основна цільова аудиторія – українська молодь 20-30 років з середнім та низьким достатком. Для визначення паттерну покупця було розроблено питання щодо звичок в покупках та частоти шопінгу; для визначення обізнаності щодо етичної моди було розроблено питання щодо інтересу до текстилю, країни виробника та перероблення одягу; для визначення готовності до радикальних інновацій було запропоновано питання щодо відношення до молодих українських брендів, відношення до національних стартапів тощо. Емпатичний дизайн та інші складові будуть розроблені за результатами оброблення опитувань та визначення паттерну. Всі теоретичні розробки в подальшому будуть практично апробовані для підтвердження або спрощення результатів дослідження.