



РОССИЙСКИЙ  
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ  
СОЦИАЛЬНЫЙ  
УНИВЕРСИТЕТ



ПРЕЗЕНТАЦИЯ К  
СЕМИНАРСКОМУ ЗАНЯТИЮ №  
12 ПО ДИСЦИПЛИНЕ  
«ЭКОНОМИЧЕСКАЯ  
СОЦИОЛОГИЯ И СОЦИОЛОГИЯ  
ТРУДА»

## ТЕМА: ПОТРЕБЛЕНИЕ ОДЕЖДЫ

Выполнили: Масягина В., Лебедев Н.  
Студенты группы Соц-4-2

# ФУНКЦИИ ОДЕЖДЫ ДЛЯ ЧЕЛОВЕКА

## Потребность в поддержании нормального температурного режима

- Принцип выбора одежды по **«принципу полезности»** Джеймса Лавера. Эта функция, являющаяся первичной по отношению к **социальной функции одежды**. Без красивой одежды обходятся многие, но без одежды, спасающей от воздействия внешней среды не может продержаться никто



# ФУНКЦИИ ОДЕЖДЫ ДЛЯ ЧЕЛОВЕКА

## Функция поддержания символического взаимодействия людей

- Одежда как **знак**: она несет на себе отпечаток статусной позиции человека. Очень часто одежда отражает социально-экономическое положение индивида
- Одежда как **СИМВОЛ** - сознательно конструируемый знак. Человек отбирает вещи, которые с его точки зрения символизируют что-то такое, что он хотел бы сказать о себе
- Одежда как **коррекция фигуры**
- **Униформа** как одежда, жестко привязанная к статусу, навязываемая человеку



# МОДА



На образ поведения и **потребления** человека влияет **МОДА**.

- ✓ **Мода** – это временное господство определенного стиля в какой-либо сфере жизни. Изначально она создавалась в элитных слоях общества для того, чтобы подчеркнуть свое отличие от толпы
- ✓ Потребление в современном мире основывается на представленных готовых объектах массового производства во всех его аспектах

# ИСТОРИЯ ИНДУСТРИИ МОДЫ

**1890-1960:** мелкий бизнес по производству модной одежды и аксессуаров превращается в массовое производство и становится **индустрией**, включающей в себя:

- Производство
- Сбыт
- Потребление товаров



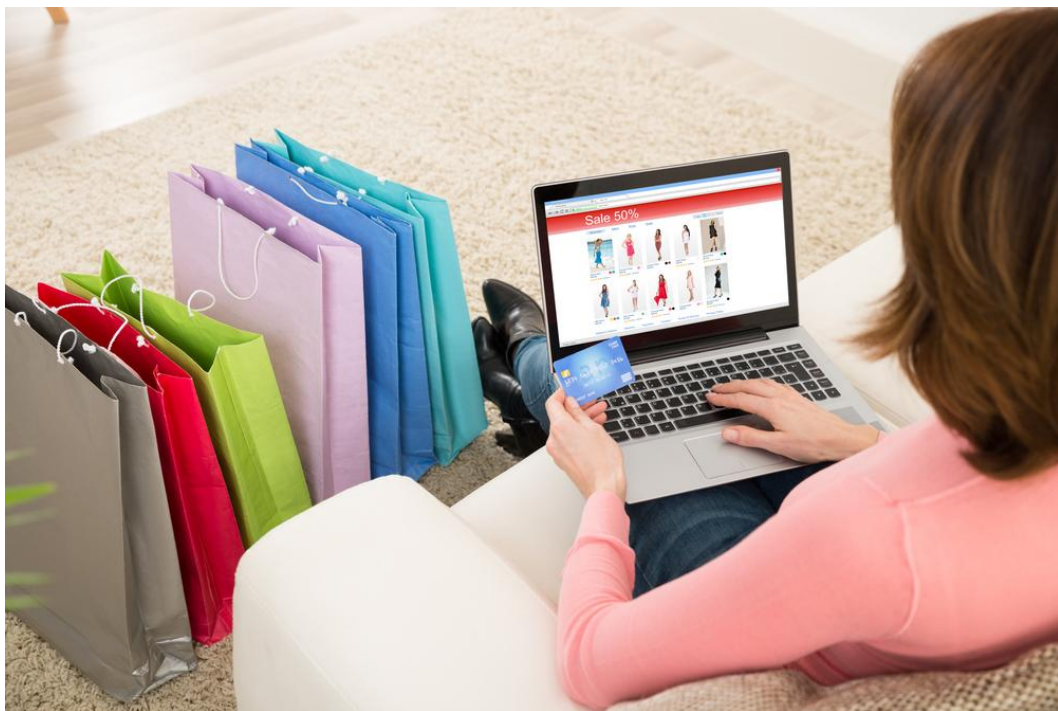
# ИСТОРИЯ ИНДУСТРИИ МОДЫ

## 1950-1960: Развитие системы **прогнозирования моды**

Это стало следствием потребности массового производства готовой одежды в принятии долгосрочных решений по производству и закупке



# ИСТОРИЯ ИНДУСТРИИ МОДЫ



С развитием интернета информация о стилях и способах приобретения товаров распространяется быстрее, провоцируя на все новые покупки

# СЕКМЕНТЫ РЫНКА

**Разделение экономики на сегменты в зависимости от параметров:**

- **Качество изделий**
- **Способ выпуска коллекций**
- **Ценовая политика**





# Сегменты рынка

НАЗВАНИЕ СЕГМЕНТА	УРОВЕНЬ КАЧЕСТВА	УНИКАЛЬНОСТЬ КРОЯ	ЦЕНОВАЯ КАТЕГОРИЯ	КОЛИЧЕСТВО ПРОИЗВОДИМЫХ ЕДИНИЦ	ПРЕДСТАВИТЕЛИ СЕГМЕНТА (БРЕНДЫ)
ОТ - КУТЮР					Chanel Haute Couture, Couture Atelier Versace, Givenchy Haute Couture и др.
ПРЕТ - А - ПОРТЕ					Prada, Louis Vuitton, Chanel, Giorgio Armani, Christian Dior, Valentino, Marc Jacobs и др.
ДИФFUЗНЫЕ БРЕНДЫ					Miu Miu (Prada), D&G (Dolce & Gabbana), Versus (Versace) и др.
БРИДЖ - БРЕНДЫ					Mexx, Motivi, Oasis, Topshop, Zara и др.
ЧАСТНЫЕ И ЛОКАЛЬНЫЕ БРЕНДЫ					Bershka, Mango, New Yorker, Pull & Bear, Terranova

# СТРЕМЛЕНИЕ К МОДЕ – ВИД КОНТРОЛИРУЕМОГО ПОВЕДЕНИЯ



# ЭКОНОМИЧЕСКИЙ МЕХАНИЗМ ИНДУСТРИИ МОДЫ

- Система защиты творческих идей
- Разработка принципов ценообразования
- Организация необходимых материалов, оборудования
- Реклама
- Обслуживание покупателей



# МАССОВОЕ ПОТРЕБЛЕНИЕ ОДЕЖДЫ

В массовом сегменте происходит потребление базовой стандартной одежды достаточно низкого качества, что ограничивает эксплуатационный срок изделия и обуславливает **неумеренное потребление**



# МАССОВОЕ ПОТРЕБЛЕНИЕ ОДЕЖДЫ



Выделяют **ряд проблем** системы производства и внедрения одежды в массовом сегменте:

- Массовое внедрение устоявшейся стандартной одежды
- Неумеренное пассивное потребление одежды потребителями
- Нарушение экологического аспекта переработки и утилизации одежды

# РАЗУМНОЕ ПОТРЕБЛЕНИЕ

- ✓ Необходимо сформировать новую **систему ценностей**, которая способствовала бы гармоничному сосуществованию человека и природы.
- ✓ **Экологизация потребления** - разумное сокращение потребления, распространение норм экологически правильного потребления, возврат к вещам длительного пользования



# ВЫВОДЫ



1. Изначально мода являлась отличительным знаком элит. С течением времени мода стала массовым явлением и отдельной индустрией
2. Индустрия моды становится коммерческой деятельностью, а не культурным явлением, превращается в источник роста экономики
3. Потребление одежды обусловлено статусом, достатком, родом деятельности и местом проживания человека



## ВОПРОС

ПО КАКОМУ ПРИНЦИПУ ВЫ ВЫБИРАЕТЕ  
СЕБЕ ОДЕЖДУ ДЛЯ ПОВСЕДНЕВНОЙ  
ЖИЗНИ?



# СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ



1. В. И. Ильин. Поведение потребителей: учеб. Пособие – Санкт-Петербург: 2003. – 232 С. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.marketing.spb.ru/read/m7/16.htm>
2. Белько Т. В., Курбатова М. А. Анализ системы производства и потребления одежды в модной индустрии // Молодой ученый. — 2016. — №11. — С. 1600-1603. — URL <https://moluch.ru/archive/115/30965>
3. Виниченко Ирина Владимировна, Евдущенко Елена Владимировна Особенности модных предпочтений и поведения потребителей, сформированных под влиянием эпохи дефицита // ОНВ. 2012. №1 (105). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-modnyh-predpochteniy-i-povedeniya-potrebiteley-sformirovannyh-pod-vliyaniem-epochi-defitsita> (дата обращения: 27.02.2019)
4. Демина Татьяна Андреевна, Климов Артур Викторович, Мерзлякова Александра Николаевна Индустрия моды как самостоятельный сектор экономики // Сервис в России и за рубежом. 2014. №9 (56). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/>



РОССИЙСКИЙ  
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ  
СОЦИАЛЬНЫЙ  
УНИВЕРСИТЕТ



СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!