

позволяет дальнейшему развитию, как индустрии моды, так и социальной группы дизайнеров одежды, представляющих в системе индустрии моды блок творцов, с которых начинается ежесезонный модный цикл. Поддержка дизайнеров как государственными, так и частными средствами, ограничение импорта, а так же вложения средств для создания и развития собственного производства – все это повлияло бы на развитие индустрии моды, как в стране, так и в регионах и сформировало бы конкурентоспособность на внутренних и внешних рынках данной отрасли.

Литература

1. Михалева К.Ю. Система моды / К.Ю. Михалева. – М. : Российская политическая энциклопедия (РОССПЭН), 2010. – 137с. С 44
2. там же с.47
3. <http://wiki.wildberries.ru/glossary/синдикат-высокой-моды>
4. Экономика моды : монография/ В.П.Иваницкий, М.С. Щеглов с.45
5. Национальная академия <http://www.fashion-academy.ru/>

Хорошкевич Н.Г.,
г.Екатеринбург

К ВОПРОСУ ИЗУЧЕНИЯ ПОНЯТИЙНОГО АППАРАТА СОЦИОЛОГИИ ПОТРЕБЛЕНИЯ

В современном обществе потреблению товаров и услуг уделяется достаточно большое внимание. Более того, сегодня существует бум потребления материальных ценностей, в связи с чем, возникают проблемы. Это - недостаток внимания духовному развитию личности, качество потребляемых товаров и услуг и другие. Социология всегда уделяет внимание наиболее важным вопросам современного общества. Учитывая множество проблем, вызванных чрезмерным увлечением потреблением, в социологии существует отдельное направление, занимающееся изучением

поведения индивида в процессе потребления товаров и услуг – социология потребления.

Социология потребления содержит разные аспекты изучения потребления. И одним из наиболее важных - является понятийный аппарат данной отраслевой социологии.

Основное понятие в рамках исследования потребления - термин «потребление». В настоящее время существует достаточное количество трактовок данного понятия. В данной статье рассмотрены словарные трактовки данного понятия, представленные в толковых словарях, социологических словарях и словарях по другим дисциплинам.

В толковых словарях под «потреблением» понимается как «Использование, расходование чего-нибудь для удовлетворения каких-нибудь потребностей» [11, с.659]. Но, это крайне редко. Обычно в толковых словарях отсутствует трактовка термина «потребление» как существительного, и отсылают к глаголу, от которого произведено это существительное, - потреблять.

В толковых словарях приводится либо одна, либо две интерпретации глагола «потреблять». В содержательном плане все приводимые интерпретации можно выделить в три группы. В большинстве случаев дается сходное определение с определением «потребление». Например, Потреблять – «Израсходовать для удовлетворения каких-либо потребностей, нужд в чем-либо» [3, с.943]. Также, но достаточно редко, можно встретить трактовку понятие «потреблять» как: «Употреблять в пищу, есть или пить» [7, с.335]. В некоторых толковых словарях едко можно также встретить еще одну трактовку. Но, это группа определений ограничивается только применением данного понятия, когда речь идет о потреблении продуктов питания. Это слишком «узкое» определение. Например, в Современном толковом словаре русского языка: «Иметь свойство расходовать, использовать что-либо» [8, с.589]. В этой группе определений акцент сделан на расходовании чего-то. Наиболее полным является первая

группа определений, где указывается, что данный предмет используется для удовлетворения потребностей.

В части толковых словарей кроме понятий: «потребление» и «потреблять» даются также понятия: «потребитель», «потребительский» и «потребительство». Понятие «потребитель» имеет четыре трактовки. Две из них сходны между собой. Например, в Большом толковом словаре первые две трактовки звучат следующим образом. Потребитель - 1. «Лицо или организация, потребляющее продукты чьего-либо производства, чьей-либо деятельности» [3, с.943]. Вторая трактовка – 2. «Тот, кто использует, расходует что-либо для удовлетворения своих потребностей» [3, с.943]. Вторая трактовка более общая. Здесь акцентируется удовлетворение потребностей. Здесь подробно не рассматривается субъект, но эта трактовка не исключает, что субъектом может быть хоть физическое, хоть юридическое лицо. Здесь также не уточняется продукт, что он - результат чьего-то производства. Это означает, что, это может быть любой продукт. Сюда относится даже такой, который никто не производил, а потребляющее его лицо добыло его у природы. Первое определение более точное, но и более «узкое». Оно более подходит, если речь идет о производстве продукта и его распределении (более «экономическое»). Здесь четко указано, кто может быть субъектом потребления. И здесь речь идет о макроуровне потребления, потому что исключается возможность того, что этот продукт отдельное лицо нашло и потребило, при этом продукт ни кем не производился, а появился в природе без человеческих усилий.

Третья трактовка также носит нейтральный характер. В этом случае потребитель рассматривается как: «то же, что и покупатель» [10, с.608]. Но, это более «узкая трактовка, чем во втором случае, т.к. здесь исключается возможность натурального обмена продукцией. Но, все эти определения не дают отрицательного оттенка термину «потребитель». Здесь дается нейтральная интерпретация.

Третья трактовка термина «потребитель» дается с негативным оттенком. Потребитель: «Тот, кто стремится только к удовлетворению своих потребностей, ничего не производя» [3, с.943]. Или потребитель – это «человек, который стремится жить, больше получая от других, чем, отдавая им» [4, с.571]. В любом случае, это человек, кто потребляет продукты чужой деятельности, первое. Второе, от него отдачи меньше, чем дают ему. Термин «потребительский» также дается в трех значениях, как и термин «потребитель».

Термин «потребительство» в толковых словарях также используется только с негативным оттенком. Потребительство – «стремление только к удовлетворению своих потребностей» [3, с.943]. В обыденной речи, обычно термины «потребительство» употребляется только с негативным оттенке (это же можно сказать и о понятии «потребитель», только в несколько более редких случаях).

Очень часто термин «потребление» используют в экономике. В связи с этим его интерпретации можно найти в экономических словарях. Но, здесь данное понятие рассматривается применительно к экономике, и рассматриваются свойства потребления именно применительно к экономической сфере. Например, в новой экономической энциклопедии потребление рассматривается как «процесс использования товаров и услуг, удовлетворение потребностей» [6, с.403]. Или потребление – это «заключительная стадия движения производственного продукта – использование его для удовлетворения общественных потребностей» [1, с.208]. Очень часто в экономических определениях потребление рассматривается как фаза, этап процесса движения производственного продукта; при этом эта фаза рассматривается как последняя. Эта первая характеристика экономических определений. Акцент в трактовках на том, что потребление – это процесс, обусловлен экономической сферой, для которой даются эти определения. В экономике четко прослеживается

создание, распределение и уничтожение материальных благ, т.е. – это процесс.

Также в экономических определениях всегда указывается, что потребление направлено на удовлетворение потребностей. Это вторая характеристика экономических определений. Например, потребление – «завершающая фаза цикла воспроизводства: использование произведенных товаров и услуг в процессе удовлетворения экономических потребностей» [12, с.759]. Или потребление – «использование произведенного в обществе продукта для удовлетворения различных потребностей: индивидуальных и коллективных, индивида и семьи, производственных и личных» [13, с.465].

Очень часто в экономических словарях выделяют различные виды потребления. Выделяют производственное и непроизводственное, личное и общественное потребление, конечное и промежуточное потребление, а также другие разновидности потребления (например, автономное потребление, потребление на душу населения и т.д.).

«Использование различных материальных средств (основных фондов, сырья, материалов и т.д.) и наемной рабочей силы в процессе производства» называют производственным потреблением [13, с.466]. Ряд ученых выделяют непроизводственное потребление. Ею они считают сферу потребления потребительских товаров и услуг. В этой сфере выделяют личное и неличное потребление [13, с.466]. Под неличным потреблением, обычно, понимают общественное потребление.

Личным потреблением в Энциклопедическом словаре считают: «Удовлетворение потребностей индивида и домохозяйства (семьи) путем использования произведенного общественного продукта» [13, с.466]. Сюда относят: материальные блага, продовольственные и непродовольственные товары, нетоварную продукцию, материальные услуги. Также в состав личного потребления включены: купленные товары, продукты, полученные в счет оплаты труда, продукты, произведенные в личных хозяйствах и дикорастущие, пошив одежды, обуви, ремонт жилья, мебели, услуги

прачечных, бытовое потребление газа, воды, электроэнергии и износ жилого фонда [1, с.484].

Общественное потребление – это «удовлетворение совместных потребностей людей в культуре, безопасности, науке независимо от того, оплачиваются ли эти услуги населением или предоставляются бесплатно» [1, с.484], т.е. это потребности различных общественных сфер.

Промежуточное потребление – «использование продуктов труда одной стадии производства в качестве предметов труда на другой стадии производства» [6, с.403]. Конечным потреблением называют «процесс конечного использования, когда товары и услуги исчезают в потреблении» [6, с.403]. Также выделяют потребление конечное фактическое, т.е. это «реальная совокупная стоимость товаров и услуг, которые покупают домашние хозяйства, являющиеся резидентами данного государства для личного потребления (вне зависимости от источника финансирования), а также стоимость коллективных услуг государственных органов» [1, с.483-484].

Определения разных видов «потребления» в сфере экономики – это разновидности определений «потребления» именно в данной сфере. Это означает, что они содержат в себе признаки, характерные для определения понятия «потребления». Но, каждое определение, которое характеризует то или иное потребление в экономической сфере, акцентирует внимание именно на этой стороне. Каждое из таких определений дает более углубленное представление о том или ином аспекте потребления в экономической сфере.

Данный вид определений рассматривает потребление только применительно к экономической сфере (а именно как процесс в экономике), но здесь не рассматриваются межличностные взаимодействия. В связи с этим для данной работы более целесообразным является исследование социологических трактовок «потребления» и в большей мере учет характеристик потребления, выделенных с социологической позиции.

В социологических словарях в большинстве случаев потребление понимается как «использование продуктов труда для удовлетворения потребностей людей, в процессе которого эти продукты перестают быть потребительными стоимостями (благами)» [5, с.399]. Также может даваться следующая трактовка понятия «потребление». Например, в Социологическом энциклопедическом словаре дается следующая трактовка понятия. Потребление – «Процесс использования социально-экономических, культурных и природных благ с целью удовлетворения потребностей человека, социальной группы и общества в целом» [9, с.254]. В социологических интерпретациях отсутствует акцент на том, что потребление является процессом.

В социологических трактовках также четко указывается на то, что потребляются продукты труда, и что они используются для удовлетворения потребностей. Под продуктами труда можно понять не только продукт, созданный человеком, но и собранный им дикорастущий продукт. В этом случае в качестве труда необходимо рассматривать сам сбор этого продукта. В этом случае сбор дикорастущих продуктов станет выступать как трудовой процесс, а собранный продукт как продукт труда. В социологии чаще всего даются интерпретации «потребления», где не указывается, что это процесс. Для социологии не так важен процесс создания продукта, как для экономики. Здесь более важно то, чем обусловлено потребление, т.е. использование продукта. А это – обусловлено потребностями, удовлетворение которых выстраивает иерархию важности тех или иных материальных благ для человека, именно потребности обуславливают выстраивание определенных взаимоотношений между людьми в процессе потребления.

В некоторых социологических словарях потребление делят те же на виды, что и - в экономических (производственное и непроизводственное потребление, индивидуальное потребление и т.д.). Хотя следует заметить, что в экономических словарях выделяется большее количество видов потребления и приводятся более полные их характеристики.

В данной статье было рассмотрено только одно из понятий данной отраслевой социологии - потребление. Сам понятийный аппарат социологии потребления шире. Количество определений постоянно возрастает. Со временем, в новых определениях, появляются новые акценты в интерпретации изучаемого явления. В связи с этим необходимо постоянно исследовать понятийный аппарат данной отраслевой социологии.

Литература

1. Большая экономическая энциклопедия. – М.; Эксмо, 2008. – 816с.
2. Большой коммерческий словарь. / Под ред. Т.Ф.Рябовой. – М.: Редакция «Война и мир», 1996. – 400с.
3. Большой толковый словарь русского языка / Гл.ред. С.А. Кузнецов. – СПб.: «Норинт», 2001. – 1536с.
4. Ожегов С.И. Словарь русского языка: 70000 слов / Под ред. Н.Ю.Шведовой. – 21-е изд., перераб. и доп. – М.: Рус.яз., 1989. – 924.
5. Российская социологическая энциклопедия. Под общей редакцией академика РАН Г.В.Осипова. – М.: Издательская группа НОРМА-ИНФРА-М, 1998. – 672с.
6. Румянцева Е.Е. Новая экономическая энциклопедия. – М.: ИНФРА-М, 2005. – VI, 724с.
7. Словарь русского языка. В 4-х т.РАН, Ин-т лингвистических исследований; Под ред. А.П.Евгеньевой. – 4-е изд., стер. – М.: Рус.яз., Полиграфресурсы, 1999. Т3. П-Р. – 1999 – 752с.
8. Современный толковый словарь русского языка / Гл.ред. С.А.Кузнецов. - СПб.: «Норинт», 2003. – 960с.
9. Социологический энциклопедический словарь. На русском, английском, немецком, французском и чешском языках. Редактор-координатор – академик РАН Г.В.Осипов. - М.: Издательская группа ИНФРА-М – НОРМА, 1998. – 488с.
10. Толковый словарь новейших слов и выражений русского языка. – М.: ООО «Дом Славянской книги»; 2010. – 960с.

11. Толковый словарь русского языка: В 4 т. Т.3 / Под ред. проф.Д.Ушакова. – М.: ТЕРРА, 1996. – 712с.
12. Финансово-кредитный экономический словарь. / Колл. Авторы; Под общ. Ред. А.Г.Грязновой. – М: Финансы и статистика, 2002. – 1168с.: ил.
13. Энциклопедический словарь. Современная рыночная экономика. Государственное регулирование экономических процессов / Общ. ред.: д.э.н. проф.Кушлин В.И., д.э.н., проф., член-корр. РАН Чичканов В.П. – М.: Изд-во РАГС, 2004. – 744с.

Чебыкина И.В.,
Чебыкин И.В.,
г. Екатеринбург

ПРИМЕНЕНИЕ PR-СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОДВИЖЕНИЯ ОБЩЕСТВЕННОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

Современное развитие российской экономики предъявляет новые требования к организациям, включенным в рыночные отношения. На первый план выходят не только качество и уровень производимых товаров и услуг, но и то, как организация позиционирует себя на рынке, как выстраивает отношения со своими потребителями. В связи с этим актуальной становится проблема *продвижения организации на рынке*, что подразумевает информирование целевых аудиторий о содержании и свойствах предоставляемых товаров, организацию обратной связи с потребителями, реализацию комплекса мероприятий по отстройке от конкурентов.

С позиций социологии маркетинга продвижение является одним из элементов комплекса маркетинга наряду с товаром, ценой и дистрибуцией. Чаще всего под продвижением организации на рынке понимают «совокупность средств и методов, при помощи которых информация об организации доводится до потребителя, а также мер по стимулированию