



# Μόδα και καταναλωτισμός

Μπογγνάνι Φίντο, Πάπας Χρήστος, Σουπιώνη Ελένη, Σύλλας Αλέξανδρος, Τσαγκαρόπουλος Ιορδάνης, Χελιδώνη Μαριαλένα

Μαθητές της Α' Λυκείου Αριστοτελείου Κολλεγίου

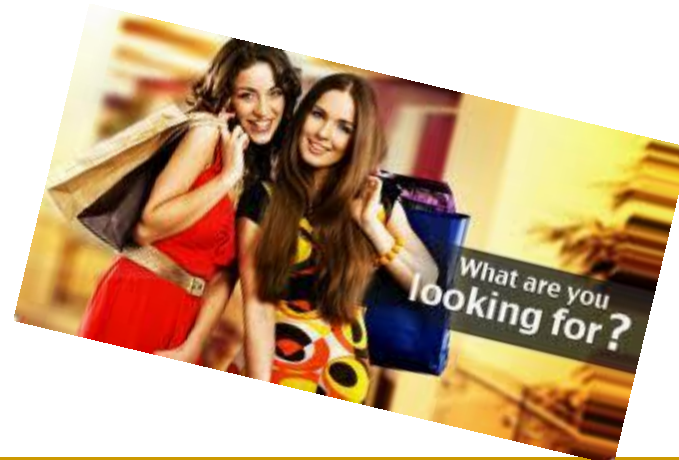
Επιβλέπουσες : κα. Κοκκίνου Ελένη, Παπαχρήστου Μαίρη

# Κοινωνία και καταναλωτισμός

- Στόχος της ομάδας μας είναι να προβάλλουμε το φαινόμενο του καταναλωτισμού στη σημερινή κοινωνία και ειδικότερα στους νέους. Επιπρόσθετα, να αφουγκραστούμε και να παρουσιάσουμε την αγοραστική κίνηση στις οικονομικά δύσκολες μέρες που ζούμε.

**Οι βασικότεροι τομείς που ασχοληθήκαμε είναι οι εξής:**

- Μόδα
- Καταναλωτισμός
- Μάρκες
- Διαφήμιση



# Τι είναι μόδα τελικά ;



- **Μόδα** είναι μια σύντομη και παροδική συνήθεια αναφορικά με πολλά θέματα που αφορούν τον άνθρωπο, όπως είναι ο **τρόπος ζωής**, το ντύσιμο, ο τρόπος της ψυχαγωγίας και της διασκέδασης.



# Καταναλωτισμός

- Ο **καταναλωτισμός** είναι όρος που χρησιμοποιείται για να περιγράψει την τάση της εξίσωσης της προσωπικής ευτυχίας με την απόκτηση υλικών αγαθών και την **κατανάλωση**.



# Μόδα και μάρκες

- Η **μάρκα** είναι μια συμπύκνωση νοημάτων. Μπαίνει πάνω στο προϊόν απλά και μόνο για να το **διαφοροποιήσει** από τα πανομοιότυπα ανταγωνιστικά και έχει άρρηκτη σχέση με τη μόδα.



# Διαφήμιση

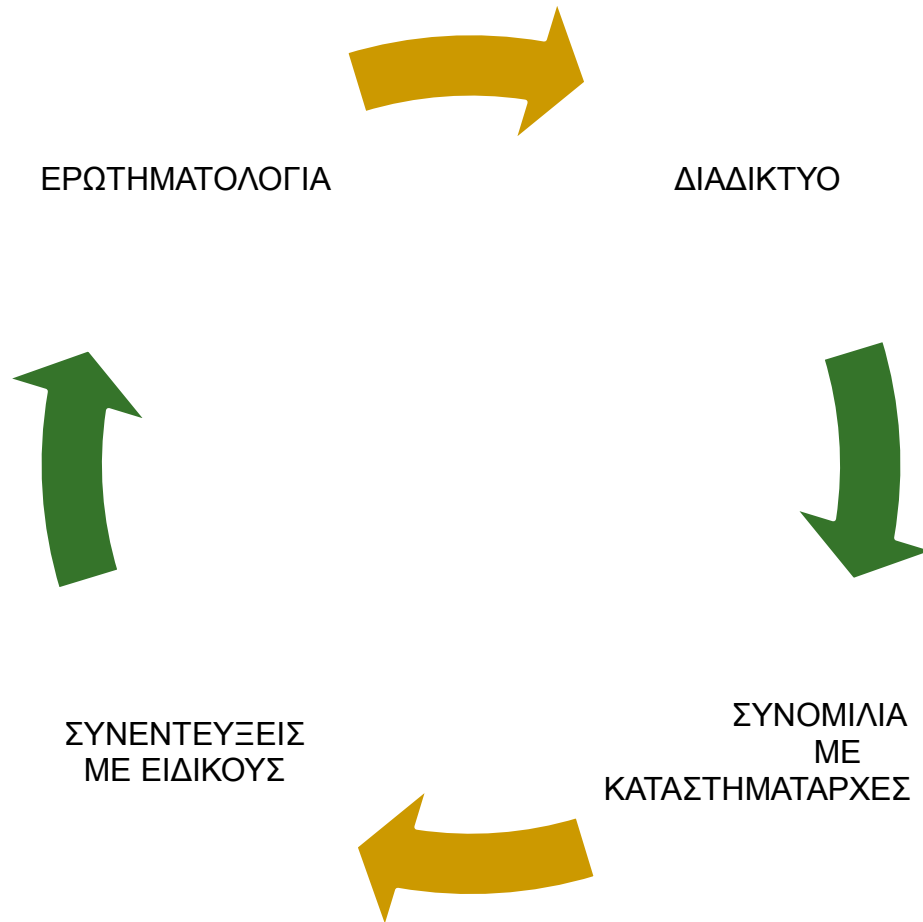
**Διαφήμιση** είναι διαδικασία γνωστοποίησης και επηρεασμού του καταναλωτικού κοινού για ένα προϊόν ή μία υπηρεσία επί πληρωμή. Η διαφήμιση μπορεί να χρησιμοποιήσει αρκετά μέσα για να επιτύχει γνωστοποίηση του προϊόντος.

Ορισμένα μέσα είναι :

- ❑ Τηλεόραση
- ❑ Ραδιόφωνο
- ❑ Τύπος: (Εφημερίδες, Περιοδικά, κ.α.)
- ❑ Αφίσες
- ❑ Διαδίκτυο



# Μεθοδολογία



# Αναλυτικότερα...

1. Ερωτηματολόγια: προσδιορίσαμε τον τρόπο σκέψης της αγοραστικής συμπεριφοράς των νέων
2. Διαδίκτυο: συλλέξαμε πληροφορίες και εικόνες για τις δράσεις που μας δόθηκαν
3. Ομιλία με καταστηματάρχες: αναλύσαμε τη συμπεριφορά και τη νοοτροπία των καταναλωτών, αφουγκραστήκαμε τη φωνή των καταστηματαρχών και προσδιορίσαμε καλύτερα την αγοραστική κίνηση.
4. Συνεντεύξεις με ειδικούς: κατανοήσαμε την ψυχοσύνθεση των νέων στο θέμα του «shopping therapy».





# Αποτελέσματα

- Τα αποτελέσματα που προέκυψαν είναι και θετικά και αρνητικά, ανάλογα με την πλευρά που κάποιος θα τα προσεγγίσει.



---

# Σύμφωνα με τα ερωτηματολόγια...

- ΓΡΑΦΗΜΑ με οσολα τα αποτελέσματα από τα ερωτηματολόγια...
-

# Σύμφωνα με τους καταστηματάρχες...

- Οι καταστηματάρχες περιέγραψαν πως οι περισσότεροι πελάτες των καταστημάτων τους είναι νέοι ή και έφηβοι ακόμα που αγοράζουν ακριβά ρούχα και συνήθως γνωστών σχεδιαστών δίχως να υπολογίσουν την τιμή του προϊόντος.



# Σύμφωνα με τους ειδικούς...

- Σύμφωνα με τη ψυχολόγο του σχολείου μας, οι νέοι λόγω των καθημερινών προβλημάτων που αντιμετωπίζουν, δίχως να το καταλαβαίνουν οδηγούνται στον καταναλωτισμό αγοράζοντας διάφορα αχρείαστα πράγματα. Με την πάροδο του χρόνου, αυτό συνεχίζεται και διογκώνεται με αποτέλεσμα και με την βοήθεια της διαφήμισης που τους ελκύει προς τις αγορές αυτές να αγοράζουν πολλών ειδών πράγματα και έτσι καταλήγουν στον καταναλωτισμό.



---

Συμπεραίνοντας...

---

