

УДК 366.1

ОБЩЕСТВО ПОТРЕБЛЕНИЯ КАК БАЗИС РАСШИРЕННОГО ВОСПРОИЗВОДСТВА БИЗНЕС-СТРУКТУР

Е. А. КОСТЮКЕВИЧ

Барановичский государственный университет
Барановичи, Беларусь

Эффективное развитие промышленных предприятий любых сфер деятельности на инновационной основе возможно только при достаточном уровне расширенного воспроизводства. Одним из существенных факторов, лежащих в основе расширенного производства, является значительный постоянный рост потребления всевозможных товаров и услуг. А этому, в свою очередь, способствует активное развитие общества потребления.

Впервые термин «общество потребления» использовал немецкий социолог и психолог Э. Фромм в 60-х гг. XX в.: «совокупность общественных отношений, которые организованы на основе принципа индивидуального потребления» [1].

Ж. Бодрийяр в своей книге «Общество потребления: его мифы и структуры» в 1970 г. дал следующую трактовку: «общество потребления – это общество самообмана, где невозможны ни подлинные чувства, ни культура, и где даже изобилие является следствием тщательно маскируемого и защищаемого дефицита, имеющего смысл структурного закона выживания современного мира». Здесь же он отметил: «В современной цивилизации не существует рационального потребителя, самостоятельно осуществляющего свой выбор. Индивидуальный, продиктованный реальными потребностями выбор иллюзорен – он продиктован самой структурой общества потребления, придающей значение не предметам, а абстрактным ценностям, тождественным отчужденным от них знакам. Потребности производятся вместе с товарами, которые их удовлетворяют. В основе выбора товара лежит стремление к социальному отличию, и, поскольку поддержка таких отличий есть жизненное условие существования современной цивилизации, потребность всегда остается неудовлетворенной» [2].

Общество потребления может быть рассмотрено с двух позиций.

1. С точки зрения потребителя – широкий ассортимент производимых товаров, свобода выбора, легкая доступность любых товаров.

2. С точки зрения производителя – управление мнением (поведением) потребителя (с помощью маркетинговых инструментов, через влиятелей), потребитель выступает как «управляемая игрушка», возможность создания искусственных (надуманных, придуманных) потребностей и товаров (услуг) для их удовлетворения.

На основании исследования множества источников можно выделить основные преимущества и недостатки, присущие обществу потребления с точки зрения социума (табл. 1).

Таким образом, можно отметить, что развитие общества потребления имеет существенные положительные стороны, способствующие ускорению расши-

ренного воспроизводства необходимой обществу продукции высокого качества, отвечающего конкретным актуальным запросам потребителей.

Табл. 1. Преимущества и недостатки общества потребления

Преимущества общества потребления	Недостатки общества потребления
Воспроизводство социальной структуры	Снижение качества жизни в плане недовольства индивидов уровнем жизни, статусом и т. д.
Изобилие товаров и их относительная доступность	Экологические проблемы вследствие объемов производства (увеличение выбросов в окружающую среду, все большее использование ограниченных природных ресурсов)
Развитие системы кредитования как еще одного фактора повышения доступности благ	Несоблюдение требований менеджмента здоровья на предприятиях (в результате постоянно увеличивающейся нагрузки на работников)
Экономическая система тесно переплетается с культурой потребления	Возможное снижение качества производимых товаров в погоне за их количеством и ассортиментом
Повышение уровня потребительских стандартов (развитие системы менеджмента качества)	Расширенное воспроизводства в развитых странах требует использования сырьевой базы стран третьего мира («сырьевые придатки»)

Понятия «потребление» и «потребительство» неотъемлемо связаны с развитием общества потребления. Развитие общества потребления происходит благодаря политике консьюмеризма, которая проецирует, что потребление направлено не только и не столько на удовлетворение физиологических, культурных и иных потребностей индивида, сколько на придание ему с помощью приобретения определенных товаров более высокой статусности.

Поскольку основной целью деятельности любой бизнес-структуры является максимизация прибыли, которую возможно получить, увеличивая объемы производства и реализации продукции, то именно сверхпотребление, потребительство будет этому способствовать. Эффективная деятельность бизнес-структур в данном направлении и создает условия для активного развития общества потребления.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. **Фромм, Э.** Человек одинок [Электронный ресурс] / Э. Фромм. – Режим доступа: <https://libcat.ru/knigi/nauka-i-obrazovanie/filosofiya/212288-erih-fromm-chelovek-odinok.html>. – Дата доступа: 02.02.2024.

2. **Бодрияр, Ж.** Общество потребления: пер. с фр. / Ж. Бодрияр. – Москва: АСТ, 2020. – 320 с.