

О.Н. Мирошниченко, О.В. Василенко, Э.В. Никитина. ОБЩЕСТВО ПОТРЕБЛЕНИЯ: ТРАНСФОРМАЦИЯ ЗАПРОСОВ И НОВЫЕ ВЫЗОВЫ // Вестник Российского университета кооперации. 2022. № 1(47). С. 98-103.

Автор (ы) О.Н. Мирошниченко, О.В. Василенко, Э.В. Никитина.

Author(s) O.N. Miroshnichenko, O.V. Vasilenko, E.V. Nikitina.

Индекс УДК 304.3

Название статьи: ОБЩЕСТВО ПОТРЕБЛЕНИЯ: ТРАНСФОРМАЦИЯ ЗАПРОСОВ И НОВЫЕ ВЫЗОВЫ

Title of the article: CONSUMER SOCIETY: TRANSFORMATION OF REQUESTS AND NEW CHALLENGES

Ключевые слова: общество потребления; протестантская этика; консюмеризм; социальная стратификация; потребительское поведение; целевая аудитория; конкурентные преимущества.

Keywords: consumer society; protestant ethics; consumerism; social stratification; consumer behavior; target audience; competitive advantages.

Аннотация: В статье авторами рассмотрены этапы становления общества потребления, его исторические корни и признаки. Авторами приведены точки зрения ученых на общество потребления, примеры проявления этого общества в России и за рубежом, проанализированы его положительные и отрицательные черты. В статье отмечено, что формируется социальная стратификация, в основании которой – различия в возможности доступа к пространству общества потребления. Авторами проанализированы результаты социологического исследования по теме статьи, подробно изучены тенденции общества потребления на примере развития гипермаркетов. Показаны перспективы реорганизации институтов общества потребления для удовлетворения потребностей групп населения с самыми разными социально-демографическими характеристиками.

Annotation: In the article, the authors consider the stages of the formation of the consumer society, its historical roots and signs. The authors present the views of scientists on the consumer society, examples of the manifestation of this society in Russia and abroad, analyzed its positive and negative features. The article notes that social stratification is being formed, based on differences in the possibility of access to the space of consumer society. The authors analyzed the results of a sociological study on the topic of the article, studied in detail the trends of consumer society on the example of the development of hypermarkets. The prospects of reorganization of consumer society institutions to meet the needs of population groups with a variety of socio-demographic characteristics are shown.

Контактные данные авторов: **МИРОШНИЧЕНКО Оксана Николаевна** – кандидат социологических наук, доцент кафедры государственного и муниципального управления. Чебоксарский филиал Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации. Россия. Чебоксары. E-mail: monic_soc@inbox.ru.

ВАСИЛЕНКО Оксана Витальевна – кандидат философских наук, доцент кафедры экономической и социальной географии. Чувашский государственный университет имени И.Н. Ульянова. Россия. Чебоксары. E-mail: vasilenkoksana@rambler.ru.

НИКИТИНА Эрбина Витальевна – кандидат философских наук, доцент, преподаватель кафедры социально-гуманитарных дисциплин. Чебоксарский кооперативный институт (филиал) Российского университета кооперации. Россия. Чебоксары. E-mail: erbina@rambler.ru.

Contact details of the authors: **MIROSHNICHENKO, Oksana Nikolaevna** – Candidate of Sociology, Associate Professor of the Department of State and Municipal Administration. Cheboksary branch of the Russian Academy of National Economy and Public Administration under the President of the Russian Federation. Russia. Cheboksary. E-mail: monic_soc@inbox.ru.

VASILENKO, Oksana Vitalyevna – Candidate of Philosophy, Associate Professor of the Department of Economic and Social Geography. Chuvash State University named after I.N. Ulyanov. Russia. Cheboksary. E-mail: vasilenkoksana@rambler.ru.

NIKITINA, Erbina Vitalyevna – Candidate of Philosophy, Associate Professor, Lecturer of the Department of Social and Humanitarian Disciplines. Cheboksary Cooperative Institute (branch) of the Russian University of Cooperation. Russia. Cheboksary. E-mail: erbina@rambler.ru.

Страницы. 98-103.