

## КОНСЬЮМЕРИЗМ КАК ИНСТРУМЕНТ МАНИПУЛИРОВАНИЯ ОБЩЕСТВОМ

Шупило В.Р.

Научный руководитель: к.п.н., доцент Володько О.М.  
Белорусский национальный технический университет

Консьюмеризм – культ потребления, изначально зародившийся, как движение в защиту интересов потребителей. Первый документ, о правах потребителей был введён в Соединенных Штатах Америки 1962 году под названием «Билль о правах потребителей».

Данный документ включал в себя право на информацию о продукте или услуге, право на безопасность, право на выбор, право быть услышанным, право на возмещение ущерба и право на потребительское образование.

Это поспособствовало появлению организаций по защите прав потребителей.

Данный документ возложил на предприятия, производящие продукцию или услуги ответственность перед потребителями. В связи с этим, конкуренция между всеми предприятиями отрасли начала развиваться на основе предоставления лучшего по качеству товара или услуги по минимальной цене.

Компании, которые пренебрегали качеством товара или услуг для занижения цены, разорались и закрывались после исков со стороны потребителей.

Насыщение рынка качественными товарами и услугами, снизило у потребителей страх перед приобретением некачественной продукции, что в свою очередь, способствовало увеличению потребительского спроса, обращению денег в экономике, росту доходов и как итог – создание потребительского общества.

Общество потребления нуждается в большом объёме производимых товаров и услуг, что делает его одним из самых платёжеспособных, но очень зависимых от материальных благ. В тоже время, возросшая конкуренция и наличие средств стимулируют развитие научно-технического прогресса, чтобы в дальнейшем удовлетворять возрастающие потребности общества.

Консьюмеризм – относительно молодое явление, ставшее стимулом для развития экономики и науки, как отдельного государства, так и мировой за счёт роста потребления обществом благ.