

ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО ПО ОБРАЗОВАНИЮ  
ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ  
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«ШУЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ  
УНИВЕРСИТЕТ»

**ПОТРЕБЛЕНИЕ:  
СУЩНОСТЬ, ЗАКОНОМЕРНОСТИ,  
МОДЕЛИ И УПРАВЛЕНИЕ**

**Учебные материалы**

Шуя 2009

ББК 65.01 Печатается по решению редакционно-издательского совета  
УДК 330.1 ГОУ ВПО ШГПУ «Шуйский государственный  
П 64 педагогический университет»

***Авторы-составители:***

**М.С. Львова** – докторант кафедры экономики и менеджмента;  
**Ю.С. Артамонова** – аспирант кафедры экономики и менеджмента

***Рецензенты:***

**Берендеева А.Б.** – доктор экономических наук, профессор кафедры  
политической экономики ИвГУ

**Мишуров С.С.** – доктор экономических наук, профессор кафедры  
региональной экономики и управления ИГТА

Данные учебные материалы могут быть рекомендованы для использования в учебном процессе в курсах «Экономическая теория», «Экономика домашнего хозяйства», в научной и методической работе студентам очного и заочного отделений экономических специальностей и преподавателям.

## СОДЕРЖАНИЕ

Введение.....	4
1. Потребление как экономическая категория.....	5
1.1. Человеческие потребности как источник социально-экономической динамики.....	5
1.2. Сущность потребления.....	9
1.3. Закономерности потребления.....	18
1.4. Потребление на разных стадиях жизненного цикла. Потребление и сбережения.....	22
2. Потребление в экономической теории и других социальных науках.....	25
2.1. Потребление в экономической теории.....	25
2.2. Потребление в экономической социологии.....	39
2.3. Потребление в логистике.....	41
2.4. Потребление в менеджменте, маркетинге и экономической психологии.....	44
2.5. Отображение потребления в социально-экономической статистике.....	46
3. Модели потребления. Современные тенденции и противоречия в сфере потребления.....	52
4. Управление в сфере потребления.....	63
4.1. Понятие, цели и инструменты управления потреблением.....	63
4.2. Государственная политика в сфере потребления.....	65
4.3. Общественные потребительские организации.....	70
4.4. Формирование потребительской культуры как особый объект управления.....	72
5. Особенности потребительского поведения в сфере услуг.....	77
Библиография .....	85